



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

AUTORA:

Banda Castañeda, Lilian Mishell (ORCID: [0000-0002-2852-9622](https://orcid.org/0000-0002-2852-9622))

ASESORES:

Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío (ORCID: [0000-0003-0310-1248](https://orcid.org/0000-0003-0310-1248))

MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás (ORCID: [0000-0003-4411-8695](https://orcid.org/0000-0003-4411-8695))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Urbanismo sostenible

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a toda mi familia, en primer lugar, a mi madre, Bertha Castañeda, la persona más creativa e ingeniosa que conozco; a mi padre, Elías Banda, quién se llena de orgullo cada vez que comenta la carrera profesional que elegí; a mi esposo, Carlos Bernabé, por ser mi mayor apoyo emocional; a mi hija, Micaela Bernabé, la persona por la que intento ser mejor día a día; finalmente, a mis abuelos, Marcial Castañeda, un maestro que siempre hizo lo posible por promover el desarrollo del lugar donde nació; y a mi abuela, Epifanía Cerdán, si bien ustedes ya no están en cuerpo, los llevo en el corazón; esta es mi manera de honrar sus memorias, esta investigación demandó esfuerzo y horas de dedicación, el resultado va dedicado a todos ustedes.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por darme salud, estos últimos años niños, jóvenes y adultos perdieron la vida a causa de la pandemia, sin embargo, Dios permitió continuar aquí.

Del mismo modo, agradezco a la Universidad César Vallejo, por fomentar el aprendizaje y la formación profesional en el distrito de San Juan de Lurigancho.

También, agradezco a los siguientes profesionales, en primer lugar, al MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás, asesor práctico que siempre brindó información y conocimientos adicionales a la cátedra, le agradezco por su metodología de enseñanza, por su exigencia combinada con humor y por su aporte en cada revisión. De igual forma, agradezco a la Dra. Rodríguez Urday, Glenda Catherine, por compartir sus cátedras y por mantenerse al tanto de los avances a pesar de no ser nuestra asesora.

Finalmente, agradezco a los Arquitectos que accedieron a participar como entrevistados en la investigación.

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	x
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	16
III. METODOLOGÍA.....	103
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	103
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	104
3.3. Escenario de estudio.....	105
3.4. Participantes.....	117
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	125
3.6. Procedimiento.....	128
3.7. Rigor científico.....	131
3.8. Método de análisis de la información.....	135
3.9. Aspectos éticos.....	136
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	138
V. CONCLUSIONES.....	331
VI. RECOMENDACIONES.....	339
REFERENCIAS.....	388
ANEXOS.....	407
ANEXO A: Matriz de categorización	
ANEXO B. Guías de entrevistas a arquitectos especialistas en diseño comercial.	
ANEXO C. Guía de entrevistas a arquitectos especialistas en Urbanismo	
ANEXO D. Guía de entrevista a pobladores de Jorge Chávez	
ANEXO E. Consentimiento informado de entrevistados	
ANEXO F: Planos	
ANEXO G: Matriz de consistencia	

Índice de tablas

Tabla 1: Clasificación de espacios comerciales según su función.....	28
Tabla 2: Clasificación de espacios comerciales en función de sus dimensiones.	29
Tabla 3: Categorías de Mercado Minorista	31
Tabla 4: Ficha N° 1 del primer caso análogo.....	33
Tabla 5: Ficha N° 2 del primer caso análogo.....	34
Tabla 6: Ficha N° 3 del primer caso análogo.....	35
Tabla 7: Ficha N° 4 del primer caso análogo.....	36
Tabla 8: Ficha N° 5 del primer caso análogo.....	37
Tabla 9: Ficha N° 6 del primer caso análogo.....	38
Tabla 10: Ficha N° 7 del primer caso análogo.....	39
Tabla 11: Ficha N° 8 del primer caso análogo.....	40
Tabla 12: Ficha N° 9 del primer caso análogo.....	41
Tabla 13: Ficha N° 1 del segundo caso análogo	43
Tabla 14: Ficha N° 2 del segundo caso análogo	44
Tabla 15: Ficha N° 3 del segundo caso análogo	45
Tabla 16: Ficha N° 4 del segundo caso análogo	46
Tabla 17: Ficha N° 5 del segundo caso análogo	47
Tabla 18: Ficha N° 6 del segundo caso análogo	48
Tabla 19: Ficha N° 7 del segundo caso análogo	49
Tabla 20: Ficha N° 8 del segundo caso análogo	50
Tabla 21: Ficha N° 9 del segundo caso análogo	51
Tabla 22: Tipos de escaparates.....	54
Tabla 23: Elementos para diseñar la estructura comercial interna	63
Tabla 24: Zonas según secciones de mercadería	64
Tabla 25: Categorías de la investigación.....	104
Tabla 26: Sub-categorías de la investigación.	105
Tabla 27: Participantes de la categoría 1	117
Tabla 28: Participantes de la categoría 2	121
Tabla 29: Técnicas e instrumentos de la categoría 1	125
Tabla 30: Técnicas e instrumentos de la categoría 2	126
Tabla 31: Procedimientos según instrumento de investigación	128
Tabla 32: Tabla de similitud de dependencia interna.....	131
Tabla 33: Tabla de similitud de dependencia externa.....	133

Tabla 34: <i>Tabla de rigor científico - credibilidad</i>	134
Tabla 35: <i>Método de análisis de datos según instrumento.....</i>	135
Tabla 36: <i>Subcategorías del objetivo específico 1.....</i>	139
Tabla 37: <i>Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 1</i>	139
Tabla 38: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 1).</i>	142
Tabla 39: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 2).</i>	143
Tabla 40: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 3).</i>	144
Tabla 41: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 4).</i>	145
Tabla 42: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 5).</i>	146
Tabla 43: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 6).</i>	147
Tabla 44: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 7).</i>	148
Tabla 45: <i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1</i>	149
Tabla 46: <i>Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 1</i>	152
Tabla 47: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1 (pág. 1).</i>	159
Tabla 48: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1 (pág. 2).</i>	160
Tabla 49: <i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1</i>	161
Tabla 50: <i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1</i>	162
Tabla 51: <i>Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 1</i>	164
Tabla 52: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 1).</i>	167
Tabla 53: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 2).</i>	168
Tabla 54: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 3).</i>	169
Tabla 55: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 4).</i>	170
Tabla 56: <i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1</i>	171
Tabla 57: <i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1</i>	172
Tabla 58: <i>Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 1).</i>	173
Tabla 59: <i>Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 2).</i>	174
Tabla 60: <i>Ficha n°5 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1</i>	175
Tabla 61: <i>Ficha de guía de entrevista del indicador 4 del objetivo específico 1</i>	177
Tabla 62: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 1).</i>	180
Tabla 63: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 2).</i>	181
Tabla 64: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 3).</i>	182
Tabla 65: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 4).</i>	183
Tabla 66: <i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 5).</i>	184
Tabla 67: <i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1</i>	185

Tabla 68:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 5 del objetivo específico 1</i>	187
Tabla 69:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 1).</i>	189
Tabla 70:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 2).</i>	190
Tabla 71:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 3).</i>	191
Tabla 72:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 4).</i>	192
Tabla 73:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 1).</i>	193
Tabla 74:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 2).</i>	194
Tabla 75:	<i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1</i>	195
Tabla 76:	<i>Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1</i>	196
Tabla 77:	<i>Subcategorías del objetivo específico 2</i>	203
Tabla 78:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 2</i>	204
Tabla 79:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2</i>	206
Tabla 80:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2</i>	207
Tabla 81:	<i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2</i>	208
Tabla 82:	<i>Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2</i>	209
Tabla 83:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 2</i>	212
Tabla 84:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE2</i>	215
Tabla 85:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE2</i>	216
Tabla 86:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 2</i>	218
Tabla 87:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE2</i>	221
Tabla 88:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE2</i>	222
Tabla 89:	<i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 3 del OE2</i>	223
Tabla 90:	<i>Subcategorías del objetivo específico 3</i>	229
Tabla 91:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 3</i>	229
Tabla 92:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE3</i>	233
Tabla 93:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE3</i>	234
Tabla 94:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 3</i>	236
Tabla 95:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3</i>	240
Tabla 96:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3 (pág. 1).</i>	241
Tabla 97:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3 (pág. 2).</i>	242
Tabla 98:	<i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3</i>	243
Tabla 99:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 3</i>	245
Tabla 100:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE3</i>	248
Tabla 101:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE3</i>	249

Tabla 102: <i>Subcategorías del objetivo específico 4</i>	253
Tabla 103: <i>Ficha n°1 de observación del indicador 1 del OE4</i>	255
Tabla 104: <i>Ficha n°2 de observación del indicador 1 del OE4</i>	256
Tabla 105: <i>Ficha n°3 de observación del indicador 1 del OE4</i>	257
Tabla 106: <i>Ficha n°4 de observación del indicador 1 del OE4</i>	258
Tabla 107: <i>Ficha n°5 de observación del indicador 1 del OE4</i>	259
Tabla 108: <i>Ficha n°6 de observación del indicador 1 del OE4</i>	260
Tabla 109: <i>Ficha n°7 de observación del indicador 1 del OE4</i>	261
Tabla 110: <i>Ficha n°8 de observación del indicador 1 del OE4</i>	262
Tabla 111: <i>Ficha n°9 de observación del indicador 1 del OE4</i>	263
Tabla 112: <i>Ficha n°10 de observación del indicador 1 del OE4</i>	266
Tabla 113: <i>Ficha n°11 de observación del indicador 1 del OE4</i>	267
Tabla 114: <i>Ficha n°12 de observación del indicador 1 del OE4</i>	268
Tabla 115: <i>Ficha n°13 de observación del indicador 1 del OE4</i>	269
Tabla 116: <i>Ficha n°14 de observación del indicador 1 del OE4</i>	271
Tabla 117: <i>Ficha n°15 de observación del indicador 1 del OE4</i>	272
Tabla 118: <i>Ficha n°16 de observación del indicador 1 del OE4</i>	273
Tabla 119: <i>Ficha n°17 de observación del indicador 1 del OE4</i>	274
Tabla 120: <i>Ficha n°18 de observación del indicador 1 del OE4</i>	276
Tabla 121: <i>Ficha n°19 de observación del indicador 1 del OE4</i>	277
Tabla 122: <i>Ficha n°20 de observación del indicador 1 del OE4</i>	278
Tabla 123: <i>Ficha n°21 de observación del indicador 1 del OE4</i>	279
Tabla 124: <i>Ficha n°22 de observación del indicador 1 del OE4</i>	280
Tabla 125: <i>Ficha n°23 de observación del indicador 1 del OE4</i>	281
Tabla 126: <i>Ficha n°24 de observación del indicador 1 del OE4</i>	282
Tabla 127: <i>Ficha n°25 de observación del indicador 1 del OE4</i>	283
Tabla 128: <i>Ficha n°26 de observación del indicador 1 del OE4</i>	284
Tabla 129: <i>Ficha n°27 de observación del indicador 1 del OE4</i>	285
Tabla 130: <i>Ficha n°28 de observación del indicador 1 del OE4</i>	286
Tabla 131: <i>Ficha n°29 de observación del indicador 1 del OE4</i>	287
Tabla 132: <i>Ficha n°30 de observación del indicador 1 del OE4</i>	288
Tabla 133: <i>Ficha n°31 de observación del indicador 1 del OE4</i>	289
Tabla 134: <i>Ficha n°32 de observación del indicador 1 del OE4</i>	291
Tabla 135: <i>Ficha n°33 de observación del indicador 1 del OE4</i>	292

Tabla 136:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico</i>	4294
Tabla 137:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico</i>	4298
Tabla 138:	<i>Subcategorías del objetivo específico 5.....</i>	304
Tabla 139:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico</i>	5305
Tabla 140:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE5 (pág. 1)</i>	309
Tabla 141:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE5 (pág. 2)</i>	310
Tabla 142:	<i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 1 del OE5</i>	311
Tabla 143:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico</i>	5313
Tabla 144:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE5</i>	317
Tabla 145:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE5</i>	318
Tabla 146:	<i>Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico</i>	5320
Tabla 147:	<i>Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE5</i>	323
Tabla 148:	<i>Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE5</i>	324
Tabla 149:	<i>Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 3 del OE5</i>	325

Índice de figuras

Figura 1: <i>Territorios fragmentados en Zaragoza</i>	2
Figura 2: <i>Viviendas en una zona protegida del Parque Nacional Tunari</i>	3
Figura 3: <i>Priorización de espacios para automóviles en México</i>	4
Figura 4: <i>Fragmentación de Guadalajara y Zinacantepec</i>	5
Figura 5: <i>Predios sin uso en el Perú</i>	6
Figura 6: <i>Segmentación del territorio de Ica</i>	8
Figura 7: <i>Cerro San Cosme, Cerro San Pedro, Cerro El Pino</i>	9
Figura 8: <i>Zona urbana del distrito de Jorge Chávez</i>	11
Figura 9: <i>Vista panorámica de Jorge Chávez</i>	13
Figura 10: <i>Evolución histórica del comercio y el espacio donde se desarrolló</i> ...	23
Figura 11: <i>Proceso económico</i>	24
Figura 12: <i>Local comercial de Edifica</i>	26
Figura 13: <i>Tipología de espacios comerciales según el radio de influencia</i>	27
Figura 14: <i>Espacios de uso comercial según su estacionalidad</i>	28
Figura 15: <i>Espacios de uso comercial según su patrón de organización</i>	30
Figura 16: <i>Food Villa Market</i>	32
Figura 17: <i>Mercado de Abastos de Curacautín</i>	42
Figura 18: <i>Diseño exterior de un Restaurante</i>	52
Figura 19: <i>Rótulo de un Supermercado</i>	53
Figura 20: <i>Escaparate exterior de la marca Vans</i>	55
Figura 21: <i>Entrada al Centro Comercial Tres Aguas</i>	56
Figura 22: <i>Fachada del Mercado Municipal Roma</i>	57
Figura 23: <i>Aplicación de elementos naturales para aprovechar su sonido</i>	58
Figura 24: <i>Integración de flores en la zona de comidas del espacio comercial</i> ...	59
Figura 25: <i>Elementos que influyen en la temperatura de un espacio</i>	60
Figura 26: <i>Iluminación del Mercado de Tirso de Molina</i>	61
Figura 27: <i>Limpieza y orden del Mercado Municipal de Atarazanas en España</i> .	62
Figura 28: <i>Forma del Templo de Loto en Nueva Delhi</i>	66
Figura 29: <i>Clientes del espacio comercial</i>	67
Figura 30: <i>Vendedor de puesto fijo</i>	68
Figura 31: <i>Accesibilidad al espacio comercial</i>	69
Figura 32: <i>Mobiliario urbano en el espacio comercial para la integración</i>	70
Figura 33: <i>Arq. vernácula aplicada al diseño de una edificación en Puno</i>	71

Figura 34: <i>Iluminación y color en los espacios comerciales</i>	73
Figura 35: <i>Ruido ambiental en zonas urbanas</i>	76
Figura 36: <i>Sonido reflejado por las superficies del espacio</i>	77
Figura 37: <i>Olor ambiental desagradable por acopio de basura</i>	79
Figura 38: <i>Lista de empleos generados por Centros Comerciales</i>	81
Figura 40: <i>Método de interacción social ante la Pandemia</i>	82
Figura 41: <i>Espacio público iluminado que expresa seguridad</i>	83
Figura 42: <i>Identidad cultural de Cajamarca expresada en el espacio público</i>	85
Figura 43: <i>Proceso de conformación territorial del distrito de Jorge Chávez</i>	88
Figura 44: <i>Aspectos que involucra la situación geográfica</i>	90
Figura 45: <i>Vías y movilidad urbana</i>	91
Figura 46: <i>Morfología del tejido urbano de distintos países del mundo</i>	92
Figura 47: <i>Equipamiento educativo Innova Schools</i>	93
Figura 48: <i>Tipología típica de vivienda de la Sierra del Perú</i>	94
Figura 49: <i>Comité Central de Rondas de Chota</i>	95
Figura 50: <i>Identificación étnica en el mundo</i>	96
Figura 51: <i>Celebración del Carnaval en Cajamarca</i>	97
Figura 52: <i>Sistema de áreas verdes</i>	99
Figura 53: <i>Zona vulnerable al repliegue comunitario</i>	101
Figura 54: <i>Ejemplo del proceso de regulación urbana</i>	102
Figura 55: <i>Ubicación y localización del distrito de Jorge Chávez</i>	106
Figura 56: <i>Territorio del distrito de Jorge Chávez</i>	107
Figura 57: <i>Población de Jorge Chávez, según grupos quinquenales de edad</i> ..	107
Figura 58: <i>Cosechas según principales productos agrícolas</i>	108
Figura 59: <i>Siembra según principales productos agrícolas</i>	108
Figura 60: <i>Condiciones climáticas de Jorge Chávez</i>	109
Figura 61: <i>Recorrido del sol en Jorge Chávez</i>	110
Figura 62: <i>Especies forestales de Jorge Chávez</i>	111
Figura 63: <i>Mamíferos en Jorge Chávez</i>	112
Figura 64: <i>Aves en Jorge Chávez</i>	112
Figura 65: <i>Reptiles en Jorge Chávez</i>	113
Figura 66: <i>Vulnerabilidad ante desastres en Jorge Chávez</i>	113
Figura 67: <i>Miradores de Jorge Chávez</i>	114
Figura 68: <i>Accesibilidad al distrito de Jorge Chávez</i>	115

Figura 69: <i>Empresa de transporte interdistrital</i>	116
Figura 70: <i>Viviendas del Centro poblado de Lucmapampa</i>	116

Resumen

El distrito de Jorge Chávez ubicado en Cajamarca, presenta: ausencia de equipamientos comerciales de escala distrital, vías peatonales y vehiculares en malas condiciones, así mismo, el accionar del gobierno es desigual en el territorio, esto ha promovido la pérdida de la identidad cultural, la independización de caseríos y la creación de nuevos distritos, disminuyendo su zona urbana; además, el desarrollo de una colina, funciona como barrera física que divide dos Centros Poblados. Ante tal situación, es necesaria la implementación de acciones que contribuyan a la integración urbana. Por tanto, el objetivo del estudio fue identificar la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito. La metodología utilizada se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, de tipo aplicada con diseño fenomenológico. Como resultado se obtuvieron los criterios arquitectónicos a considerar para proyectos comerciales, que fomenten la integración social, así como, las características y efectos de la fragmentación urbana del sector. Finalmente, se concluyó que, un Mercado de Minorista en Jorge Chávez ofrece beneficios tanto económicos, sociales y culturales, sus ambientes y actividades son capaces de promover la integración social, lo que aporta a la reducción de los efectos de la fragmentación del territorio urbano.

Palabras clave: mercado, espacio comercial, fragmentación urbana, conectividad.

Abstract

The district of Jorge Chávez located in Cajamarca, presents: absence of commercial facilities on a district scale, pedestrian and vehicular roads in poor condition. Likewise, the actions of the government are unequal in the territory, this has promoted the loss of cultural identity, the independence of hamlets and the creation of new districts, reducing their urban area; In addition, the development of a hill works as a physical barrier that divides two Populated Centers. In such a situation, it is necessary to implement actions that contribute to urban integration. Therefore, the objective of the study was to identify the importance of commercial spaces to reduce the problems of urban fragmentation in the district. The methodology used was developed under a qualitative approach, of an applied type with a phenomenological design. As a result, the architectural criteria to be considered for commercial projects were obtained, which promote social integration, as well as the characteristics and effects of the urban fragmentation of the sector. Finally, it was concluded that a Retail Market in Jorge Chávez offers both economic, social and cultural benefits; its environments and activities are capable of promoting social integration, which contributes to the reduction of the effects of the fragmentation of the urban territory.

Keywords: market, commercial space, urban fragmentation, connectivity.

I. INTRODUCCIÓN

Para empezar, es necesario presentar la ***aproximación temática*** de la investigación. Según, García & Sánchez (2020) esta es la parte donde se delimita el objeto de estudio, describiendo sus características, así como las circunstancias y factores que lo afectan. En otras palabras, se trata de la exposición de una situación problemática en el contexto actual y real, tanto a nivel internacional, latinoamericano, nacional, regional, distrital y local.

La expansión urbana es inevitable pues las ciudades a lo largo del tiempo van creciendo, sin embargo, a la actualidad, la forma en que se consolidan viene formado pequeños fragmentos urbanos, que resultan siendo zonas pertenecientes a un mismo territorio pero que están desconectadas entre sí. La fragmentación urbana según Calderón Vilca et al., al año 2020, hace referencia a la división del territorio en pequeños espacios, donde a diferencia de la aglomeración de servicios del centro urbano, se genera la desigualdad. La ruptura de una ciudad influye principalmente en tres dimensiones: la dimensión espacial, la dimensión social y la dimensión política. Por ejemplo: la fragmentación urbana a nivel espacial, crea un sistema de vías de comunicación restringido, equipamientos indispensables a grandes distancias; a nivel social, debido al déficit de oportunidades productivas del sitio, los habitantes se ven obligados a migrar haciendo que la población sea reducida; y a nivel de políticas, las autoridades se desligan de su responsabilidad de gestión y regulación del territorio fragmentado. De este modo, se impide el desarrollo social y económico de la población.

A nivel internacional, en España, la ciudad de Zaragoza ha sufrido la fragmentación de su metrópoli, según el estudio desarrollado por Escolano et al., en el 2018, dicha fragmentación es producida por la creación de espacios de uso residencial e industrial separados del tejido urbano existente y por la migración de las nuevas generaciones hacia las periferias debido al menor valor del suelo. Al mismo tiempo, algunas partes del municipio están limitadas por vías y barreras físicas del territorio, además, el espacio urbano está conformado por grandes predios residenciales y espacios libres cercados con elementos que disminuyen el área destinada para la circulación. La fragmentación de Zaragoza ha generado que

la forma de vivir centralizada en un solo espacio urbano adquiera distintos núcleos, pasando del monocentrismo al policentrismo. Por otro lado, ante la necesidad de equipamientos cercanos a los sectores fragmentados, se han implementado edificaciones nuevas, entre ellas Hospitales, Centros comerciales, universidades, etc., los cuales, si bien ofrecen puestos de trabajo, también han producido que el lugar de residencia de la población cambie por la dispersión espacial de los empleos y consigo se modifique la caracterización de la comunidad de Zaragoza. Asimismo, la fragmentación ha promovido la diferenciación socioeconómica de las nuevas urbanizaciones, pues los nuevos barrios tienen niveles socioeconómicos distintos a los barrios tradicionales. Por tanto, se concluye que, en el caso de Zaragoza, una de las causas de su fragmentación urbana es la construcción de urbanizaciones en las periferias de la ciudad española, circunstancia que ha modificado tanto las necesidades básicas como la manera de vivir de sus habitantes.

Figura 1

Territorios fragmentados en Zaragoza



Nota. La muralla romana de Zaragoza es una pared defensiva construida en la Colonia Caesar Augusta. Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, ocurre la fragmentación en Bolivia, en la ciudad de Cochabamba, debido al establecimiento irregular de viviendas en la periferia, que según el estudio ejecutado por Cabrera et al., en el 2019, el lugar donde se construyeron estas viviendas corresponde a una zona protegida del Parque Nacional Tunari, lo que puso en riesgo a una de las fuentes de agua de todo el país de Bolivia. Además, se crearon barrios cerrados alejados del centro urbano, en donde los usuarios no solo son personas de niveles económicos bajos, sino también personas de niveles económicos altos, que colocaron barreras físicas en sus viviendas no por inseguridad sino por auto aislamiento. Es decir, la fragmentación urbana también es un fenómeno social que depende de caracteres individuales de la población, pues se relaciona con la preferencia de algunos individuos por aislarse del resto.

Figura 2

Viviendas en una zona protegida del Parque Nacional Tunari



Nota. Se aprecian las viviendas ubicadas en el *Parque Nacional Tunari*.

Fuente: Portal Web de la empresa consultora Sobre riesgos.

De igual forma, a nivel latinoamericano las ciudades han desarrollado una fragmentación urbana, conforme a una investigación realizada por Czerny & Czerny, en el año 2020, la fragmentación urbana de las ciudades latinoamericanas va más allá de la distancia entre sus urbanizaciones, pues involucra también una distancia social y psicológica. Al respecto, las mismas autoras Czerny & Czerny, determinaron algunos efectos del fenómeno de fragmentación urbana de las

ciudades de América Latina, como, por ejemplo: una ciudad desintegrada y dividida por la manera de vivir de sus habitantes, una imagen urbana segmentada, la necesidad de servicios de transporte con mayor cobertura (capaz de llegar a todas las zonas); asimismo, sectores sin acceso a servicios e infraestructura urbana y baja participación tanto social como política de las autoridades. Es decir, en los países latinoamericanos la fragmentación urbana no solo influye a nivel del territorio espacial, sino también, a nivel sociocultural, político y económico. Como ejemplo de ello, se encuentra México, conforme a Rodríguez, en 2016, en esta ciudad dicho fenómeno estuvo representado por el desarrollo de nodos comerciales alejados de su entorno, así como por la construcción de zonas destinadas para automovilistas y autos. Por otro lado, en las periferias se implantaron conjuntos de vivienda de interés social, que por su ubicación no tuvieron acceso a servicios básicos, ni a transporte y menos a equipamientos de educación o salud. En otras palabras, la fragmentación de México fue producida por priorizar los espacios para automóviles en lugar de espacios para las personas y por la ubicación de espacios comerciales y residenciales en los bordes de la ciudad.

Figura 3

Priorización de espacios para automóviles en México



Nota. Se aprecia la jerarquización de vías con grandes dimensiones. Fuente: Portal Web de The New York Times.

Sin embargo, específicamente, la división territorial de este país se produjo en Zinacantepec y Guadalajara, acorde al estudio realizado por Contreras et al., en el 2018, en estos dos municipios mexicanos la ruptura urbana se dio por la creación de viviendas del tipo cerradas, producto de la inseguridad ciudadana. En Zinacantepec, por ejemplo, existen un total 24 urbanizaciones cerradas pertenecientes al sector de la población con más altos ingresos económicos, estas edificaciones fortificadas han aumentado la distancia a nivel social de la población; por otro lado, en el municipio de Guadalajara, existen este mismo tipo de viviendas, pero a diferencia de Zinacantepec, la ruptura espacial del tejido urbano se ha disminuido debido a la creación de equipamientos urbanos. Entonces, se infiere del caso de estos dos municipios mexicanos que, otra causa de la fragmentación urbana es el cerramiento de las construcciones, a través de barreras físicas, que impiden la integración de la ciudad y sus habitantes; sin embargo, según el caso específico de Guadalajara, una estrategia que puede disminuir los efectos de la desintegración de la metrópoli, es la implementación de proyectos arquitectónicos urbanos.

Figura 4

Fragmentación de Guadalajara y Zinacantepec



Fuente: Elaboración propia.

A nivel nacional, acorde a un artículo realizado por Calderón et al., en el 2020, la conformación urbana del Perú es a consecuencia de una conquista que inició desde la época colonial. Su fragmentación urbana se evidencia con mayor énfasis en las regiones más alejadas y pobres del país. El foco de desarrollo de actividades económicas del Perú está centralizado en la región Costa, específicamente en Lima, esto ha conllevado a la disminución de oportunidades para el desarrollo financiero de los demás departamentos y ha generado la migración masiva de poblaciones. Adicionalmente, conforme a Czerny & Czerny, en el 2020, una causa de la fragmentación de las ciudades peruanas, es la separación del territorio debido a la existencia de grandes predios urbanos (generalmente propiedades del Estado), que por la carencia de planificación urbana o por el incumplimiento de las políticas y lineamientos ya existentes se encuentran sin ningún uso. Por tanto, del caso del Perú se concluye que, otro factor determinante de la fragmentación urbana es la presencia de terrenos sin uso, así como el nivel económico de cada región, a más pobre sea una ciudad, más desigualdad espacial y social desarrollará.

Figura 5

Predios sin uso en el Perú



Nota. En la figura se aprecia la existencia de grandes lotes sin uso en el Perú. Fuente: Portal Web del Diario Gestión.

De ahí que, la fragmentación urbana guarda relación directa con el desarrollo económico y social de un sector, así lo demuestra el estudio elaborado por Calderon, en el año 2019, el cual determina que, en cuanto más cohesión halla en un territorio, mayor será su desarrollo social y económico, esto ocurre en Lima, Arequipa, Lambayeque, Moquegua, Tacna, Tumbes y La Libertad. Además, en dichos departamentos, las poblacionales siguen un modelo de agrupación (en una misma zona), esas concentraciones han fomentado el progreso de las actividades económicas del sector. Lo contrario ocurre en departamentos como Pasco, Cajamarca, Ucayali, Loreto, Huánuco, Huancavelica, Amazonas y Puno, donde es mayor la segmentación del espacio urbano y, por tanto, es menor el avance socioeconómico. De los casos mencionados, se concluye que, no siempre la fragmentación urbana es el factor detonante de un bajo desarrollo socioeconómico, pues existen situaciones en que ocurre al revés, es decir, donde los factores influyentes para la fragmentación de un territorio son los niveles económicos de la población.

A nivel regional, Ica está en medio de un proceso tanto de fragmentación como de integración urbana, en base la investigación de Arteaga, en el 2017, la fragmentación de Ica surgió por la implementación de algunas habilitaciones urbanas y construcción de viviendas de interés social en la periferia, sin tomar en cuenta ciertos criterios mínimos. Por ejemplo: dichos equipamientos residenciales se implantaron en lugares donde no había correspondencia con los usos planteados en los planes urbanos de la ciudad, pero aún, en zonas de alto riesgo a producirse un terremoto o inundación. Así mismo, existen habilitaciones urbanas en tierras rurales, donde el mal emplazamiento ha producido que el acceso se dé a través de vías terciarias, calles de tierra por las que no circulan los servicios de transporte, factor que ha sido determinante para que el acceso a los servicios urbanos sea limitado, produciendo inevitablemente una separación definitiva del tejido urbano existente. Sin embargo, la nueva concentración de las poblaciones en periferia ha dado espacio a un nuevo proceso de integración urbana de los sectores aledaños. Es decir, respecto al caso de Ica, se deduce que, es posible que se produzcan procesos de integración y fragmentación urbana a la vez, pero son fenómenos autónomos, uno no depende del otro.

Figura 6

Segmentación del territorio de Ica



Nota. En la figura se aprecia la existencia de elementos de agua que fragmentan ciertas partes de Ica. Fuente: Elaboración propia.

Otra ciudad fragmentada es Casma, en Ancash, conforme a Vargas, en el año 2016, dicha ruptura de la ciudad se dio por crecimiento desordenado de la urbe, por la ausencia o deficiencia de los planes urbanos y por la mala gestión municipal que permitió el asentamiento poblacional en zonas no aptas para dicho uso, lo que generó viviendas vulnerables y el deterioro del entorno urbano. De este caso, se asume que, en el proceso de fragmentación urbana siempre influye la administración municipal, las políticas que tenga cada urbe y la manera de regular el cumplimiento de los planes urbanísticos.

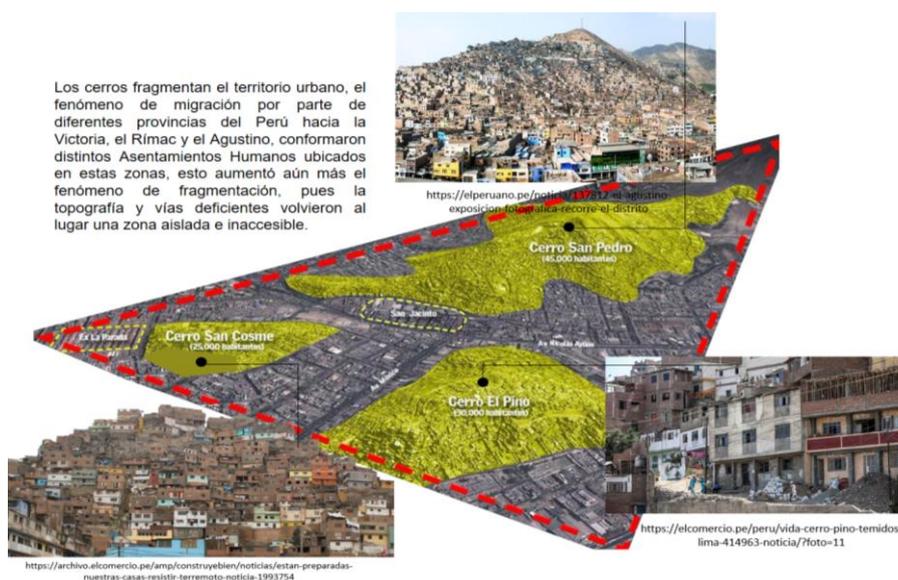
A nivel distrital, en Lima Metropolitana los procesos de habilitación urbana y ocupación del territorio son el principal motor de la fragmentación de la ciudad, por ejemplo, según la investigación realizada por Wiese et al., en el 2016, fueron cuatro tipos de áreas las urbanizadas: en primer lugar, se produjo la ocupación del suelo agrícola (promovida por la comercialización de lotes para residencias unifamiliares) dando lugar a los distritos de San Borja, Surco, Los Olivos y Comas; en segundo lugar, se dio la ocupación del suelo eriazo (promovida por las invasiones) hoy distritos de Villa el Salvador y Puente Piedra; por último, la

ocupación de las quebradas y laderas (promovida por la necesidad de vivienda del sector con más carencias). Esta conformación en base a intereses personales y no a una planificación urbana evidencia la desigualdad espacial, social y económica de Lima Metropolitana, lo que ha generado la desconexión o fragmentación de sus componentes urbanos. Sin embargo, Lima es una metrópoli donde su población se concentra en un solo lugar, este factor, por el contrario, ha promovido la integración de la urbe. Por tanto, si bien Lima se ha fragmentado a través del tiempo por su manera de ocupar el territorio, su consolidación (en cuanto a concentración de la población, mejora de la vialidad, servicios urbanos para todos, etc.), está produciendo una etapa de integración urbana.

Por otro lado, el distrito de la Victoria desarrolla su fragmentación como resultado de la invasión del Cerro San Cosme, según Rojas et al., en el 2020, el fenómeno de migración por parte de diferentes provincias del Perú hacia la Victoria, conformó el actual Asentamiento Humano San Cosme, esta barriada fragmentó el distrito por el lugar donde se colocó, pues la topografía del cerro volvió al lugar una zona aislada e inaccesible. De este caso, se infiere que, la expansión urbana informal, desordenada y descontrolada es otro factor determinante para la fragmentación de las ciudades, pues las nuevas urbanizaciones al no seguir un plan urbano carecen de los servicios básicos que ofrece toda habitación urbana.

Figura 7

Cerro San Cosme, Cerro San Pedro, Cerro El Pino

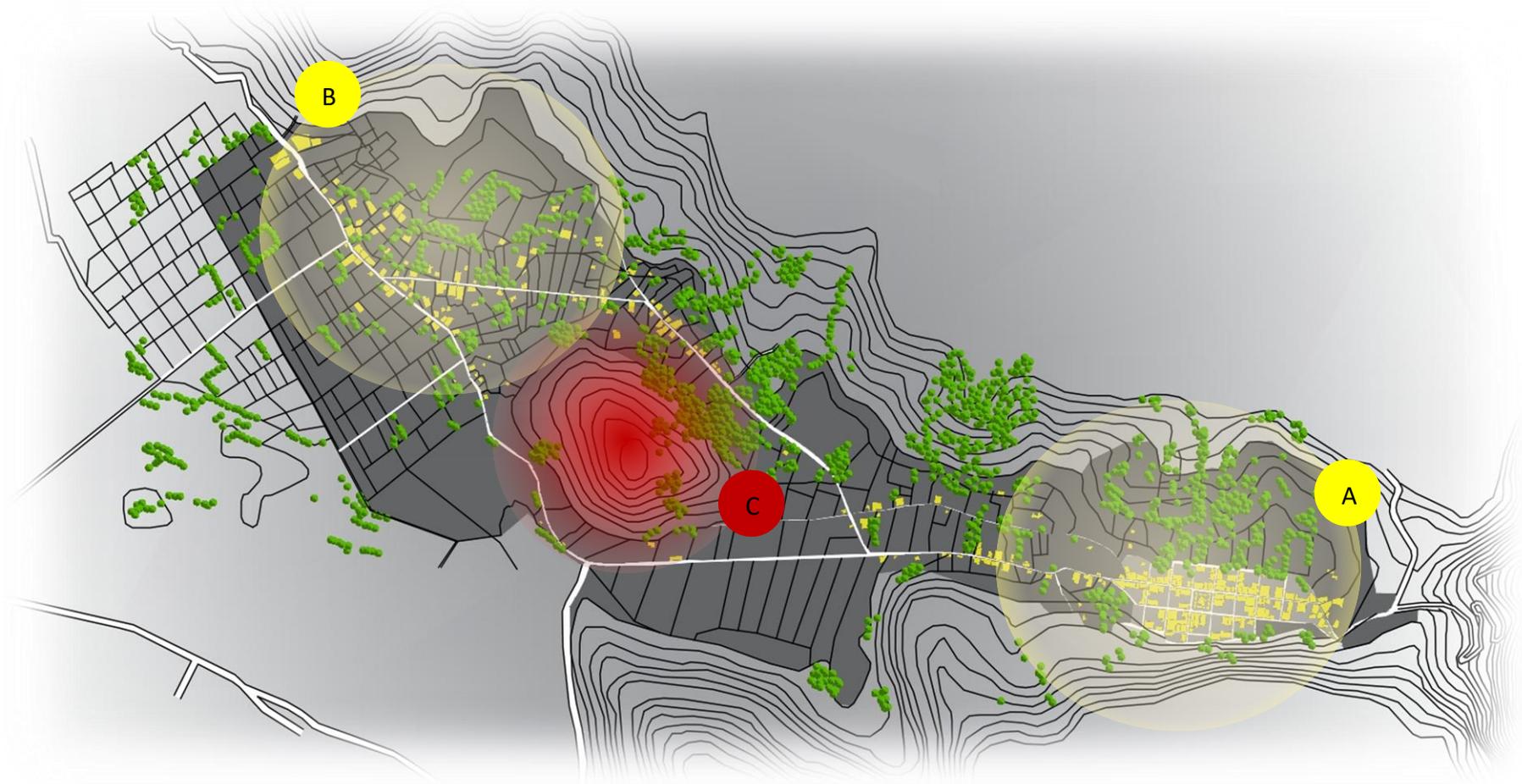


Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, respecto a Jorge Chávez, este es un distrito ubicado en el departamento de Cajamarca, provincia de Celendín, conformado por el Centro Poblado de Lucmapampa (donde se encuentra la mayor concentración poblacional del distrito) y a unos kilómetros por el Centro Poblado de Macas (constituido por al menos diez casas, un colegio, una losa deportiva, una capilla y un centro comunitario), estas dos partes de Jorge Chávez se encuentran separadas, dentro de las causas de este fenómeno se encuentran que, las vías de acceso a esta zona son caminos sin asfaltar que la vuelven inaccesible, la existencia de grandes terrenos rústicos sin uso y el desarrollo de un elemento natural ubicado en la parte central que aísla a dicho Centro Poblado del centro urbano.

Figura 8

Zona urbana del distrito de Jorge Chávez



Nota. El gráfico muestra la distribución de los Centros Poblados de Lucmapampa (A) y Macas (B) que conforman al distrito de Jorge Chávez, así mismo, se evidencia la ruptura urbana dada por un elemento natural (C) que se convierte en una barrera física. Fuente: Elaboración propia con apoyo del registro satelital de Google Maps.

Pero, ¿cuál fue el proceso de conformación del Centro Poblado de Macas? y ¿por qué su ubicación al borde del distrito?, para conocer ello, a través de una visita técnica, se recogió información relevante. Acorde al testimonio de los habitantes de Macas, la ubicación de sus viviendas fue influenciada netamente por factores personales, algunos por el menor costo de los predios de la periferia y otros por la adquisición de terrenos heredados de los abuelos, además, comentan que, las autoridades locales no realizan proyectos urbanos ni sociales que los involucre al resto del pueblo, las mejoras de la infraestructura de su espacio deportivo ha sido gracias al aporte individual, más no por el financiamiento del gobierno local; además, no cuentan con los servicios públicos que ofrece el centro urbano (mantenimiento de calles y espacios verdes, transporte público, señal de teléfono, acceso a equipamientos de salud, recreación, participación en actividades culturales, etc.), por tanto, se sienten excluidos y han perdido identidad cultural con el distrito.

Una de las costumbres del distrito de Jorge Chávez, es rendir homenaje a la Virgen de la Natividad, cada mes de Setiembre todos los años, en dicha fecha, en la Iglesia ubicada al frente de la Plaza de Armas del pueblo, se llevan a cabo misas, asimismo, procesiones que van variando su recorrido por día, primero, por las calles principales del Barrio Alto, luego, por el Barrio Bajo. Finalmente, se organizan fiestas con la presencia de Orquestas en la Plaza de Armas al aire libre (con la finalidad de ser accesible para todo el pueblo). Sin embargo, tal es la percepción de exclusión de la población del Centro Poblado de Macas que han optado por modificar esta costumbre, ellos actualmente rinden tributo a una virgen distinta pero que lleva el mismo nombre, y de igual forma han realizado distintas actividades sociales (misas, campeonatos deportivos, procesiones y fiestas), separados del resto de “jorgechavinos” como si se tratara de dos distritos diferentes, lo que ha generado que ambas partes del distrito estén en constante competencia. Todo ello evidencia que, la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez ha provocado la desigualdad de oportunidades y servicios urbanos para el Centro Poblado de Macas, así como la modificación de la identidad cultural de sus habitantes.

Figura 9

Vista panorámica de Jorge Chávez



Nota. En la figura se aprecia el distrito de Jorge Chávez. Fuente: Fotografía de Jhordan Sánchez.

Ante la problemática descrita, es necesario plantear estrategias para disminuir los problemas de la fragmentación de Jorge Chávez, es por ello que, el estudio plantea como recurso la incorporación de espacios comerciales, donde la población necesariamente tendrá que integrarse, pero espacios con elementos del diseño arquitectónico adecuados que permitan la integración tanto del tejido urbano como de los ciudadanos, teniendo en consideración que a la actualidad el distrito no cuenta con estos tipos de espacios, la única manera de adquirir productos de primera necesidad es a través de los comercios ubicados en la Provincia de Celendín, a media hora de Jorge Chávez. En consecuencia, se plantea la **formulación del problema**, es decir, la interrogante a la que es necesario dar respuesta: ¿Cuál es la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez?

En cuanto a la **justificación** del estudio, en primer lugar, existe una justificación práctica pues la investigación ayudará en la toma de decisiones municipales, sobre la importancia de considerar como prioridad, dentro de los

planes urbanos de Jorge Chávez, la implementación y diseño de espacios comerciales en el distrito, teniendo en cuenta que existe una carencia de estos espacios; en segundo lugar, también existe una justificación teórica debido a que el estudio incluye el aporte de aspectos teóricos sobre los elementos del diseño que deben considerarse en espacios comerciales para integrar una urbe fragmentada; por último, existe una justificación social, pues los resultados de la investigación beneficiarán a la población “jorgechavina”, permitiéndoles conocer de qué modo el diseño de los espacios comerciales en su distrito podrían integrarlos al centro urbano y disminuir su percepción de exclusión espacial y social.

Por lo tanto, se proyectan los objetivos de la investigación, que conforme a, García & Sánchez (2020) son las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar los conocimientos que darán respuesta al estudio. A continuación, el **objetivo general**: *Identificar la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez*, asimismo, se proponen como **objetivos específicos**: (a) *Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales*; (b) *Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez*; (c) *Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez*; (d) *Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado*; y (e) *Describir los fenómenos causados por la fragmentación urbana en Jorge Chávez*.

Finalmente, se presenta la posible respuesta al problema de investigación, es decir, se muestra la **hipótesis**: Los espacios de uso comercial son importantes para disminuir los problemas de fragmentación urbana pues a través de sus elementos de diseño arquitectónico, como la forma, el volumen, la textura, la función, entre otros, se promueve la integración con el entorno. De igual forma, respecto a los ciudadanos, las actividades comerciales, sociales y culturales favorecen su cohesión, así mismo, estos espacios brindan a la población la opción de ofrecer sus productos, en este caso, la venta de sombreros hechos a mano (el distrito se caracteriza por ello), permitiéndoles mejorar su nivel económico y

recuperar la identidad cultural que se perdió. Los espacios de uso comercial influyen de manera positiva en el proceso de integración del centro urbano fragmentado de Jorge Chávez, impactan directamente a la ciudad mejorando las condiciones de vialidad del entorno. Además, ocupando áreas sin uso, con la oferta de esta infraestructura, se elimina la desconexión física y se conecta el tejido urbano fragmentado. Al mismo tiempo, los espacios comerciales generan beneficios a nivel económico, social y cultural en las ciudades.

II. MARCO TEÓRICO

En el **marco teórico** según Hernández et al. (2014) se exponen los trabajos previos, teorías, conceptos y definiciones que constituyen la base teórica del trabajo de investigación, es decir, a través de este apartado se expresa el enfoque teórico del estudio, esta orienta el rumbo del mismo.

A continuación se muestran los **antecedentes internacionales** de la presente publicación, que conforme a Hernández et al. (2014) son los estudios que se han realizado con anterioridad en países extranjeros sobre el tema de estudio o relacionado a él, en otras palabras, son trabajos de investigación de países distintos al país original donde se desarrolla la exploración.

En España, Czerny & Czerny (2020) en su artículo nombrado “*La ciudad hispanoamericana fragmentada versus sostenibilidad*” presentado a la revista Semestre Económico, cuyo objetivo fue identificar los factores determinantes de la fragmentación de la ciudad hispanoamericana. Como parte de una metodología de investigación cualitativa, se efectuó la revisión documental y el análisis de los cambios espaciales sucedidos durante las cinco últimas décadas en las ciudades hispanoamericanas. Obteniendo la siguiente conclusión: los principales factores determinantes de la fragmentación en el espacio territorial hispanoamericano, son la fricción y la percepción de distancia (distancia psicológica, social y económica).

Del estudio se infiere que, las ciudades hispanoamericanas han desarrollado el proceso de fragmentación urbana no tanto por factores espaciales, sino en torno más al factor distancia, sin embargo, se trata de la idea de distancia tal y como es concebida por los ciudadanos a nivel psicológico, social y económico.

En Bolivia, Cabrera et al. (2019) en su artículo denominado “*Cochabamba en fragmentos: un acercamiento al fenómeno de los barrios cerrados*” presentado a la revista Investigación & Desarrollo, cuyo objetivo fue determinar el estado actual de los barrios cerrados del área metropolitana de Cochabamba en relación al fenómeno de fragmentación urbana. La investigación asumió un enfoque cualitativo, se desarrolló en cuatro etapas: primero, la identificación y cuantificación de los barrios cerrados; segundo, la elección de la muestra; tercero, el trabajo de campo en los barrios seleccionados; y cuarto, el análisis de la información

recolectada, así como la redacción de los resultados. Alcanzando la siguiente conclusión: En base a las características espaciales, sociales y simbólicas de los barrios cerrados de Cochabamba, se evidencia, que dichas urbanizaciones cerradas aún no alcanzan la total fragmentación urbana a comparación de otras ciudades latinoamericanas.

Por tanto, si la fragmentación urbana es el resultado de la división del territorio en pequeñas unidades espaciales, para su total comprensión es necesario analizar y comparar las características de cada unidad, conocer la situación local permitirá proceder a plantear mejores soluciones, por ejemplo, en la tesis mencionada el análisis se efectuó a los barrios cerrados de Cochabamba en base a la dimensión espacial, simbólica y social.

En Colombia, Martínez (2018) en su tesis titulada *“Arquitectura comercial como detonante de la Revitalización Urbana”* presentada a la Universidad Católica de Colombia. Cuyo objetivo fue analizar los beneficios de diseñar estrategias de revitalización urbano-comercial para potencializar las actividades socioeconómicas del sector. Se realizó una descripción y análisis personal de la situación actual de la zona, como parte del enfoque cualitativo. Llegando a la siguiente conclusión: la actividad comercial se relaciona directamente con el desarrollo de la ciudad, en tal sentido, es necesario incluir dicha actividad en las estrategias de revitalización urbana, pues fortalece y suscita el dinamismo de los procesos tanto económicos como sociales de la colectividad.

La tesis anterior, demuestra el papel importante que juegan las actividades comerciales dentro de las ciudades, dentro de sus beneficios destaca la promoción de las actividades económicas y dinámicas de la sociedad, lo que finalmente conlleva a recuperar la vida y el valor de toda una urbe.

En Colombia, concretamente en Bucaramanga, Moreno (2017) en su tesis titulada: *“Análisis de los beneficios económicos y sociales percibidos con la puesta en marcha de Cacique el Centro Comercial y de Negocios P.H. en Bucaramanga y su área metropolitana”* presentada a la Universidad de Colombia. Cuyo objetivo fue analizar los beneficios económicos y sociales percibidos con la apertura del Centro Comercial Cacique en Bucaramanga y su área metropolitana. El estudio desarrolló

un enfoque cualitativo de alcance explicativo, conformado por tres partes, en primer lugar, se diseñó el instrumento de recolección de datos (la encuesta), luego, se aplicó dicho instrumento, se consolidó la información secundaria obtenida; y finalmente, se analizaron las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas del escenario actual del centro comercial. Llegando a la siguiente conclusión: el centro comercial genera beneficios económicos a la ciudad por diversos motivos, entre ellos por la valorización de la zona, por la atracción de inversionistas, así mismo, genera beneficios sociales, pues crea empleos, apoya a empresas locales, concibe aportes a los gobiernos locales, promueve el desarrollo urbano y crea espacios para la participación ciudadana en actividades culturales.

Es decir, el principal beneficio que genera la construcción de centros comerciales en las ciudades, es el económico, el que, por estar ligado a la sociedad, a su vez promoverá beneficios sociales y urbanos.

En Argentina, Barreto et al. (2016) en su artículo denominado *“Unidades espaciales residenciales homogéneas como factor de fragmentación social”* presentado a la revista Conociendo, cuyo objetivo fue analizar el fenómeno de fragmentación urbana en sus dimensiones físicas y sociales mediante el estudio de las formas de producción del espacio residencial. Se aplicó un enfoque cualitativo exploratorio, en base al análisis combinado de estudios de gabinete y de campo a través del registro fotográfico satelital y fichas de observación. Consiguiendo la siguiente conclusión: El estudio permitió observar la mixtura de los agrupamientos residenciales que conviven en contigüidad unos de otros, se clasificaron tres grandes grupos según su forma de producción habitacional: informal, estatal y privado, dichos agrupamientos habitacionales mostraron características semejantes en su interior, pero desiguales en relación a los demás grupos entre sí.

En base al antecedente argentino, se demuestra que la manera en que se forma un espacio residencial en el territorio (que puede ser a través de gestión pública, privada e incluso informal) es un factor que determina las características sociales de los grupos habitacionales, siendo similares dentro de cada conjunto residencial, no obstante, distintas en comparación al resto de grupos, lo que genera la fragmentación social y urbana de la zona.

De igual forma, se analizaron **antecedentes nacionales**, que según Hernández et al. (2014) son aquellos trabajos académicos sobre un tema o relacionado a él, elaborados con anterioridad en el país donde se lleva a cabo una investigación, es decir, son las investigaciones previas del país donde se realiza el estudio.

En Huánuco, Kohama (2020) en su tesis titulada *“Los espacios públicos de los centros comerciales y la actividad de esparcimiento en la ciudad de Huánuco 2019”* presentada a la Universidad Nacional Federico Villarreal, cuyo objetivo fue determinar la influencia de la arquitectura de los espacios comerciales en la actividad de esparcimiento de sus usuarios. Como parte del proceso del enfoque mixto de nivel descriptivo correlacional, de diseño no experimental, se aplicó una encuesta para obtener tanto datos estadísticos como datos cualitativos en relación a los usuarios de los centros comerciales Real Plaza y Open Plaza de Huánuco. Llegando a la siguiente conclusión: existe un 20.9% de influencia de la arquitectura de los espacios comerciales en la actividad de esparcimiento de sus usuarios, siendo el porcentaje de influencia del diseño un 23.7% y un 4.4% de influencia por parte del confort de los espacios comerciales.

Este estudio evidencia la baja influencia del diseño y el confort de los espacios comerciales en las actividades de esparcimiento de los consumidores, sin embargo, se desconocen los motivos propios del contexto local, es indudable que todo diseño novedoso de cualquier centro comercial evoca modernidad y tecnología a través de sus materiales, colores y formas, así mismo, si el confort es ofrecido en misma proporción en todos los espacios de la ciudad, entonces, el espacio comercial no generará ninguna influencia en especial.

En La Libertad, concretamente en la Esperanza, Rojas (2020) en su tesis titulada *“Estrategias de integración al entorno urbano en el diseño de espacios de arquitectura para ventas al por menor en La Esperanza, La Libertad, Perú, 2020”* presentada a la Universidad Privada del Norte, cuyo objetivo fue determinar la forma en que las estrategias de integración al entorno urbano condicionan al diseño de espacios para el comercio (respecto a forma, función y materialidad) en La Esperanza – La Libertad. Se realizó en primer lugar, la revisión documental de investigaciones científicas acorde al tema; luego, el análisis de los criterios de

diseño empleados en casos de proyectos arquitectónicos reales; finalmente, la descripción cualitativa y gráfica de los resultados; todo ello como parte del proceso de investigación del enfoque cualitativo, descriptivo, no experimental. Alcanzando la siguiente conclusión: para lograr la integración al entorno urbano el diseño de espacios comerciales en cuanto a forma, debe considerar volúmenes que jerarquicen los accesos principales, que generen ejes lineales conectados a áreas verdes y que permitan la iluminación y ventilación natural. Los volúmenes parcialmente deprimidos crean espacios intermedios, generan espacios verdes de fácil recorrido que conectan el interior con el exterior y permiten delimitar espacios públicos y privados. En cuanto a la función, se evidenció el uso de patios verdes como ejes de jerarquía lineal para el público y trabajadores, a su vez en todos los casos se apreció el uso de rampas, ascensores, puentes peatonales y escaleras, como generadores de dinamismo y creadores de pisos y medios pisos accesibles para el público. Finalmente, en relación a los materiales, se evidenció el uso de texturas en las fachadas para generar sensaciones de transición tanto dentro como fuera del proyecto arquitectónico, además se comprobó el uso de estructuras no convencionales (metal o madera) para conseguir amplitud dentro de los espacios comerciales.

Entonces, la investigación mencionada demuestra que, los espacios comerciales ejercen influencia sobre sus usuarios, son una potencial herramienta de integración al entorno, por tanto, es importante considerar adecuadamente los elementos de diseño arquitectónico de cada espacio.

En Trujillo, Villegas (2020) en su tesis titulada *“Instrumentos espaciales del comercio ambulatorio y permeabilidad espacial aplicados en el diseño del Centro Comercial Especializado para comerciantes informales en el distrito de Trujillo”* presentada a la Universidad Privada del Norte, cuyo objetivo fue determinar la manera en que la permeabilidad espacial (entendida como la capacidad del espacio de establecer conexiones entre lo privado y lo público, el interior y el entorno, con la finalidad de otorgar conexión física, visual y sensorial) condicionan el diseño del espacio comercial para ambulantes en Trujillo. Se realizó el estudio de casos arquitectónicos a través de la elaboración de fichas de análisis de casos de seis centros comerciales, como parte del enfoque cualitativo descriptivo. Alcanzando la

siguiente conclusión: la permeabilidad del espacio comercial de los casos analizados se logró a través de la aplicación de distintos criterios de diseño, entre ellos, el uso de plataformas secuenciales de integración cultural en las zonas de puestos fijos y transitorios (haciendo alusión a las plazas, que aparte de albergar comerciantes ambulantes también sirven para el intercambio cultural a la hora de comprar). Por otro lado, en la mayoría de casos, se efectuó la sustracción de volúmenes para lograr la continuidad de la trama y la integración en los espacios de venta, también, se organizó el espacio en base a ejes direccionales desde sus diferentes accesos para lograr circulaciones limpias, finalmente, se evidenció el uso de elementos estructurales flotantes de acero en las cubiertas.

En consecuencia, analizar casos existentes de centros comerciales, es un método de investigación útil, pues muestra los efectos que generan cada elemento arquitectónico sobre usuarios reales. En este caso, el uso de plataformas, la sustracción de volúmenes y el diseño de ejes direccionales, condicionan la integración del usuario al equipamiento y del equipamiento al entorno urbano.

En Lima, Santa-Cruz (2018) en su tesis titulada "*Territorios fragmentados. El caso de la Costa Verde*" presentada a la Universidad Católica del Perú, cuyo objetivo fue evidenciar la importancia de la dimensión política y espacial para desarrollar proyectos de escala metropolitana en el territorio para regenerar el tejido urbano fragmentado. Como proceso del enfoque cualitativo, se realizó el análisis documental de fuente primarias y entrevistas a los arquitectos responsables de las intervenciones de la Costa Verde. Llegando a la siguiente conclusión: El proceso de transformación del territorio de la Costa Verde en base a la dimensión espacial, fue producto de la intención de extender los balnearios del sur a toda Lima, sin embargo, si bien la vía expresa es una de las vías más importantes de Lima, también fragmenta el entorno urbano, son necesarios proyectos para establecer zonas de seguridad y espacios de interés para la población, entre las vías y el malecón. Sin embargo, la dimensión política del territorio (gobierno de Lima) no es capaz de ejecutar planes urbanos acordes a las necesidades de los ciudadanos.

Entonces, el estudio evidencia que la fragmentación urbana está condicionada en gran parte por factores gubernamentales, la ineficiencia del sector público y sus gobernantes repercute en la división del territorio y sus habitantes.

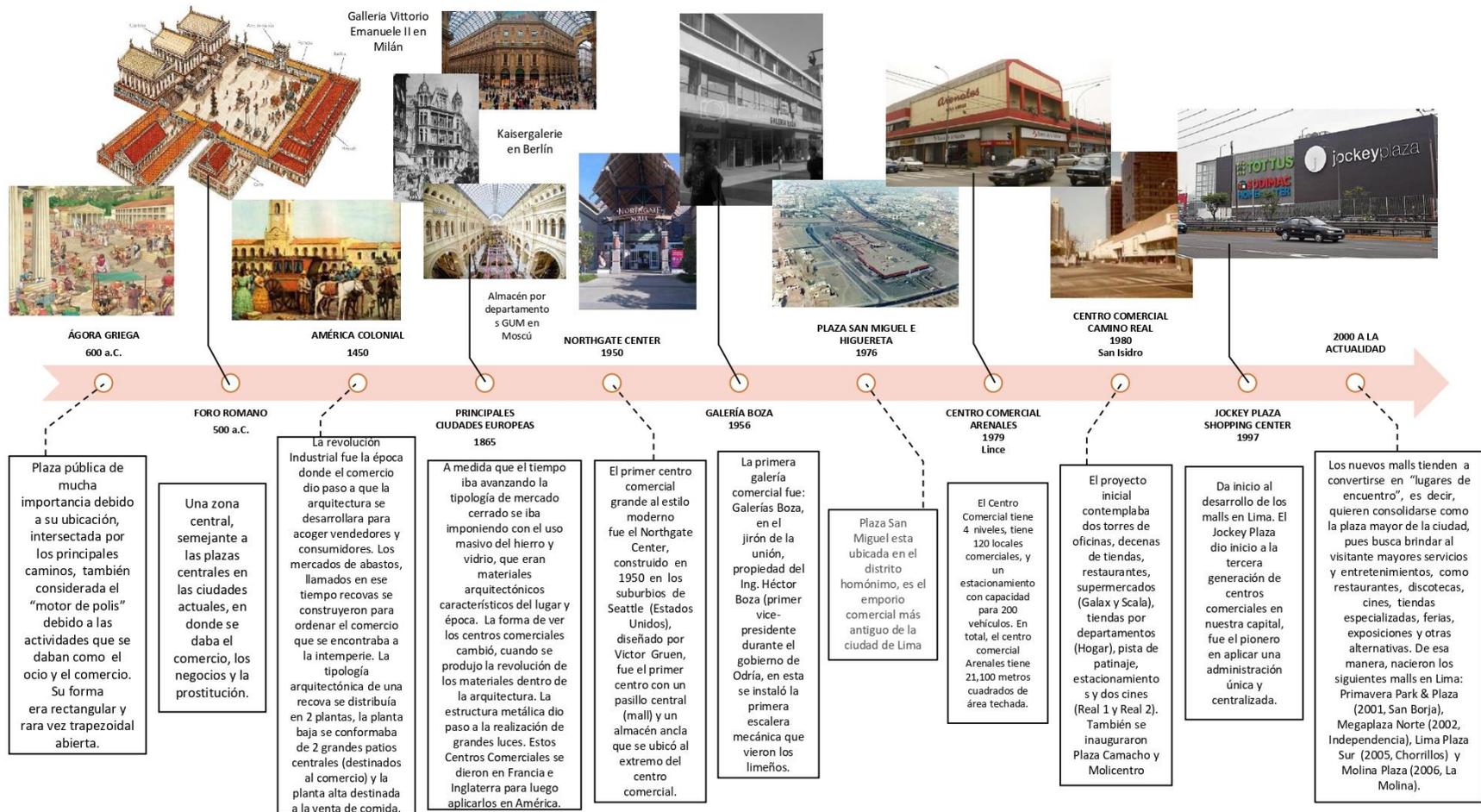
En La Libertad, Vilela & Moschella (2017) en su artículo denominado “*Paisaje y expansión urbana sobre espacios naturales en ciudades intermedias. El caso de Purrumpampa en Huamachuco, La Libertad, Perú*” presentado a la revista Bulletin, cuyo objetivo fue estudiar las transformaciones del paisaje urbano producidas por la urbanización informal sobre el humedal de Purrumpampa. La investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, mediante la ejecución de mesas de trabajo y talleres participativos con vecinos, dirigentes y funcionarios locales. Llegando a la siguiente conclusión: El territorio de Purrumpampa ha ido cambiando drásticamente por el uso ineficiente del suelo de los procesos de expansión urbana. El proceso de ocupación residencial del suelo de manera informal ya no es un proceso único de sectores pobres pues dicho fenómeno informal se ha generalizado en toda la ciudad. Lo que se agrava por la falta de políticas municipales para regular el uso del suelo y proteger la zona turística. En otras palabras, el antecedente mencionado, evidencia la importancia e influencia de las urbanizaciones informales en el territorio.

En este caso, el proceso de urbanización en una zona turística sin planeamiento urbano creó un área desabastecida de servicios urbanos, que fragmentó el tejido urbano local y segregó a las sociedades que lo conforman.

En seguida, se presenta el **marco histórico** en relación a los espacios comerciales. Moreno (2017) definió a este como la parte del trabajo de investigación donde se describe la reseña histórica del estudio, esto permite reconocer el contexto y sus características. En este caso, para desarrollar el marco histórico se hará uso de una línea de tiempo donde se identificarán los modos de comercio y los espacios donde estos se desarrollaron a través del tiempo.

Figura 10

Evolución histórica del comercio y el espacio donde se desarrolló.



Fuente: Elaboración propia con información de Villena, Cangalaza, Meza y Luna, 2017.

Así mismo, se tomaron ciertas **teorías** para poder comprender mejor el tema, de acuerdo con Hernández et al. (2014) estas teorías son el conjunto de conceptos sobre las variables de la investigación, en este caso, los subtemas relacionados a las categorías de estudio. Del mismo modo, se presentan las definiciones conceptuales de las subcategorías, indicadores y subindicadores, que constituyen la base teórica del trabajo de investigación.

En primer lugar, se ubica la **categoría 1: espacios de uso comercial**, según Lorite (2015) estos espacios son todas las infraestructuras o zonas correctamente habilitadas para llevar a cabo actividades comerciales, es decir, son lugares, áreas o equipamientos donde principalmente se produce el comercio. En adición, Medina (2006) determinó que, son zonas pensadas con la finalidad de compra y consumo donde las personas tienden a relacionarse, en pocas palabras, son lugares de consumo. Finalmente, Yin (2007) mantiene una postura similar a Medina, para el autor, los espacios de uso comercial son lugares donde no se lleva a cabo la producción de bienes, pero si el último proceso económico que es el consumo, además, son los nuevos espacios públicos, infraestructuras estandarizados producto de la necesidad de intercambio comercial, en este sentido, son espacios físicos o infraestructuras de carácter público planificadas para la compra y venta de productos.

Figura 11

Proceso económico



Nota. Se aprecia la secuencia del proceso económico. Fuente: Elaboración propia.

Entonces, el fin principal de los espacios mencionados es el desarrollo del **comercio**, según Olaya (2010) esta es una actividad económica que requiere de

un conjunto de acciones para relacionar la etapa de producción con la de consumo, el consumo se concreta a través del intercambio de productos por dinero, en efecto, el comercio integra dos etapas del proceso económico que culminan con una transacción financiera. Por otro lado, Bautista (2006) reconoce el comercio como un proceso no solo económico sino también social, que consiste en la compraventa de bienes, pudiendo ser el cambio del producto por alguna otra cosa del mismo valor. Así mismo, cuando la venta es en pocas cantidades, el comprador es el consumidor final y el comercio es al menudeo, minorista o al detalle, mientras que, si la venta es en grandes cantidades, el comprador es un revendedor y el comercio es al mayoreo o mayorista, entonces, el comercio es una actividad socioeconómica que puede efectuarse al mayoreo o menudeo, también conocido como “retail”, siendo el que más se desarrolla en las ciudades, por eso se le distingue como comercio urbano. Por último, para los especialistas del Banco Mundial (2019) el comercio es una actividad que relaciona productores y compradores con fines lucrativos, a la vez, es un motor de crecimiento que genera oportunidades laborales y económicas; por tanto, se puede definir como un proceso lucrativo que relaciona y beneficia a los involucrados.

La rama de la arquitectura encargada de diseñar los espacios comerciales es la **arquitectura comercial**, según Jiménez & Caro (2006) desde el punto de vista empresarial, la arquitectura comercial también es reconocida como arquitectura corporativa, su fin es crear espacios que expresen una imagen corporativa, la que estimulara el consumo; involucra el diseño de locales comerciales para la venta minorista, desde stands, oficinas, mercados, malls hasta plantas industriales, es así que, hasta los pequeños espacios comerciales son planificados. Al respecto, Hernández (2012) hace referencia a la arquitectura comercial como la disciplina que esboza los edificios que concentran establecimientos de ventas y servicios, dicho de otro modo, la arquitectura comercial es aquella que desarrolla tanto para vendedores como compradores espacios adecuados que respondan a sus necesidades. De igual manera, para Gonzáles (2020) la arquitectura comercial tiene como objetivo crear ambientes que sean por un lado funcionales y cómodos para las empresas o vendedores y por otro lado, que sean atractivos y agradables para los consumidores. Sin embargo, la autora hace una diferencia entre esta disciplina y el diseño comercial, estableciendo

que, el diseño comercial tiene como fin decorar los espacios luego de haber sido diseñados por los profesionales de la arquitectura comercial; en pocas palabras, la arquitectura aplicada a los espacios comerciales utiliza todos los componentes espaciales y crea espacios equilibrados para cada usuario, con el objetivo principal de promover el comercio. Por otro lado, Olaya (2010) identificó 3 procesos del comercio: fabricación, compraventa y consumo, siendo la arquitectura comercial la encargada de proporcionar las condiciones para desarrollar cada proceso.

Figura 12

Local comercial de Edifica



Nota. Se aprecia la fachada del local de Edifica. Fuente: Archello.

A continuación, se describen las **tipologías de espacios de uso comercial** según distintos autores, en primer lugar, quizá la más relevante es la establecida por la **Norma Técnica. Arquitectura A.070. Comercio** (2021) comprendida por los siguientes tipos. Locales comerciales individuales: tienda independiente (atención personalizada y venta para el consumo directo), locales de expendio de comidas y bebidas (restaurante, cafetería, local de comida rápida, local de venta de comidas al paso), locales de expendio de combustibles (grifo, gasocentro y estaciones de servicio para vehículos), locales bancarios y de intermediación financiera (bancos, entidad de seguros, etc.), locales de recreación y entretenimiento (salones de baile, bares, discotecas, casinos), locales de servicios personales (spa, sauna, gimnasios), tienda por departamentos (comercio por secciones, con cajas independientes), tienda de autoservicio (supermercado, tienda de mejora del hogar, otras tiendas de autoservicio). Locales comerciales agrupados: Mercados (bajo administración centralizada, ofrece productos de limpieza y cuidado del hogar, así mismo, comidas y bebidas, entre otros, pueden ser mercados mayoristas o

mercados minoristas), galería comercial (una sola edificación conformada por un grupo de establecimientos comerciales pequeños, organizados por corredores), centro comercial (grupos de locales comerciales congregados en un edificio o múltiples edificios, tienen un reglamento interno y una administración común), galería ferial (conjunto de locales comerciales establecidos de manera estacional).

Del mismo modo, existe una tipología según el radio de influencia, en base a Meza (2017), estas son: espacios comerciales metropolitanos (sirven a toda una ciudad, está ubicado estratégicamente), espacios comerciales sectoriales (abastecen a la población ubicada a más de 1 km, el usuario puede llegar a pie o en automóvil) y espacios comerciales vecinales (sirven a un barrio determinado, aproximadamente 1 km, se puede acceder fácilmente a pie).

Figura 13

Tipología de espacios comerciales según el radio de influencia



Nota. Se aprecia el radio de influencia de los espacios comerciales.

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, Meza (2017) clasifica los espacios de uso comercial según su función: mercado mayorista (ofrece productos al por mayor, también abastece a otros mercados), mercado minorista (ofrece productos al por menor), mercado público (gestionado por alguna entidad pública o grupo de comerciantes

organizados, ofrece los productos básicos del consumo local), mercado privado (gestionado por alguna entidad privada, supermercados, abarroterías, etc.), mercado ferial cubierto (funciona todos los días y ofrece productos básicos como menestras, carnes, frutas, etc.), mercado ferial descubierto (funciona en días específicos y puede ser cubierto o al aire libre).

Tabla 1

Clasificación de espacios comerciales según su función

Mercado mayorista	Mercado minorista
Mercado público	Mercado privado
Mercado ferial cubierto	Mercado ferial descubierto

Nota. Elaboración propia con información de Meza, 2017

Por otro lado, Olaya (2010) clasificó los espacios de uso comercial según su estacionalidad en la zona donde se emplazan: itinerantes (están en constante movimiento para atraer consumidores), estacionarios (están transitoriamente en el espacio público) y permanentes (están de manera indefinida en territorios determinados).

Figura 14

Espacios de uso comercial según su estacionalidad



Nota. Se aprecia la clasificación de espacios comerciales en base al tiempo en que se ubican en una determinada zona. Fuente: Elaboración propia.

También, se clasifican en relación a sus dimensiones, Choque & Hinojosa (2018) identificaron así a los espacios comerciales; centros comerciales regionales (más de 40 000m²), centros comerciales grandes (entre 15 000 y 40 000m²), centros comerciales pequeños (entre 4000 y 15 000m²), galerías comerciales urbanas (hasta 4000m²), centros comerciales fundamentados en un Hipermercado (posee aproximadamente cuarenta locales comerciales junto con un hipermercado, los hipermercados tiene una superficie igual o mayor a 2500m²), tienda ancla (es un supermercado, o agrupación de locales comerciales grandes, el supermercado tiene una superficie menor o igual a 2500m²). Es decir, los espacios comerciales se pueden clasificar de acuerdo a su área, en total son seis tipos de espacios.

Tabla 2

Clasificación de espacios comerciales en función de sus dimensiones

Centros comerciales regionales	Más de 40 000 m ²
Centros comerciales grandes	15 000 a 40 000 m ²
Centros comerciales pequeños	4 000 a 15 000 m ²
Galerías comerciales urbanas	Hasta 4 000 m ²
Hipermercado	De 2 500 m ² a más
Supermercado	Menor a 2 500m ²

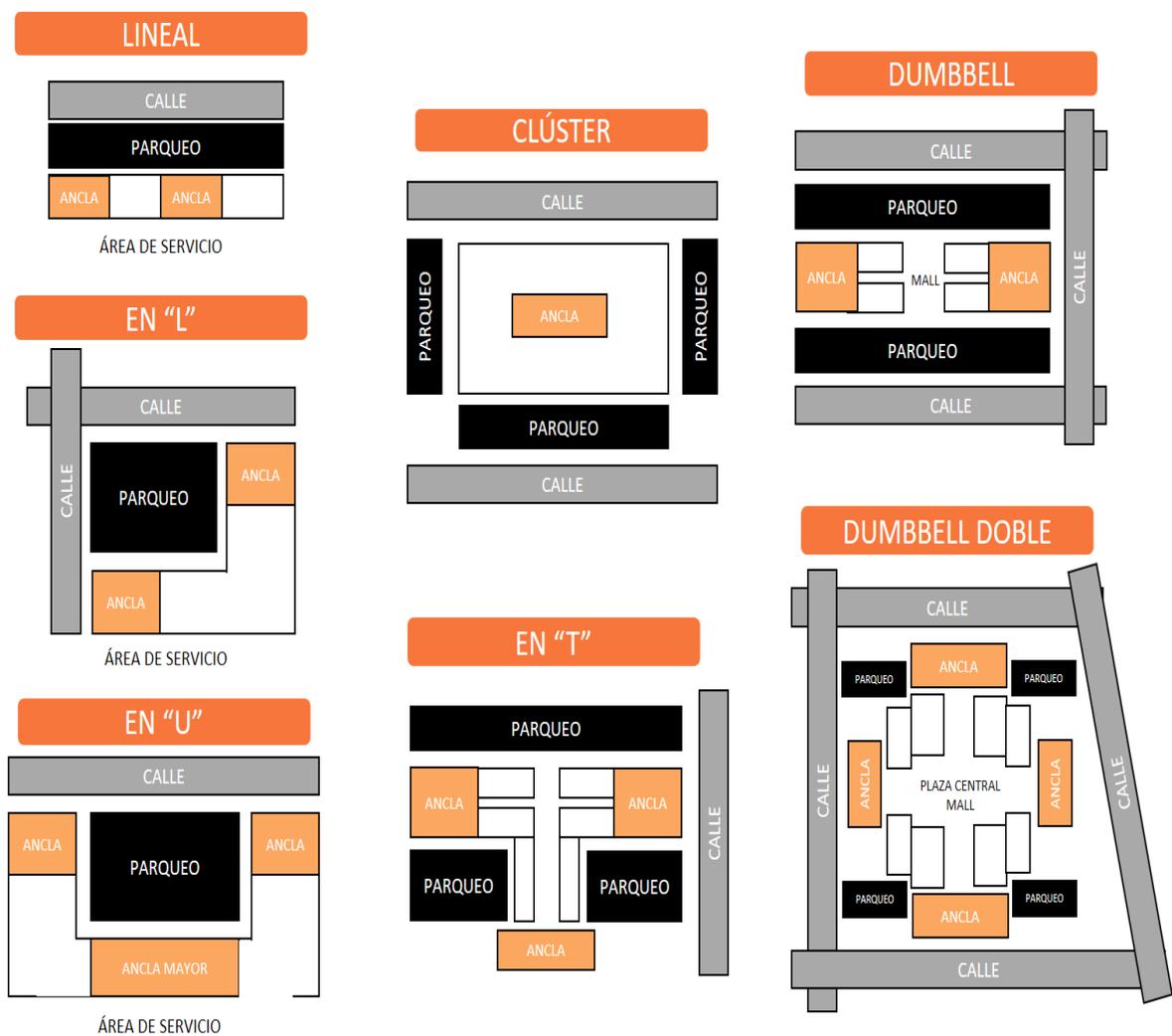
Nota. Elaboración propia con información de Choque & Hinojosa. 2018.

De igual manera, los espacios de uso comercial se pueden clasificar en base a su patrón de organización, conforme a Bautista (2006) existen centros comerciales organizados de manera lineal (se distribuyen en línea recta, generalmente tiene un tienda ancla al extremo y en frente un zona de estacionamientos), organización clúster (se distribuyen formando un rectángulo, a los alrededores se desarrollan los estacionamientos y en la parte central la tienda ancla), organización en “L” (las tiendas forman una “L” y a los extremos las tiendas anclas), organización en “T” (las tiendas anclas se ubican en cada extremo de la “T”, en las partes interiores de la “T” los demás zonas comerciales y en las exteriores, los estacionamientos), organización Dumbell (las tiendas comerciales

se encuentran a modo de franjas una frente a otra, y las anclas en cada extremo, pueden parecer dos “U”, ubicadas frente a frente, el parque se desarrolla en los alrededores), organización Dumbell doble (es como si se agrupara dos espacios comerciales de la organización Dumbell, en él se desarrollan hasta cuatro tiendas ancla, y los estacionamientos a los contornos). Esto quiere decir que, existen siete patrones de organización de los espacios comerciales que son reconocidos y desarrollados en la actualidad.

Figura 15

Espacios de uso comercial según su patrón de organización



Nota. Se aprecia la clasificación de espacios comerciales en relación a su patrón de organización. Fuente: Elaboración propia.

Por último, se presenta la categorización determinada por los miembros del Ministerio de la Producción (2021) a través de la Norma Técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas, la cual toma como criterio base de clasificación el radio de acción y población atendida.

Tabla 3

Categorías de Mercado Minorista

	Categoría	Zonificación Compatible	Radio de Acción (m)	Población atendida (hab.)
	1	Comercio Vecinal (CV)	De 200 a 400	Menor de 5 mil
Mercado Minorista	2	Comercio Vecinal (CV)	De 400 a 800	De 5mil a 10 mil
	3	Comercio Zonal (CZ)	De 800 a 1200	De 10mil a 50mil
	4	Comercio Zonal (CZ)	De 1200 a 1500	De 50mil a 200mil
	5	Comercio Metropolitano (CM)	Mayor a 1500	De 200mil a más

Nota. Elaborado con datos de la Norma Técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas del Ministerio de la Producción del Perú.

A nivel internacional se han tomado ejemplos de infraestructuras comerciales que están relacionadas a la investigación, esto corresponde al *marco análogo*.

Figura 16

Food Villa Market



Nota. Fotografía obtenida de Archdaily. Fuente: <https://acortar.link/S05vxD>

Tabla 4

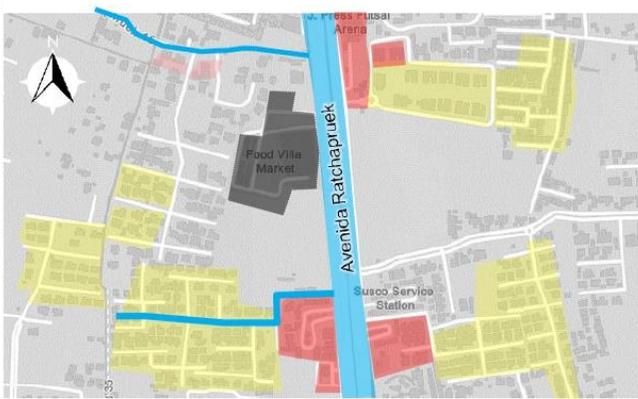
Ficha N° 1 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market															
ASPECTOS GENERALES	INFORMACIÓN GENERAL	LOCALIZACIÓN													
	<table border="1"> <tr> <td style="background-color: #fff9c4;">EQUIPO:</td> <td> DISEÑO Arq. Narucha Kuwattanapasiri Arq. Somchoke Uthansai Arq. Unnop Tupwong ESTRUCTURAS Ingeniero estructural Kor-It Structural Design y Construction Co. </td> </tr> <tr> <td>UBICACIÓN:</td> <td>Bangkok, Tailandia</td> </tr> <tr> <td>ANO:</td> <td>2013</td> </tr> <tr> <td>AREA DE TERRENO:</td> <td>9290 m²</td> </tr> <tr> <td>AREA CONSTRUIDA:</td> <td>4000 m²</td> </tr> <tr> <td>NIVELES:</td> <td>1 piso</td> </tr> </table>	EQUIPO:	DISEÑO Arq. Narucha Kuwattanapasiri Arq. Somchoke Uthansai Arq. Unnop Tupwong ESTRUCTURAS Ingeniero estructural Kor-It Structural Design y Construction Co.	UBICACIÓN:	Bangkok, Tailandia	ANO:	2013	AREA DE TERRENO:	9290 m ²	AREA CONSTRUIDA:	4000 m ²	NIVELES:	1 piso	 <p>Tailandia Bangkok Ratchapruk</p>	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.
	EQUIPO:	DISEÑO Arq. Narucha Kuwattanapasiri Arq. Somchoke Uthansai Arq. Unnop Tupwong ESTRUCTURAS Ingeniero estructural Kor-It Structural Design y Construction Co.													
	UBICACIÓN:	Bangkok, Tailandia													
ANO:	2013														
AREA DE TERRENO:	9290 m ²														
AREA CONSTRUIDA:	4000 m ²														
NIVELES:	1 piso														
RESEÑA HISTORICA	 <p>El proyecto está ubicado en Ratchaphruek Road, Bangkok, Tailandia, al sureste de Asia, se establece paralelamente a una vía vehicular de alta influencia.</p> 	CONTENIDO: Caso análogo N°1 Food Villa Market													
<p>“Food Villa Market” se encuentra en la carretera Ratchapruk, en un área de expansión urbana de Bangkok en Tailandia, para el enlace entre el distrito comercial central de Bangkok y la zona residencial se construyó dicha carretera.</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">SITUACION</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">PROPUESTA</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;"> El mercado normalmente en Tailandia es un espacio oscuro, con pasillos mojados, llenos de barro y con ventilación inadecuada. </td> <td></td> <td style="background-color: #e0e0e0;"> La visión del propietario del proyecto fue construir Food Villa Market para ser el nuevo estándar de mercado en Tailandia. </td> </tr> </table> <p>El área de terreno final del proyecto es de aproximadamente 9290 metros cuadrados. Food Villa Market satisface las necesidades de la comunidad local con la combinación de mercado y bazar.</p> <p>El proyecto comenzó en 2013 y estuvo listo para servir a la comunidad a principios de 2015 (McManus David, 2020). El proyecto se desarrolló en medio de los grandes almacenes modernos y el mercado primitivo de Tailandia pues el diseño fue inspirado por el concepto de “Villa de alimentos para nuestra comunidad”.</p>		SITUACION	→	PROPUESTA	El mercado normalmente en Tailandia es un espacio oscuro, con pasillos mojados, llenos de barro y con ventilación inadecuada.		La visión del propietario del proyecto fue construir Food Villa Market para ser el nuevo estándar de mercado en Tailandia.	ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell							
SITUACION	→	PROPUESTA													
El mercado normalmente en Tailandia es un espacio oscuro, con pasillos mojados, llenos de barro y con ventilación inadecuada.		La visión del propietario del proyecto fue construir Food Villa Market para ser el nuevo estándar de mercado en Tailandia.													
	POBLACIÓN A SERVIR	ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás													
	El equipamiento ofrece 400 puestos de venta, los que abastecerían a una población de 28 mil habitantes.	FECHA: 2022													
		FCA - N°1													
		01 09													

Nota. Contiene información de los datos generales del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

Ficha N° 2 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market				 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez. CONTENIDO: Caso análogo N°1 Food Villa Market ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás FECHA: 2022												
VIAS	TOPOGRAFÍA	CONTEXTO NATURAL	RELACION CON EL ENTORNO													
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; margin-right: 5px;">ASPECTOS GENERALES</div> <div style="flex-grow: 1;">  <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">LEYENDA</th> <th colspan="2" style="text-align: left;">FOOD VILLA MARKET</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>—</td> <td>Vía arterial (transporte público y privado)</td> <td></td> <td>Uso comercial</td> </tr> <tr> <td>—</td> <td>Vía local (transporte privado)</td> <td></td> <td>Uso residencial</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	LEYENDA		FOOD VILLA MARKET		—	Vía arterial (transporte público y privado)		Uso comercial	—	Vía local (transporte privado)		Uso residencial	<div style="text-align: center;">  <p>FUENTE: Google maps</p> <p>La zona donde se desarrolló el proyecto es completamente llana, no se observan curvas de nivel.</p> </div>	<div style="text-align: center;">  <p>Río Chao Phraya</p> </div>	<div style="text-align: center;">  <p>CASAS GRANJA ADYACENTE AL PROYECTO</p> <p>FACHADA POSTERIOR DEL MERCADO</p> <p>El mercado pertenece a un contexto natural – urbano, donde predomina el área verde. Así mismo, tiene cercanía al Río Chao Phraya, y a un centro recreacional, por ello presenta alta demanda turística. Por otro lado, se adapta a su entorno por la similitud de la forma con las cubiertas de las casas típicas aledañas.</p> </div>	<div style="font-size: 2em; font-weight: bold; margin-bottom: 20px;">FCA - N°1</div> <div style="font-size: 4em; font-weight: bold; margin-bottom: 20px;">02</div> <div style="font-size: 4em; font-weight: bold;">09</div>
LEYENDA		FOOD VILLA MARKET														
—	Vía arterial (transporte público y privado)		Uso comercial													
—	Vía local (transporte privado)		Uso residencial													

Nota. Contiene información de los aspectos generales del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

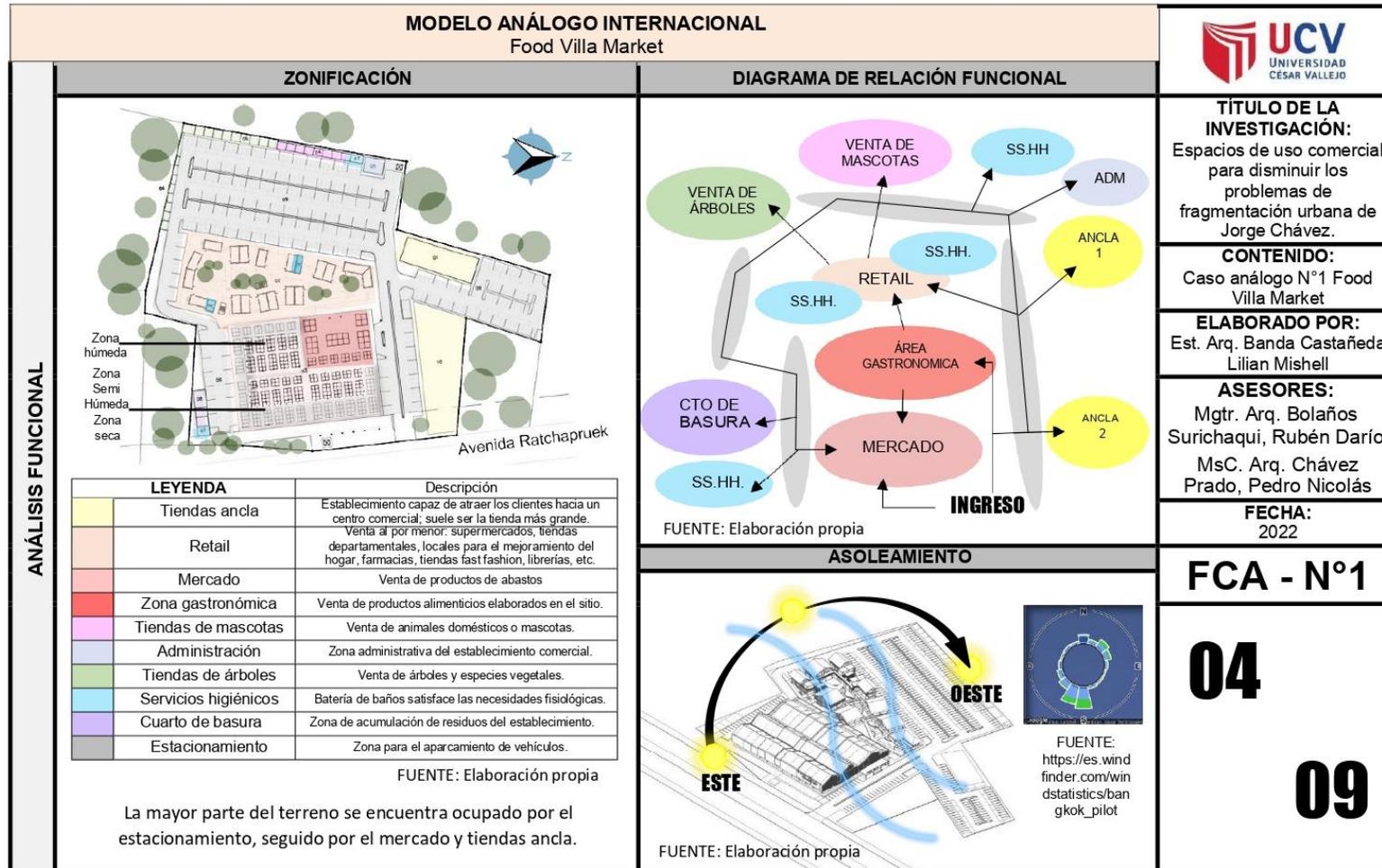
Ficha N° 3 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market		UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ASPECTOS GENERALES	INGRESOS	BIODIVERSIDAD
	<p>El acceso al equipamiento se da por la vía adyacente a la carretera arterial de la ciudad.</p> <p>Ubicado en una zona de uso recreativo – campestre, con zonas de uso comercial y residencial.</p>	<p>INGRESO PRINCIPAL PEATONAL</p> <p>Campanilla dálmata</p> <p>Fotinia</p> <p>Sansevieria trifasciata</p> <p>Aralia fatsia</p> <p>Xanthosoma</p> <p>Flamboyan</p> <p>INGRESO SECUNDARIO PEATONAL / INGRESO VEHICULAR</p>

Nota. Contiene información de los aspectos generales del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

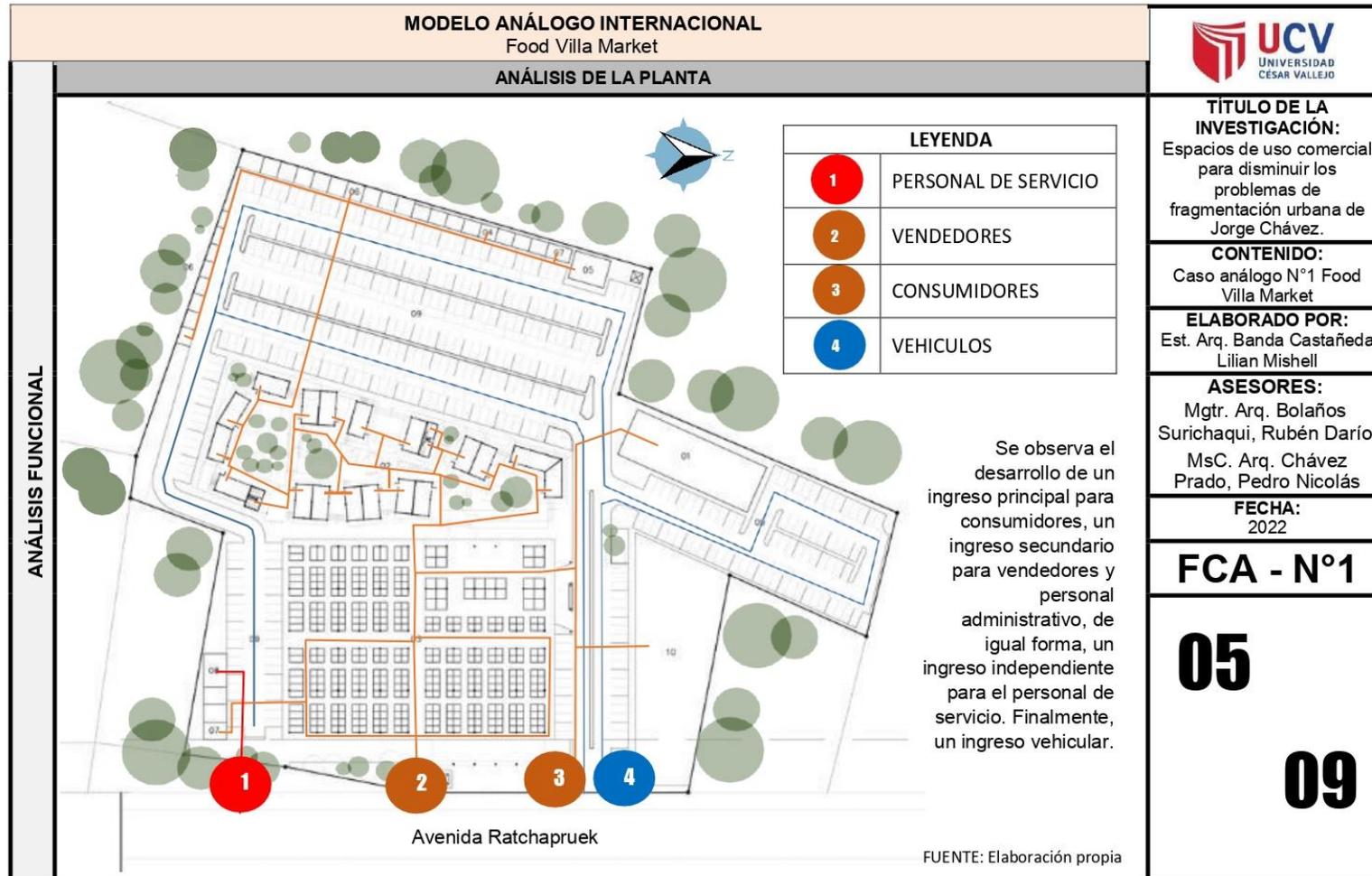
Ficha N° 4 del primer caso análogo



Nota. Contiene información del análisis funcional del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

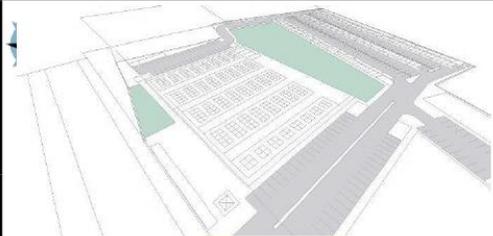
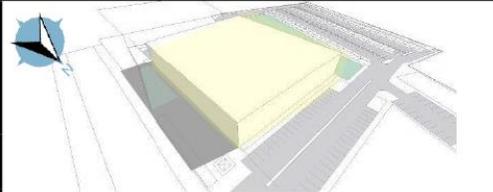
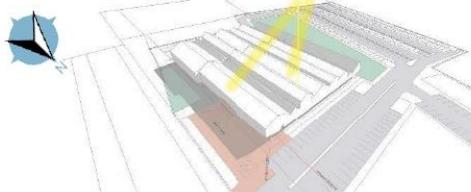
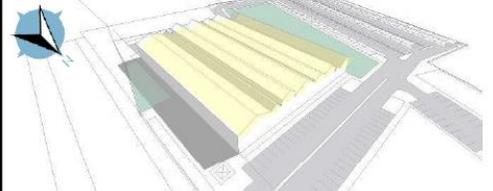
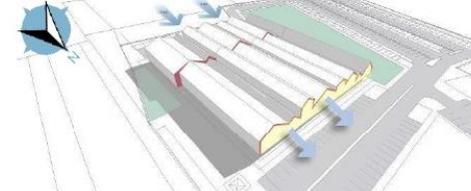
Ficha N° 5 del primer caso análogo



Nota. Contiene información del análisis funcional del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

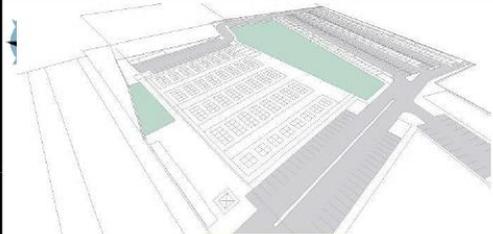
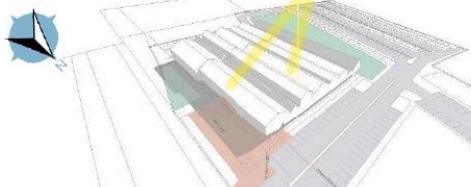
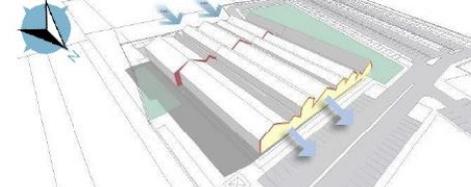
Ficha N° 6 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market		 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
CONCEPCIÓN DE LA FORMA			
ANÁLISIS FORMAL	 <p>El proyecto se emplaza en el terreno en base a criterios que se detallaran a continuación.</p>	  <p>RANDOM LINE</p>  <p>ROOF FORM</p> <p>FUENTE: https://www.archdaily.pe/pe/772097/food-villa-market-like-design-studio</p>	<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p>
	 <p>La forma del volumen principal sufrió cambios en primer lugar en base al CONCEPTO del proyecto.</p>	 <p>El ASOLEAMIENTO provocó el desarrollo de volados para lograr espacios de sombra al exterior.</p>	<p>CONTENIDO: Caso análogo N° 1 Food Villa Market</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
	 <p>El edificio representó una "granja de producción de alimentos", desarrollada a partir de un patrón de casas de campo que combina cada unidad en un polígono</p>	 <p>Se crearon aberturas hacia el norte por la dirección de los VIENTOS predominantes y el CLIMA en Bangkok.</p>	<p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">FCA - N°1</p> <p style="font-size: 3em; font-weight: bold;">06</p> <p style="font-size: 3em; font-weight: bold;">09</p>

Nota. Contiene información del análisis formal del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

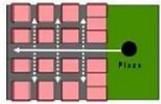
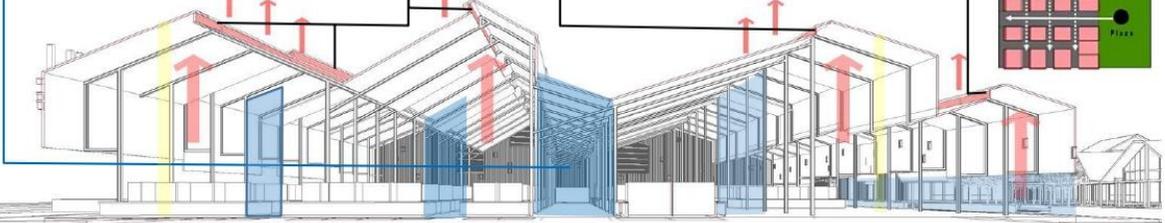
Ficha N° 7 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market		UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
CONCEPCIÓN DE LA FORMA			
ANÁLISIS FORMAL	 <p>El proyecto se emplaza en el terreno en base a criterios que se detallaran a continuación.</p>	  <p>RANDOM LINE</p>  <p>ROOF FORM</p> <p>FUENTE: https://www.archdaily.pe/pe/772097/food-villa-market-like-design-studio</p>	<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p>
	 <p>La forma del volumen principal sufrió cambios en primer lugar en base al CONCEPTO del proyecto.</p>	 <p>El ASOLEAMIENTO provocó el desarrollo de volados para lograr espacios de sombra al exterior.</p>	<p>CONTENIDO: Caso análogo N° 1 Food Villa Market</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
	 <p>El edificio representó una "granja de producción de alimentos", desarrollada a partir de un patrón de casas de campo que combina cada unidad en un polígono</p>	 <p>Se crearon aberturas hacia el norte por la dirección de los VIENTOS predominantes y el CLIMA en Bangkok.</p>	<p>FCA - N°1</p> <p>06</p> <p>09</p>

Nota. Contiene información del análisis formal del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

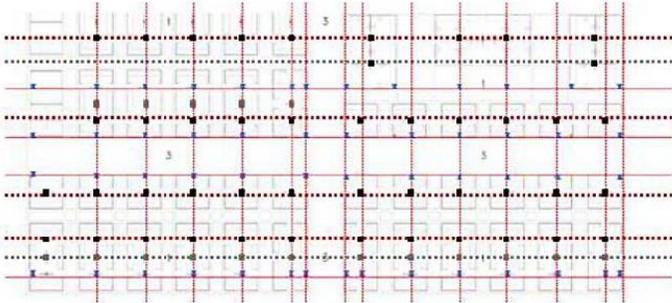
Ficha N° 8 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market		ANÁLISIS INTERIOR	 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ANÁLISIS FORMSL			<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p>
	<p>FUENTE: Elaboración propia con información de archdaily.</p>		<p>CONTENIDO: Caso análogo N°1 Food Villa Market</p>
		<p>Luz cenital</p> <p>La edificación es iluminada, con luz natural mediante luz cenital y muros cortinas orientados al noroeste y sureste, los muros cortinas son fabricados de policarbonato con un acabado nuboso esto con el objetivo, de evitar la luz directa, generando un efecto refractivo, evitando la incidencia solar directa.</p>	<p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p>
	<p>Muro cortina</p>	 <p>El clima tropical de Tailandia requería de espacios ventilados, por ello se elevaron las alturas.</p>	<p>ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p>
	<p>Se aprovecharon las diferencias de altura entre cada techo para la ventilación.</p>	<p>El espacio se organiza en base a un corredor longitudinal, de él se subdividen corredores transversales</p> 	<p>FECHA: 2022</p>
	<p>crearon corredores lineales que permiten una circulación limpia y directa.</p>	<p>Luz cenital</p> 	<p>FCA - N°1</p>
			<p>08</p> <p>09</p>

Nota. Contiene información del análisis formal del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

Ficha N° 9 del primer caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Food Villa Market		 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO									
ANÁLISIS CONSTRUCTIVO	MODULACIÓN ESTRUCTURAL	<p>La infraestructura desarrolla un sistema estructura aporticado.</p> <p>Combina columnas de concreto armado y columnas metálicas</p> <p>La grilla estructural es reticulada, ordenada y homogénea para permitir distribuir la circulación de manera paralela y adyacente.</p> <p>Con el fin de aligerar el volumen, las estructuras que se exponen a los extremos del mercado son metálicas</p> 									
	MATERIALIDAD	 <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">● TECHO</td> <td>Techo de acero (Chapa metálica)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">● FACHADA</td> <td>Revestimiento de paredes de acero (revestimiento de chapa metálica)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">● FACHADA</td> <td>Madera artificial sobre estructura de acero</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">● PISOS</td> <td>Superficies de hormigón pulido</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">● PUESTOS</td> <td>Mostrador superior de baldosas negras y madera artificial sobre estructura de acero.</td> </tr> </tbody> </table> <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">FUENTE: https://www.e-architect.com/thailand/food-villa-market-in-bangkok</p>	● TECHO	Techo de acero (Chapa metálica)	● FACHADA	Revestimiento de paredes de acero (revestimiento de chapa metálica)	● FACHADA	Madera artificial sobre estructura de acero	● PISOS	Superficies de hormigón pulido	● PUESTOS
● TECHO	Techo de acero (Chapa metálica)										
● FACHADA	Revestimiento de paredes de acero (revestimiento de chapa metálica)										
● FACHADA	Madera artificial sobre estructura de acero										
● PISOS	Superficies de hormigón pulido										
● PUESTOS	Mostrador superior de baldosas negras y madera artificial sobre estructura de acero.										
		<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p> <p>CONTENIDO: Caso análogo N°1 Food Villa Market</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p style="text-align: center;">FECHA: 2022</p> <p style="text-align: center; font-size: 24px;">FCA - N°1</p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; margin-top: 20px;">09</p> <p style="text-align: center; font-size: 48px; margin-top: 20px;">09</p>									

Nota. Contiene información del análisis constructivo del caso análogo 1. Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Mercado de Abastos de Curacautín



**Caso 2: Mercado de Abastos
de Curacautín**

Nota. Fotografía obtenida de Archdaily. Fuente: <https://acortar.link/VbBHCT>

Tabla 13

Ficha N° 1 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín																		
ASPECTOS GENERALES	INFORMACIÓN GENERAL	LOCALIZACIÓN																
	<table border="1"> <tr><td>EQUIPO:</td><td>Arquitecto Jaime Gatica y el Taller Viga Maestra.</td></tr> <tr><td>UBICACIÓN:</td><td>Curacautín, Chile.</td></tr> <tr><td>AÑO:</td><td>2020</td></tr> <tr><td>AREA DE TERRENO:</td><td>1 492 m²</td></tr> <tr><td>AREA CONSTRUIDA:</td><td>848 m²</td></tr> <tr><td>NIVELES:</td><td>1 piso</td></tr> <tr><td>DIRECCIÓN:</td><td>Manuel Rodríguez 407, Curacautín, Araucanía, Chile.</td></tr> <tr><td>INVERSIÓN:</td><td>\$1 000 millones aproximadamente.</td></tr> </table>		EQUIPO:	Arquitecto Jaime Gatica y el Taller Viga Maestra.	UBICACIÓN:	Curacautín, Chile.	AÑO:	2020	AREA DE TERRENO:	1 492 m ²	AREA CONSTRUIDA:	848 m ²	NIVELES:	1 piso	DIRECCIÓN:	Manuel Rodríguez 407, Curacautín, Araucanía, Chile.	INVERSIÓN:	\$1 000 millones aproximadamente.
	EQUIPO:	Arquitecto Jaime Gatica y el Taller Viga Maestra.																
	UBICACIÓN:	Curacautín, Chile.																
AÑO:	2020																	
AREA DE TERRENO:	1 492 m ²																	
AREA CONSTRUIDA:	848 m ²																	
NIVELES:	1 piso																	
DIRECCIÓN:	Manuel Rodríguez 407, Curacautín, Araucanía, Chile.																	
INVERSIÓN:	\$1 000 millones aproximadamente.																	
RESEÑA HISTÓRICA																		
<p>Curacautín es una comuna de Chile, insertada dentro de un marco geográfico único, contiene parques nacionales, centros termales, volcanes, lagos y áreas de montaña que fomentan el turismo como una actividad de alto valor para las economías locales. La ubicación de la comuna la convierte en un polo articulador del turismo, es na ciudad cabecera de servicios para el viajero que se aventura en su variedad de paisajes de montaña.</p>																		
	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">SITUACION</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">PROPUESTA</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Las economías locales pasaron a transformar su pasado de explotación forestal, para convertirse en ciudades turísticas.</td> <td></td> <td style="text-align: center;">Creación de equipamientos de infraestructura pública para potenciar la nueva imagen del territorio y fortalecer los emprendimientos locales.</td> </tr> </table>	SITUACION	→	PROPUESTA	Las economías locales pasaron a transformar su pasado de explotación forestal, para convertirse en ciudades turísticas.		Creación de equipamientos de infraestructura pública para potenciar la nueva imagen del territorio y fortalecer los emprendimientos locales.	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.										
SITUACION	→	PROPUESTA																
Las economías locales pasaron a transformar su pasado de explotación forestal, para convertirse en ciudades turísticas.		Creación de equipamientos de infraestructura pública para potenciar la nueva imagen del territorio y fortalecer los emprendimientos locales.																
		CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín																
		ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell																
		ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás																
		FECHA: 2022																
		FCA - N°2																
		01																
	POBLACIÓN A SERVIR	09																
		El equipamiento ofrece el servicio de 32 puestos, los que abastecerían a una población de 2 240 habitantes.																

Nota. Contiene información de los aspectos generales del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Ficha N° 2 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín		 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO													
ASPECTOS GENERALES	VIAS	TOPOGRAFÍA													
	 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: left;">LEYENDA</th> <th colspan="2" style="text-align: left;">MERCADO DE ABASTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 20px;"></td> <td>Vía arterial (transporte público y privado)</td> <td style="width: 20px;"></td> <td>Uso comercial</td> </tr> <tr> <td style="width: 20px;"></td> <td>Vía local (transporte privado)</td> <td style="width: 20px;"></td> <td>Uso residencial</td> </tr> </tbody> </table>	LEYENDA		MERCADO DE ABASTOS			Vía arterial (transporte público y privado)		Uso comercial		Vía local (transporte privado)		Uso residencial	 FUENTE: Google maps La zona donde se desarrolló el proyecto es completamente llana, no se observan curvas de nivel.	<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p> <p>CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
	LEYENDA		MERCADO DE ABASTOS												
		Vía arterial (transporte público y privado)		Uso comercial											
	Vía local (transporte privado)		Uso residencial												
CONTEXTO NATURAL	RELACION CON EL ENTORNO	FCA - N°2													
 Bosque y terrenos agrícolas	 El mercado pertenece a un contexto natural – urbano, donde predomina el área verde, tiene cercanía bosques y a espacios recreacionales con alta demanda turística. Por otro lado, el proyecto se adapta al entorno por el respeto a las alturas de las edificaciones cercanas y por el uso de techos inclinados.	02													
		09													

Nota. Contiene información de los aspectos generales del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

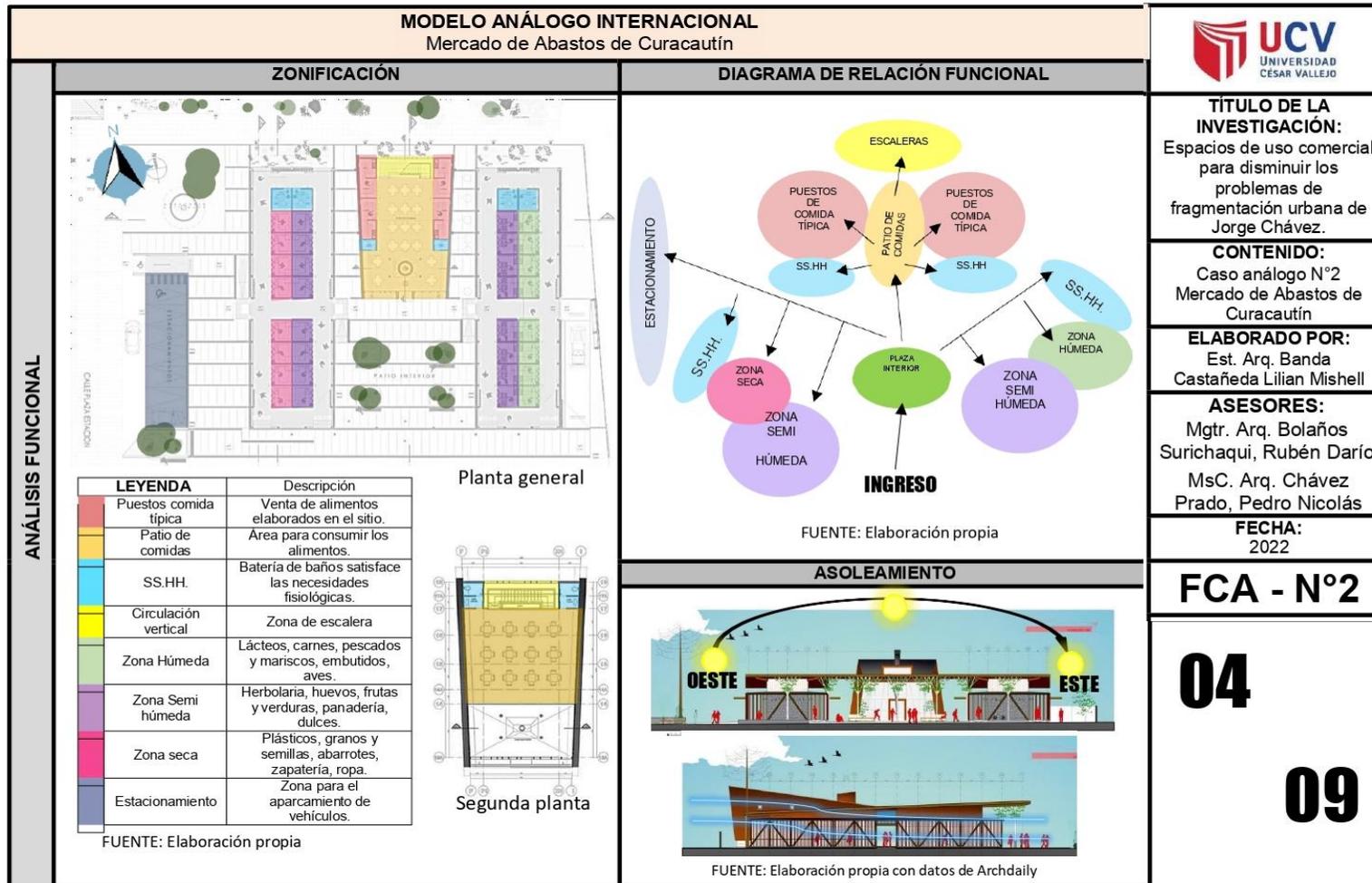
Ficha N° 3 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín		 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO											
ASPECTOS GENERALES	INGRESOS	BIODIVERSIDAD											
	<p>El Mercado posee ingresos por todos sus frentes, pues el proyecto se emplaza de forma conjunta con el nuevo Terminal Rodoviario de Curacautín.</p>  <p style="text-align: center;">AV. MANUEL RODRIGUEZ</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">LEYENDA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">➡</td> <td>Ingreso Peatonal Principal</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">➡</td> <td>Ingreso Peatonal Secundario</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">➡</td> <td>Ingreso Vehicular</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">➡</td> <td>Ingreso Abastecimiento</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ubicado en una zona de uso recreativo – campestre, con zonas de uso comercial y residencial, y con gran valor turístico. Por ello, fue necesario destacar la zona como única y singular, poniendo en valor el patrimonio agroalimentario y cultural de la comuna, así como también la revalorización de las tradiciones locales, el comercio justo y, en definitiva, convertir el mercado en un parador turístico que permita fomentar las economías locales y sustentables.</p>	LEYENDA		➡	Ingreso Peatonal Principal	➡	Ingreso Peatonal Secundario	➡	Ingreso Vehicular	➡	Ingreso Abastecimiento	<p style="text-align: center;">INGRESO PRINCIPAL Y SECUNDARIO PEATONAL</p>     <p style="text-align: center;">Scutellaria baicalensis Grass americano Árbol coihude</p>	<p>TITULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p> <p>CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
	LEYENDA												
	➡	Ingreso Peatonal Principal											
	➡	Ingreso Peatonal Secundario											
➡	Ingreso Vehicular												
➡	Ingreso Abastecimiento												
		FCA - N°2											
		03											
		09											

Nota. Contiene información de los aspectos generales del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

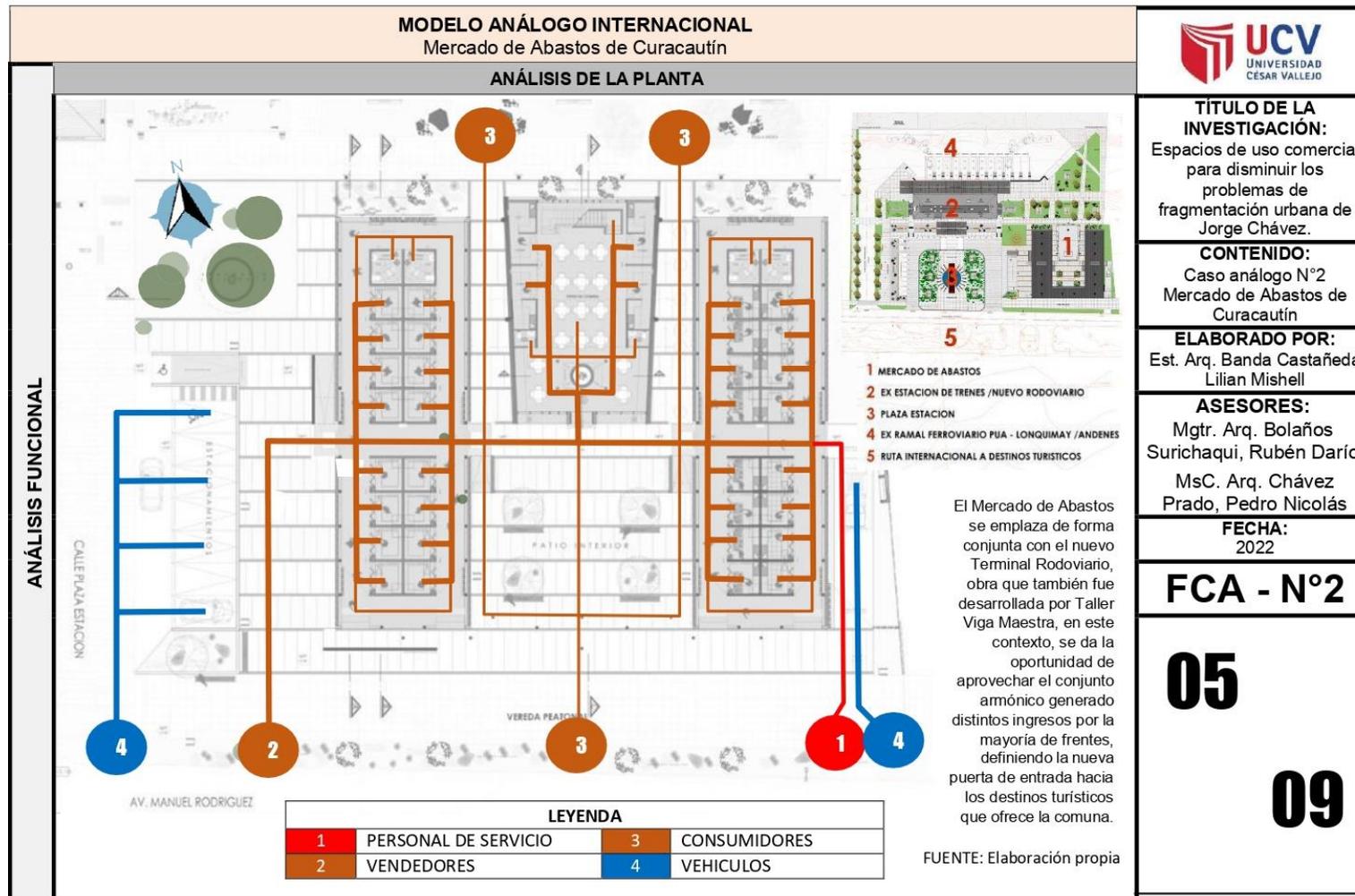
Ficha N° 4 del segundo caso análogo



Nota. Contiene información del análisis funcional del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 17

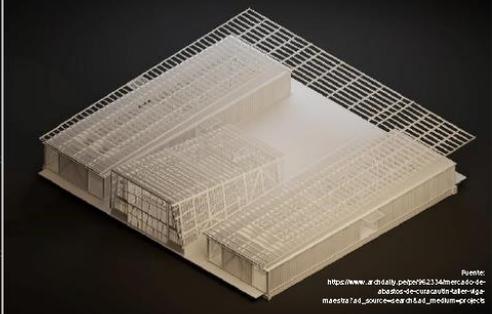
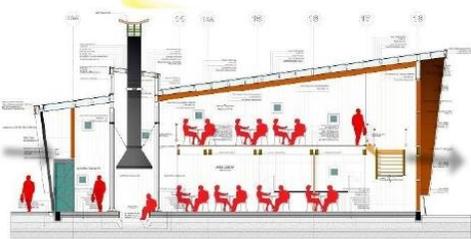
Ficha N° 5 del segundo caso análogo



Nota. Contiene información del análisis funcional del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

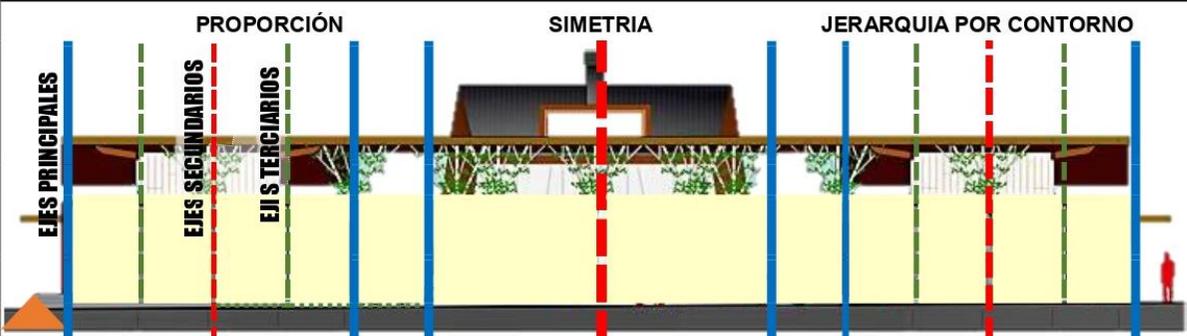
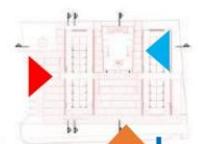
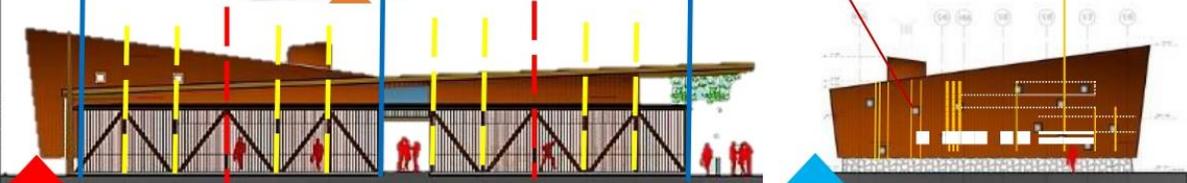
Ficha N° 6 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín		 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ANÁLISIS FORMAL	CONCEPCIÓN DE LA FORMA	
	 <p style="font-size: small;">Fuente: https://www.archdaily.pe/pe/962334/mercado-de-abastos-de-curacautin-taller-viga-maestra?ad_source=search&ad_medium=projects_tab</p>	 <p>La forma del volumen parte del CONCEPTO del estilo de vida Mapuche. La ruca es la construcción más importante dentro de la arquitectura mapuche. Su construcción está basada en dos sólidos maderos de árboles nativos. La techumbre y paredes presentan una especie de tejido de fibras vegetales de gran resistencia a la humedad. En su centro hay un fogón o Kutral formado por piedras. Así, aparecieron diversos tipos de vivienda, como las rectangulares, forradas totalmente con paja; las elípticas, con el techo plano inclinado hasta el suelo; las de base idéntica, con los costados levantados verticalmente, y las de techo de paja, con los lados forrados con tablas aserradas.</p> <p style="font-size: x-small;">Fuente: https://cni.vinfantil.cl/videos/cocina-y-fogon-mapuche/</p>
	<p>Es un espacio desarrollado con la finalidad de constituirse como un lugar turístico de intercambio para emprendedores y artesanos de la zona y de recreación para los turistas y habitantes de la zona. Posee un espacio tipo plazuela pública, un fogón inspirado en rucas mapuche y dentro de su imagen arquitectónica se rescata la identidad comunal con el uso de madera y zócalos revestidos con piedra, reflejando así su condición rural y cordillerana de la Araucanía Andina.</p>	  <p style="font-size: x-small;">Fuente: https://acortar.link/Pob93e</p>
	 <p style="font-size: x-small;">Fuente: https://www.archdaily.pe/pe/962334/mercado-de-abastos-de-curacautin-taller-viga-maestra?ad_source=search&ad_medium=projects_tab</p>	 <p style="font-size: x-small;">Fuente: Elaboración propia con información de Archdaily</p> <p>La orientación del volumen es para aprovechar la dirección de los vientos, la dirección de la inclinación de los techos es para controlar el ASOLEAMIENTO.</p>
		<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p> <p>CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
		FCA - N°2
		06
		09

Nota. Contiene información del análisis formal del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

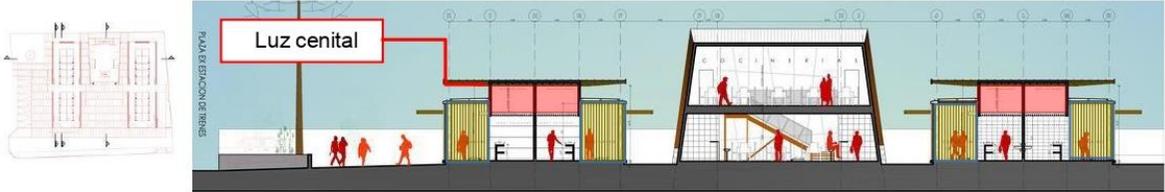
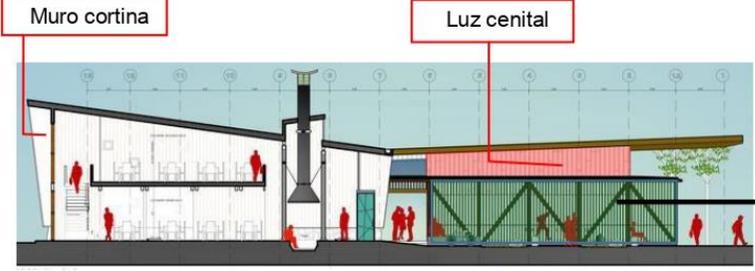
Ficha N° 7 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín		UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ANÁLISIS FORMAL	ANÁLISIS EXTERIOR	<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p> <p>CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
	<p style="text-align: center;">PROPORCIÓN</p>  <p style="text-align: center;">SIMETRÍA</p> <p style="text-align: center;">JERARQUIA POR CONTORNO</p> <p style="text-align: center;">FUENTE: Elaboración propia con información de archdaily.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">  <p>La fachada del edificio está diseñada para ser una cara translúcida que permita la permeabilidad al espacio, capaz de convertirse en un lugar de integración entre turistas y pobladores.</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>La escala se mantiene acorde a la proporción humana en el ingreso por medio de un espacio de transición.</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>La fachada se compone a partir de ejes principales, secundarios y terciarios.</p> </div> </div>	
	<p style="text-align: center;">RITMO</p> <p>En ambas fachadas predomina la horizontalidad.</p>  <p>La fachada se compone a partir de ejes principales, secundarios y terciarios.</p>  <p>Algunos elementos de la fachada de la zona gastronómica se han desarrollado bajo un ritmo, sin embargo, otros no.</p> 	<p>FCA - N°2</p> <p style="font-size: 2em;">07</p> <p style="font-size: 2em;">09</p>

Nota. Contiene información del análisis formal del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Ficha N° 8 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín		UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
ANÁLISIS FORMSL	ANÁLISIS INTERIOR	<p>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez.</p> <p>CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín</p> <p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p> <p>ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p> <p>FECHA: 2022</p>
	 <p style="text-align: right; font-size: small;">FUENTE: Elaboración propia con información de archdaily.</p>	<p>La edificación es iluminada, con luz natural mediante luz cenital, gracias al uso de muros cortina y la madera separada a ciertos centímetros de distancia.</p>
		<p>Se aprovecharon las diferencias de altura por la inclinación del techo para la ventilación.</p>
		<p>El espacio se organiza en base a un corredor longitudinal, de él se subdividen corredores transversales</p>
		FCA - N°2
		08
		09

Nota. Contiene información del análisis formal del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

Ficha N° 9 del segundo caso análogo

MODELO ANÁLOGO INTERNACIONAL Mercado de Abastos de Curacautín		MODULACIÓN ESTRUCTURAL Y MATERIALIDAD		
ANÁLISIS CONSTRUCTIVO	<p>Curacautín tiene un pasado forestal de bosque nativo que se renovó con el turismo. Por ende, la tradición del uso de la madera siempre ha estado presente en su historia y su acervo cultural.</p>		<p>● TECHO Y PAREDES</p> <p>Madera laminada</p>	
	<p>La tipología estructural predominante se ejecutó en madera estructural de pino radiata y elementos principales de madera laminada.</p>		<p>● FACHADA</p> <p>Extensa piel de pino radiata termo modificada, ejecutada mediante tramos de celosías móviles dispuestas verticalmente buscan actuar como una piel climática que ayuda a controlar por un lado la sobre exposición solar en verano y regular el flujo del viento puelche que baja de cordillera a valle, típico de esta zona geográfica.</p>	<p>CONTENIDO: Caso análogo N°2 Mercado de Abastos de Curacautín</p>
			<p>● TABICQUERIA</p> <p>Madera estructural de pino radiata</p>	<p>ELABORADO POR: Est. Arq. Banda Castañeda Lilian Mishell</p>
			<p>● PISOS</p> <p>Madera pino radiata y cemento pulido</p>	<p>ASESORES: Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén Darío MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás</p>
			<p>● ZÓCALOS</p> <p>Zócalos revestidos en piedra volcánica</p>	<p>FECHA: 2022</p>
			<p>FUENTE: https://www.madera21.cl/blog/2021/10/05/proyecto-que-transforma-el-mercado-de-abastos-de-curacautin-fue-el-ganador-del-concurso-de-obras-de-arquitectura-en-madera-</p>	

Nota. Contiene información del análisis constructivo del caso análogo 2. Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta la **sub categoría 1: dimensiones del ambiente del establecimiento comercial**, conformada por todos los elementos tanto tangibles como intangibles que interactúan con los usuarios, tales generan ciertos estímulos sobre los consumidores (Zorrilla, 2002). Desde ese punto de vista, dichos elementos deben ser estudiados y analizados pues generan efectos en el público beneficiario. Por otro lado, las dimensiones del ambiente comercial hacen referencia a los componentes que configuran y definen los espacios comerciales (Baker, 1986), es así que, dependiendo de ellos se genera y se explican los comportamientos de los consumidores.

Igualmente, podemos señalar el **indicador 1: diseño exterior**, es la presentación externa de un establecimiento comercial, es el elemento que concibe la primera impresión al usuario, por tanto, es la parte que más influye en la decisión de ingresar o no a un local comercial (Zorrilla, 2002). Es decir, la parte del establecimiento comercial que entra en contacto antes que las demás partes con el cliente es el diseño exterior. Al respecto, Dębowska (2017) establece que el diseño exterior permite expresar la identidad del espacio comercial, esto quiere decir que, dichos espacios deben cumplir ciertos objetivos, tales como atraer al consumidor, generar interés, estimular la compra y suscitar el deseo de ingresar. Del mismo modo, Calvo (2018) define al diseño exterior como la primera imagen que perciben las personas; dicha parte capta la atención de los usuarios por un instante fugaz. Por tanto, debe mantenerse en perfecto estado de conservación para aprovechar al máximo ese momento.

Figura 18

Diseño exterior de un Restaurante



Fuente: Web Dreamstime.

Respecto al indicador 1, este contiene 4 subindicadores, entre ellos: el **subindicador 1: rótulos**, definido como el componente que se encarga de presentar a la infraestructura comercial, sirve como placa informativa que transmite la personalidad de la marca (Quintero & Díaz, 2013), en pocas palabras, se trata de la parte publicitaria del espacio comercial que atrae e informa a los consumidores, los letreros de distintas dimensiones que comunican los productos que se ofrecen en un establecimiento comercial, entonces, son los anuncios que informan sobre los servicios que se brindan. Por último, según Calvo (2018) los rótulos conforman la parte de todo espacio comercial que identifica la marca y lo diferencia del resto, generalmente lleva el logotipo del establecimiento, su función principal es ayudar a la ubicación, identificación y atracción del espacio, respecto al tamaño ideal del rótulo, este debe poseer las dimensiones necesarias para ser percibido desde la acera de enfrente. Esto quiere decir, que se trata del elemento ubicado en la parte externa de los espacios comerciales que permiten su identificación, cabe resaltar que por su ubicación deben estar fabricados con materiales perdurables en el tiempo y resistentes a las distintas condiciones climáticas del exterior.

Figura 19

Rótulo de un Supermercado



Nota. Algunos rótulos pueden ser luminosos. Fuente: <https://acortar.link/jzfrQ4>

También, se identifica al **subindicador 2: escaparates**, que en base a Calvo (2018) son las vitrinas donde se lucen los productos en venta, pueden ser frontales o de fachada, interiores o aislados en islas, y virtuales en tiendas online, sin embargo, en este caso, se hace referencia a los escaparates de la parte exterior de la edificación comercial.

Tabla 22

Tipos de escaparates

Vitrina clásica	Mientras más grande es la distancia entre el suelo y el inicio de la vitrina, más es el prestigio del producto ofrecido, esto se observa en las joyerías por ejemplo.
Cajón	Suelen ser pequeños, a 1.50m de altura y con gran iluminación, dan la impresión de sujetar tesoros.
Pasillos interiores	Se encuentran al interior del establecimiento comercial, conforman en conjunto un pasillo, concentran mayores transeúntes.
Escaparates de interior	Están al interior de la edificación, pueden ser móviles, empotrados, vitrinas pequeñas o armarios con transparencia totalmente cerrados. (vitrinas, paneles, tarimas, islas, etc.)

Nota. Elaboración propia con información de Calvo, 2018.

Así mismo, conforme a Hernández (2012) el escaparate es un espacio integrado al comercio, en él se expone y se aprecia la mercancía que ofrece un establecimiento comercial para la venta, su composición, organización, color y diseño ambiental pueden influir para bien o para mal en el proceso de compra. Por esta razón, es relevante diseñarlos eficientemente. En consecuencia, los escaparates deben ser atractivos y capaces de mostrar en poco tiempo la mercancía de la mejor manera, pues el tiempo de atención del consumidor es tan solo de once segundos (Calvo, 2018). En este sentido, su forma no debe ser monótona, su diseño debe realizarse en relación a temáticas que se reorganicen cada cierto tiempo.

Figura 20

Escaparate exterior de la marca Vans



Fuente: <https://acortar.link/gMqAtf>

Por otro lado, está el **subindicador 3: entrada**, acorde a Calvo (2018) es la zona física para salir e ingresar de la calle al lugar de venta, esta debe poseer las dimensiones suficientes para evitar el tráfico de transeúntes. En muchos casos, la puerta no existe con el fin de invitar a las personas a ingresar al establecimiento, así mismo, cuando el predio cuenta con distintos frentes generalmente se ubican varios ingresos, sin embargo, cuando se desea controlar el ingreso con una sola entrada, esta debe ubicarse en la vía con mayor tránsito de personas. Todo ello, con el fin de contar con el mayor número de consumidores circulando por la entrada del espacio comercial. En adición, Palomares (2011) define la entrada como el punto de introducción al establecimiento, por tanto, su diseño debe facilitar el acceso. Esto quiere decir que, la entrada debe ser una invitación al espacio y no por el contrario una barrera, para ello debe ser amplia, sin escalones y con las puertas siempre abiertas o con elementos que permitan la visual hacia el interior.

Figura 21

Entrada al Centro Comercial Tres Aguas



Nota. En la figura se muestra el uso del elemento natural del agua como instrumento para dirigir y atraer a los transeúntes hacia la entrada. Fuente:

<https://acortar.link/YJv5QL>

Finalmente, **el subindicador 4: fachada**, en esta parte, también se puede apreciar la presencia de los rótulos y escaparates mencionados anteriormente, sin embargo, la presente investigación enfoca este subindicador en relación a las ideas de De la Rosa (2018) quién define la fachada como el límite del espacio comercial o la cara del edificio, en ella se desarrollan las ventanas y puertas principales. Es decir, involucra las aberturas y oclusiones principales de la infraestructura. Además, para Quintero & Díaz (2013) la fachada es la piel de una construcción, es el elemento por el cual el edificio se relaciona con el exterior, tiene como papel principal el cerramiento, en base a criterios estructurales, estéticos y funcionales. En otras palabras, es la parte que delimita el espacio comercial para darle una cierta privacidad y seguridad, sirve de protección ante los fenómenos climáticos del entorno donde se emplaza, por ello, deben considerarse el uso de materiales acordes a las exigencias del exterior.

Figura 22

Fachada del Mercado Municipal Roma



Fuente: <http://ducolab.com/project/mercado-roma/>

A continuación, se expone el **indicador 2: ambientación** o condiciones ambientales, acorde a Zorrilla (2002) son todos los factores o fenómenos del entorno que permiten generar contextos a partir de recursos sensoriales no visibles. Estos recursos son, por ejemplo, el asoleamiento, el clima, la topografía, entre otros. Para los especialistas del Ministerio de Trabajo y Economía Social del Gobierno de España (2021) este indicador corresponde a las variaciones meteorológicas, estacionales y geográficas que afectan a los espacios y sus usuarios, son todos los parámetros del entorno o circunstancias físicas en las que se desarrollan las infraestructuras, en este sentido, tales pueden afectar o beneficiar el bienestar y la salud de las personas. Es por ello que, se tiene en consideración el estudio del entorno donde se emplazan los proyectos.

En este caso, el indicador 2, comprende 4 subindicadores, tales son: **el subindicador 1: sonido**, definido como el conjunto de vibraciones propagadas por el aire que son percibidas por el oído, el sonido afecta a quien lo percibe, por lo general, un sonido continuo conduce a la monotonía y un sonido discontinuo lleva

a la agitación e hiperactividad, la explicación a esta circunstancia guarda relación directa con el ritmo que hemos distinguido desde el vientre materno por el organismo biológico, por ejemplo, las vibraciones constantes provenientes del pulso, respiración, ritmo cardíaco y hasta de las frecuencias cerebrales. Existen algunos sonidos que de ser aplicados en la arquitectura crearían beneficios para sus usuarios, un claro modelo es el sonido del agua, tiene la capacidad de estimular el cerebro para producir calma y relajación (Díaz, 2019). Por esta razón, en la mayoría de centros comerciales se usa música grabada con ritmos constantes, que ralentizan y relajan a las personas con el fin de extender su permanencia en el lugar y al final inducir la compra de algún producto. Al respecto, Gonzáles (2019) definió el sonido como una conmutación del aire derivada de la vibración de un cuerpo. En otras palabras, todos los cuerpos vibran, seguido de esa vibración se forman ondas sonoras, y este es el sonido percibido por el oído humano.

Figura 23

Aplicación de elementos naturales para aprovechar su sonido



Fuente: <https://acortar.link/Y1yKWI>

Luego, se establece **el subindicador 2: aromas**, en base a Billottet (2020) las moléculas aromáticas ingresan por las fosas nasales y suben hasta los receptores del olfato causando un efecto, el olfato es la única vía sensorial que llega de manera directa al cerebro, una vez recibido el estímulo al cerebro, este empieza a relacionarlo con las emociones, por este motivo, los aromas pueden liberar

recuerdos y modificar el comportamiento del ser que percibe tales olores. Además, el sistema olfativo desarrolla sus funciones en coordinación con la glándula pituitaria y el sistema endocrino, por ello, es capaz de generar la producción de hormonas que regulan el apetito, la insulina, la temperatura corporal, el metabolismo, el nivel de estrés y reacciones, por otro lado, el olfato también funciona en conexión con el sistema límbico, que influencia los pensamientos, motivaciones, estados de ánimo y la creatividad. Al respecto, Gómez (2017) determinó que el aroma hace referencia a los olores, propiedad de una sustancia u objeto que es capaz de activar el olfato. En adición, el autor ha identificado que los olores producidos por las flores, actúan como sedantes, mientras que, olores provenientes de la fresa, vainilla o moscatel son capaces de provocar una sensación agradable en el perceptor, que puede propiciar la permanencia en el lugar, es así que, los espacios con esas fragancias han evidenciado un mayor uso que otros sin aromatizar.

Figura 24

Integración de flores en la zona de comidas del espacio comercial



Nota. Integración de flores en el espacio comercial para evocar la relajación.

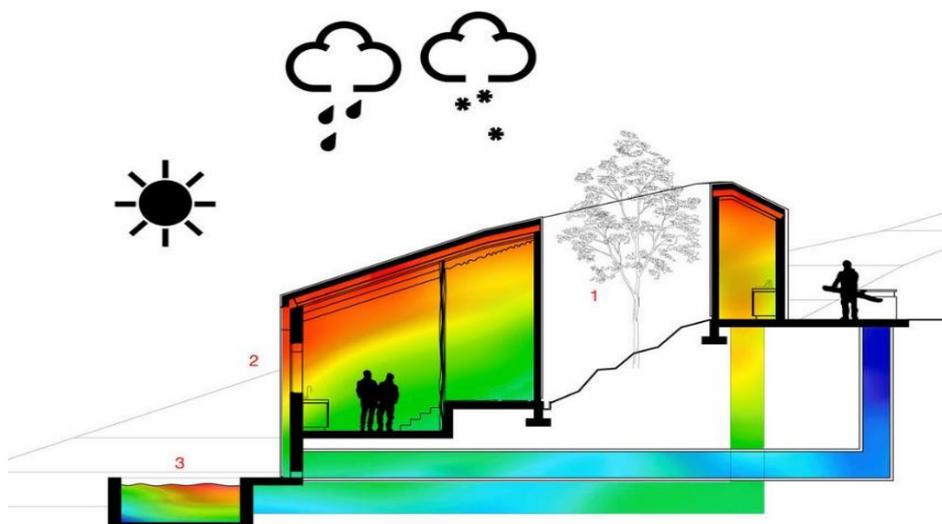
Fuente: <https://acortar.link/VXI1FV>

A continuación, se presenta **el subindicador 3: temperatura**, conforme a Franco (2016) fundamentalmente es el estado de calor o frío, y uno de los

parámetros que se utilizan para describir el clima. Para su determinación influyen ciertos factores como la radiación solar, viento, materialidad de las superficies, variables de la situación geográfica como la altura sobre el nivel del mar, el relieve, la vegetación, topografía y hasta componentes meteorológicos, todo esto a su vez es influenciado por los cambios estacionales y diarios en un determinado territorio. Según el mismo autor, en arquitectura, el confort término guarda relación con el subindicador en mención, este es el estado donde se logra el bienestar, salud y comodidad en relación al ambiente, en este caso la temperatura del aire es el parámetro principal que establece el nivel de confort térmico de un espacio, esto quiere decir que, conociendo la temperatura del aire (T_a) se puede identificar si los espacios de las edificaciones se encuentran dentro de los rangos correctos para otorgar espacios confortables para las personas. En este sentido, el autor establece como aceptable para espacios interiores una temperatura de 26°C en verano y 21°C en invierno, sin embargo, estas cantidades pueden variar según las actividades que se realicen en el espacio. Por otro lado, Juan Hernández (2018) define el rango de temperatura admisible para infraestructuras ventiladas entre un mínimo de 18°C y un máximo de 24°C . Del mismo modo, según Madrigal et al. (2018) el valor límite de temperatura para el logro del confort térmico en un espacio comercial es de 24°C . Por tanto, la temperatura aceptable para ambientes interiores oscilaría entre 18°C mínimo y máximo a 26°C .

Figura 25

Elementos que influyen en la temperatura de un espacio.



Fuente: <https://acortar.link/WIAQND>

Después, se identifica **el subindicador 4: iluminación**, entendida como la manera en que se maneja la luz dentro del establecimiento, además, algunas zonas del espacio comercial necesitan el uso de la luz para intensificar algunos elementos para darles vida y aumentar su atractivo (Sage, 2016), por ejemplo, las cosas brillantes se sienten más grandes y cercanas a diferencia de los objetos opacos. Por otro lado, Calvo (2018) define la iluminación como la acción de colocar y controlar la cantidad de luz en un lugar, el autor recomienda que el espacio comercial debe estar iluminado todo el día, para ello es mejor el uso de la luz natural producida por el sol, además, se debe cuidar el efecto de la luz artificial de la calle sobre el diseño exterior, esto quiere decir, que se debe analizar el tipo de iluminación del establecimiento, especialmente las partes donde se mostraran los productos, como la parte que abarca la fachada, y el efecto de las sombras o destellos que pueden provocar las farolas o luminarias del entorno urbano.

Figura 26

Iluminación del Mercado de Tirso de Molina



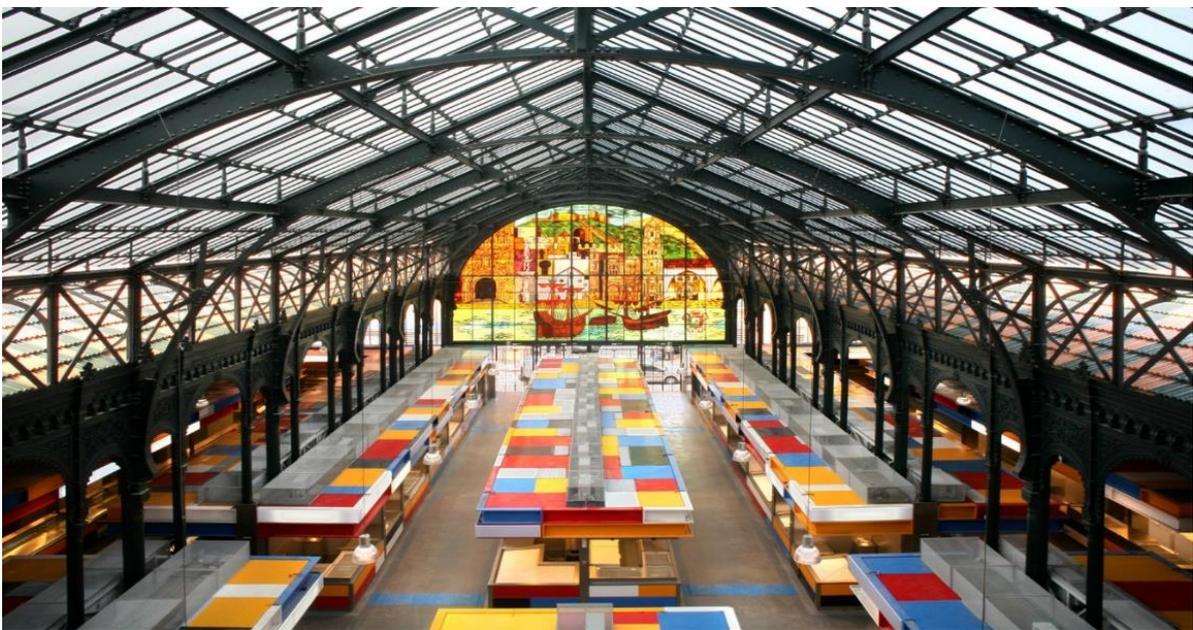
Fuente: <https://acortar.link/BHKDOn>

Por último, **el subindicador 5: limpieza**, según Molina (2018) todo espacio comercial debe desarrollarse de manera ordenada y sobretodo limpia, estos componentes aumentan su atractivo, por tanto, cualquier infraestructura comercial por más que se esté bien diseñada pierde su valor si se encuentra sucia o poco cuidada. En adición, en base a los miembros del Ministerio de Vivienda,

Construcción y Saneamiento (2021) se deben considerar ambientes para acopio y evacuación de residuos, su área dependerá del porcentaje de área de venta de cada establecimiento comercial, así mismo, se deben contar con zonas para el lavado de los contenedores de basura y un espacio para el estacionamiento del camión recolector de residuos. Cabe resaltar que, dichas áreas deben estar un tanto alejadas del almacén, o mantener el ambiente muy bien ventilada, de esta manera, se evita el cruce de olores y contaminación de ambientes y productos.

Figura 27

Limpieza y orden del Mercado Municipal de Atarazanas en España



Fuente: <https://acortar.link/t1y4ys>

De igual forma, se ubica al **indicador 3: diseño interior**, es la disciplina que desarrolla el proceso de formar el estilo del espacio interior, ello involucra la elección del mobiliario, materiales, colores, etc. (Zorrilla, 2002) esto quiere decir que, para el estudio del diseño interior es necesario entender factores tanto funcionales (tienen que ver con la organización de las secciones) como estéticos (tienen que ver con los recursos visuales) de los espacios. Por otro lado, Gonzáles (2018) determinó que el diseño interior es una rama de la arquitectura que tiene como fin diseñar espacios bien equipados, bajo conceptos espaciales, funcionales, artísticos, tecnológicos y económicos, todo ello para ofrecer espacios confortables, así mejorar la calidad de vida de los beneficiarios.

En relación al indicador 3, posee 2 subindicadores, en primer lugar, el **subindicador 1: función**, este involucra el análisis del diseño de la estructura interna del espacio comercial partiendo de la función y las actividades que se realizan en él. Según Sánchez (2017) para el correcto desarrollo de la función de una edificación comercial intervienen los siguientes elementos: la distribución de la superficie, la ubicación de secciones en base a los tipos de artículos ofrecidos, los pasillos con dimensiones adecuadas y la circulación de cada usuario en base al tiempo de uso y preferencias. La distribución más eficiente de la superficie es aquella que promueve el recorrido de los consumidores, reduce costos de mano de obra y eleva la venta; en relación al recorrido seguido por los clientes, generalmente este se realiza en sentido anti horario en el espacio. En adición a dichos elementos, los investigadores de la Universidad Ecotec (2019) determinaron parte del diseño interior de los establecimientos comerciales la identificación de distintos tipos de pasillos: pasillos principales, de acceso y de aspiración. La principal diferencia entre cada uno son las funciones que desempeñan y sus dimensiones.

Tabla 23

Elementos para diseñar la estructura comercial interna

Superficie	Puntos fríos	Se produce la circulación natural
	Puntos calientes	Se produce la circulación motivada
	Punto caliente natural	Arquitectura, mobiliario, zonas verdes.
	Punto caliente artificial	Iluminación, decoración, publicidad.
Secciones	Organización de artículos de la misma naturaleza	Productos que se complementan deben estar cerca (frutería, carnicería, pescadería, etc.)
		Productos con similar peso, volumen y fragilidad deben estar agrupados, por ejemplo, es recomendable situar los artículos de gran volumen y peso cerca de los almacenes para la manipulación de los empleados. Los productos de primera necesidad se deben distribuir por todo el local, combinando otros productos, de esta manera el usuario se encontrará con artículos que no esperaba.

		<p>Compra reflexiva: Requiere ubicar los productos en espacios amplios donde el cliente pueda meditar y observarlos, libre de interrumpir la circulación.</p> <p>Compra impulsiva: No requiere de espacios amplios.</p>
Pasillos	Pasillos principales	Conduce a los consumidores a la sección principal del local.
	Pasillos de aspiración	Dirigen o aspiran de manera psicológica a clientes desde la zona caliente a la zona fría.
	Pasillos de acceso	Permite la entrada hacia los productos
Circulación	Itinerario	Es la ruta que el consumidor sigue. Disposición en parrilla
	Disposición del Mobiliario	Disposición en espiga Disposición libre Disposición cerrada

Nota. Elaboración propia con información de Sánchez y de los investigadores de la Universidad Ecotec.

En cuanto a las secciones, según Villar (2017) se refiere a la agrupación de los mismos o similares productos ofrecidos para la venta en una zona específica del espacio comercial, esto quiere decir, que existen bienes que tienen la misma categoría por ejemplo carnes, frutas, verduras, etc., las que son equivalentes deben agruparse en la distribución del mercado, así mismo, al congregarse se reconocen tres zonas, la zona húmeda, semi húmeda y seca.

Tabla 24

Zonas según secciones de mercadería

Zonas	Secciones
Húmeda	Sección de venta de carnes, aves, pescados, embutidos, y alimentos cocinados.
Semi húmeda	Sección de venta de frutas y hortalizas Sección de venta de hierbas, productos lácteos y huevos
Seca	Sección de venta de abarrotes, cereales, especias y productos no alimentarios como ropa, artículos para el hogar, entre otros.

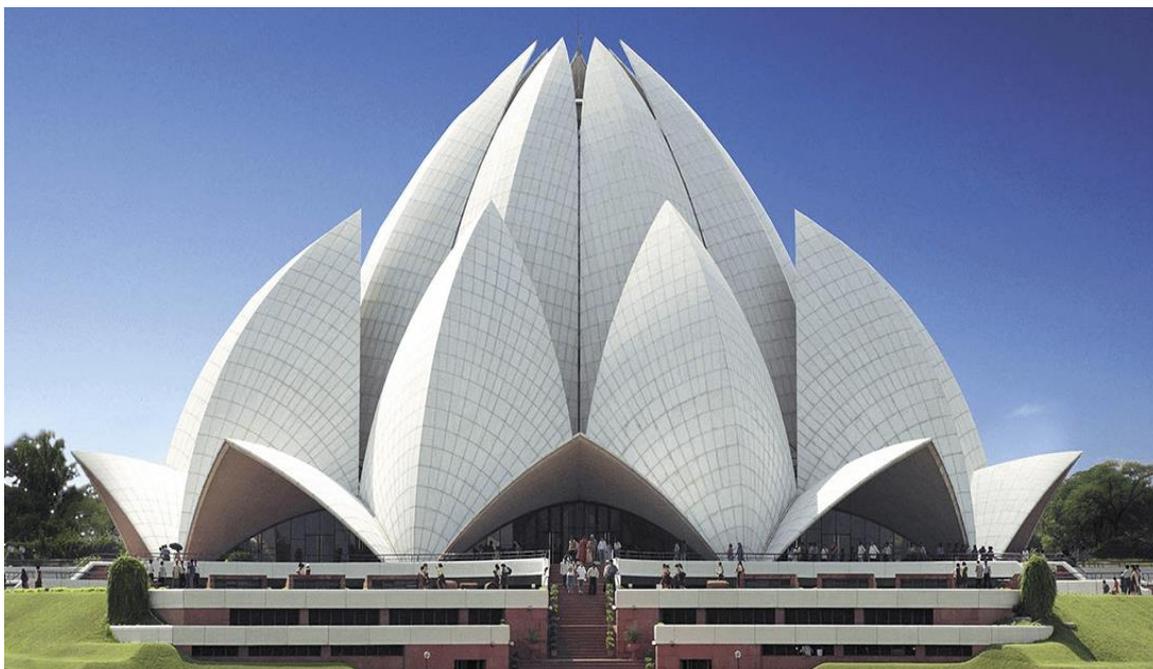
Nota. Elaboración propia con información de Villar.

Por otra parte, Tracey (2003) estableció que en los establecimientos comerciales se desarrollan principalmente las siguientes funciones: movimiento de bienes y usuarios (compra y venta), llegada y descarga de productos, estacionamiento, vigilancia y limpieza o recolección de basura, administración y supervisión del personal, venta de alimentos preparados en el sitio y en algunos casos el desarrollo de actividades complementarias como las bancarias, culturales, y servicios públicos. Entonces, la infraestructura comercial debe estar diseñada de manera que se puedan ejecutar básicamente las actividades mencionadas.

En segundo lugar, se presenta el **subindicador 2: forma**, según Chiriboga (2019) la forma hace referencia a la concepción y orientación volumétrica que tienen los proyectos arquitectónicos, cabe resaltar que esta debe responder a la función y estructura de la edificación. Por ello, se considera que los proyectos deben ser concebidos de manera simultánea por un proceso conceptual de la forma y de las funciones que se llevaran a cabo dentro de la infraestructura. La forma es la representación física y visual del diseño arquitectónico, resultado de un estudio que involucra la función, materialidad y estructuras. Entonces, es evidente que el proceso de diseño debe realizarse teniendo en consideración la forma, pero también la función, si una forma responde a las exigencias de la función de manera adecuada estará bien, pero si eso no sucede, no se deben forzar dichas disposiciones formales. En complemento, Marcelo (2019) definió la forma, desde un enfoque arquitectónico, como la manera en que se enmarca un espacio en base a un volumen, su aspecto, cualidades materiales, escala y dimensiones. En otras palabras, la forma se reconoce y está determinada por los límites y características perceptibles que cada diseñador otorga a un espacio.

Figura 28

Forma del Templo de Loto en Nueva Delhi



Nota. La forma del Templo de Loto responde a la conceptualización de la religión de la población de Delhi. Fuente: <https://acortar.link/gO2UNL>

Luego, se muestra el **indicador 4: dimensión social**, tiene que ver principalmente con el papel que desempeñan los participantes del espacio (Zorrilla, 2002). En este caso son los empleados y los clientes de los establecimientos comerciales. Por otra parte, en base a Di Carlo et al. (2020) la dimensión social explica la relación, características y comportamiento tanto de accionistas, empleados, proveedores, clientes y público en general que accede al espacio comercial. Es decir, en esta dimensión se incluyen todos los implicados que participen del proceso comercial en el establecimiento.

El indicador 4, contiene 2 subindicadores, el primero es el **subindicador 1: clientes**, en este caso, los clientes son las personas que consumirán los productos ofrecidos, estos son los usuarios del espacio comercial, para diseñar proyectos siempre es fundamental analizarlos, en otras palabras, es relevante identificar sus características (edad, sexo, ideas, costumbres), requerimientos (espaciales y personales), gustos, limitaciones (físicas, económicas, mentales) y el tiempo de permanencia en el espacio (Sinticala & Paye, 2019). De este modo, a través de estrategias arquitectónicas se resolverán sus necesidades. Al respecto, Quispe

(2021) determinó que los clientes son la razón de ser de la arquitectura, eje de los diseños y elemento principal de la sociedad, por ello, es obligatorio estudiarlos y analizarlos, este proceso sirve de base para la creación del programa arquitectónico de cualquier proyecto. En este sentido, algunos puntos a tener en consideración son: la edad, sexo, cultura, tradiciones, pasatiempos, ocupaciones y antropometría.

Figura 29

Clientes del espacio comercial



Fuente: <https://acortar.link/2z3iKw>

Por otro lado, se ubica el **subindicador 2: personal de ventas**, Villar, (2017) identificó entre los usuarios del espacio comercial a los vendedores, entre ellos: el vendedor de puesto fijo (quién posee un puesto permanente, el diseño de este puesto depende de los productos que se vendan, este usuario asiste diariamente a la infraestructura comercial), vendedor canastero (quién se ubica generalmente en los pasillos de circulación del establecimiento, es decir, no posee una instalación como un local fijo), por último, se encuentra el vendedor canastero eventual (quién asiste desde 1 a 3 veces a la semana a la infraestructura comercial y tampoco ostenta un puesto fijo). Es decir, son tres los tipos de vendedores a considerar en los espacios comerciales, y a ellos también es importante analizar, para determinar sus características y necesidades. Tal es la importancia de estos usuarios, que, los

investigadores del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2021) a través de la Norma Técnica A.070 de Comercio, determinaron un rango de personal de ventas para la dotación de servicios higiénicos y aforos de cada ambiente comercial. Cabe resaltar que dicho número del mismo modo va directamente relacionado al número de puestos existentes por edificación comercial.

Figura 30

Vendedor de puesto fijo



Fuente: <https://acortar.link/jtaQVo>

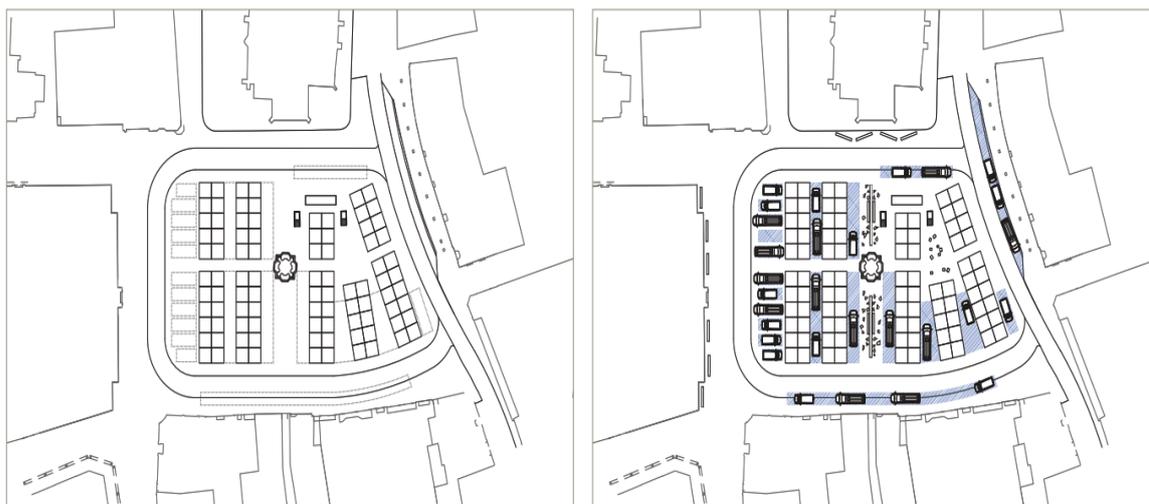
Por último, se ubica el **indicador 5: integración al entorno**, este hace referencia a las intervenciones o consideraciones arquitectónicas que se deben tomar en cuenta para lograr la integración tanto del equipamiento al entorno inmediato, así como la integración de los usuarios a la edificación. Según los especialistas de NEUBAU Market Stall Architecture (2021), una manera de integrar un mercado minorista es a través del análisis de la accesibilidad al equipamiento, la implementación tanto de vegetación, como de espacios público, ya sean plazas u otros espacios donde se desarrollen actividades complementarias de interés de los potenciales usuarios, del mismo modo, la integración de las personas depende de la ubicación de mobiliario urbano que prolongue la estancia. Es decir, este

indicador establece y describe a aquellos elementos arquitectónicos que fomentaran la integración de los espacios dedicados a la actividad comercial, a la zona donde se ubica el establecimiento.

El indicador 5, contiene 3 subindicadores, el primero es el **subindicador 1: accesibilidad**, en este caso, se trata del análisis de la ubicación de accesos tanto vehiculares como peatonales, y la dotación de cajones de estacionamiento dependiendo del tipo de medio de transporte utilizado en la zona (NEUBAU Market Stall Architecture, 2021). Por ejemplo, en el distrito de Jorge Chávez, los medios de transporte más empleados por la población son en primer lugar, las motos lineales, seguido de la bicicleta, luego a pie y finalmente, medios de transporte automotriz como autos, camionetas, y minivans. Por tanto, será necesario precisar a través de este subindicador los requerimientos de cada usuario y su medio de transporte.

Figura 31

Accesibilidad al espacio comercial



Nota. Se muestra la zona de estacionamiento itinerante del espacio comercial. Fuente: <https://acortar.link/C1TkWZ>

Del mismo modo, se ubica el **subindicador 2: mobiliario urbano**, los miembros de NEUBAU Market Stall Architecture (2021) identificaron al mobiliario urbano como aquellos elementos, objetos o piezas urbanas emplazadas en una zona pública. Además, dichos autores reconocieron la importancia de seleccionar tanto el tipo de mobiliario urbano, así como su ubicación, en las edificaciones comerciales pues estos promoverán el uso y estancia de los espacios. En otras palabras, se debe elegir mobiliario urbano que fomente la integración de usuarios,

esta es una manera de invitar a la población a desarrollar otra actividad muy aparte de la de compra y venta, esta es la actividad de socialización.

Figura 32

Mobiliario urbano en el espacio comercial para la integración



Fuente: <https://acortar.link/5L1DwG>

Al final, se plantea el **subindicador 3: arquitectura vernácula**, este subindicador hace referencia al diseño de espacios comerciales con énfasis en el

uso de sistemas constructivos o materiales que ofrece el entorno (Klemm et al., 2017). Es decir, implementar estrategias propias de la arquitectura local tiene como principal objetivo reducir costos de las edificaciones y con ello el impacto ambiental que implica la construcción, así como el funcionamiento de cualquier equipamiento.

Figura 33

Arquitectura vernácula aplicada al diseño de una edificación en Puno



Fuente: <https://acortar.link/Ail8xx>

Seguidamente, se determina como **sub categoría 2: lenguaje sensorial en el espacio comercial**, entendido como la capacidad de incorporar elementos de la arquitectura para estimular uno o más de los cinco sentidos y mejorar la experiencia del espacio comercial para los usuarios (Spence, 2020). Por ello, a la actualidad se estudia el efecto de cada componente de la arquitectura sobre las personas, sus estados de ánimos, salud, etc., de esta manera se les puede ofrecer mayores beneficios. Por otro lado, Fernández & Almohalla (2017) definieron al lenguaje sensorial del espacio comercial como la manera en que un espacio provoca ciertos efectos o emociones en sus usuarios, modificando sus comportamientos. En este caso, en espacios comerciales el efecto que se quiere alcanzar es la ejecución de la compra. Finalmente, para Muzquiz (2017) todos los espacios transmiten significados, por ello pueden emplearse como herramientas para generar ideas o

estimular la imaginación, desde este punto de vista, el lenguaje sensorial de los espacios comerciales son concebidos como lugares de experiencia, cargados de emociones causadas por el propio entorno.

A su vez, explicamos el **indicador 1: vista**, en base a Muzquiz (2017) los espacios son percibidos a través de un proceso mental, donde intervienen los ojos, quienes captan imágenes del entorno, la vista es el sentido que envía información al cerebro y es este último quien remite órdenes a las demás partes del cuerpo. En relación a ello, Fernández & Almohalla (2017) identificaron que la percepción del espacio a través del sentido de la vista es producto de imágenes, luces y colores de las experiencias vividas en determinados espacios. Sin embargo, según Dębowska (2017) el sentido de la vista no es un sentido capaz de percibir a profundidad todos los elementos de los espacios, pues no es lo mismo tocar a simplemente ver, pero, coincide con las teorías de los anteriores autores al enfatizar la importancia que tiene dicho elemento en el proceso de interpretación de la arquitectura.

En relación al indicador 1, contiene 2 subindicadores, estos son: **subindicador 1: iluminación**, es el conjunto de estrategias o métodos para ofrecer mayor o menor luz a determinados espacios (Sage, 2016), este grado de luz y sombra otorga valor, incluso es capaz de jerarquizar algunas formas. Según Kaheneko (2021) los seres humanos somos fototrópicos, por lo que se produce una atracción inconscientemente hacia cosas brillantes. Sobre la iluminación natural, el autor determinó que esta proviene de las radiaciones solares que llegan al suelo, que es absorbida, reflejada y dispersada por la atmósfera debido al movimiento de la Tierra y el sol. Las radiaciones electromagnéticas de espectro de diferentes longitudes de onda son las responsables de la percepción de color, cuando esta radiación ingresa al edificio además de proporcionar luz natural también calienta el espacio interior. En este sentido, los diseñadores pueden usar la luz tanto artificial como natural para atraer la vista de las personas y guiar sus actividades. En adición, en base a Esquivias (2017) se debe priorizar la iluminación natural por cuestiones económicas y medioambientales, un espacio bien iluminado es capaz de mantener un equilibrio entre una adecuada iluminación natural y la protección solar. Es decir, controlar eficientemente el ingreso del sol no producirá efectos secundarios como,

por ejemplo, la exposición directa al sol que por periodos largos de tiempo afecta el confort térmico del lugar y la salud de los usuarios.

Continuando, se ubica al **subindicador 2: color**, este es un elemento que influye en estado de ánimo de las personas que lo perciben, los distintos matices existentes parten de tonos primarios como el amarillo, rojo y azul, de la combinación de estos es que surgen los demás colores, según Olazábal (2020) el color más que una función estética tiene una función práctica que va relacionada con la psicología del color, donde cada color influye de manera distinta en aquel que lo percibe. Por ejemplo: una zona de color claro entre áreas con colores oscuros es capaz de resaltar las formas, por otro lado, colores como el rojo, naranja y amarillo pueden otorgar la sensación de espacio caliente, mientras que, los azules y celestes puede generar una sensación de frío. Es así que, Blazquez et al. (2019) determinaron que el esquema de colores que contenga una edificación comercial contribuye a la creación de un ambiente cómodo y adecuado para diferentes marcas, generalmente, el uso de un color específico se relaciona con una marca, su imagen y su historia.

Figura 34

Iluminación y color en los espacios comerciales



Fuente: <https://acortar.link/ja33hf>

Por otra parte, identificamos como **indicador 2: oído**, este sentido percibe los espacios a través de la captación de los sonidos del entorno (Muzquiz, 2017). Tales sonidos pueden ser ruidos que perturben o por el contrario armonías capaces de generar satisfacción en los clientes. Al respecto, Fernández & Almohalla (2017) determinaron que el oído es el sentido que detecta las ondas sonoras del ambiente, así mismo, este sentido permite reconocer sonidos incluso en zonas donde no se tiene rango visual, relacionándolos con sensaciones anteriores y creando al final sentimientos y emociones en los usuarios.

Conforme a Dokmeci & Kang (2016) la acústica se ocupa de las ondas sonoras en gases, líquidos y sólidos y su aplicación está presente en casi todos los aspectos de la sociedad moderna. Por lo tanto, es de gran importancia considerar la investigación acústica y sus aplicaciones desde la perspectiva del entorno construido, en términos de confort acústico, urbanismo sonoro, diseños de envolventes de edificios, y productos acústicos.

En esta parte, el indicador 2, domina 2 subindicadores, tales son: **subindicador 1: ruido ambiental**, en base a Bruel & Kjaer (2000) algunos sonidos pueden ser placenteros y otro no, por ejemplo, los ruidos molestos provenientes del exterior de una edificación corresponden al ruido ambiental. Según Wang & Norbäck (2021) se consideran tres formas principales de contaminación ambiental: la contaminación acústica, junto con la contaminación del aire y del agua, siendo la contaminación acústica ambiental la que corresponde al ruido causado por el entorno, por causa de la carretera, el ferrocarril, el aeropuerto. tráfico, industria, construcción, así como algunas otras actividades al aire libre. En este sentido, generalmente todos los entornos tienen distintas fuentes que aportan al ruido ambiental, entre ellas se reconoce el ruido originario de las fábricas, del tráfico, entre otros.

Por otro lado, Rodríguez (2015) definió tal término como el ambiente sonoro del espacio, conformado por distintos sonidos que resultan fastidiosos, en este caso, se identifican sonidos producidos por los ferrocarriles, aviones, industria, el comercio, la actividad humana y la construcción. Es decir, el entorno ambiental posee un entorno sonoro y cuando este resulta molesto al oído humano se

convierte en ruido ambiental, siendo distintas las fuentes de ruido dependiendo del lugar o contexto donde uno realice el estudio.

En esta misma línea, Marcelo (2019) identificó seis fuentes del ruido: tráfico rodado (especialmente motocicletas), tráfico aéreo (cercanía con aeropuertos, estaciones de trenes), actividades industriales y de comercio (talleres), actividades domésticas (voces, saltos, volumen de aparatos o instrumentos musicales, etc.), actividades de ocio (discotecas, bares), y el ruidos producidos por animales (ladridos, maullidos, entre otros). Además, tales ruidos pueden generar problemas a la salud, por ejemplo: traumas acústicos agudos o crónicos, fatigas auditivas, aceleración del ritmo cardiaco o respiratorio, disminución del rendimiento cerebral, e incluso ralentizar el sistema digestivo, también, se puede producir irritación, angustia, estrés, dificultad para concentrarse o para conciliar el sueño, agotamiento, etc. En conclusión, el ruido ambiental es capaz de afectar la salud de las personas, sus efectos pueden ser auditivos o no auditivos, fisiológicos y hasta psicológicos.

Según Dokmeci & Kang (2016) el confort acústico es una parte importante del estado físico general. Si hay defectos acústicos en un espacio interior o exterior, los tratamientos correctivos suelen ser aún más costosos de que si se hubiera incorporado estrategias acústicas desde el inicio de la planeación de un espacio. En Londres, durante el bloqueo de COVID-19 el nivel de sonido disminuyó en 10-15 dBA mientras que las quejas por ruido se duplicaron, esta situación evidencia que además de controlar el ruido, es importante introducir sonidos agradables. Además, la calidad acústica y el confort no sólo es importante en edificios acústicos como auditorios y estudios de grabación, sino también en construcciones como hospitales, escuelas, polideportivos, iglesias, bibliotecas y espacios comerciales.

Figura 35

Ruido ambiental en zonas urbanas



Fuente: <https://acortar.link/GsGhMv>

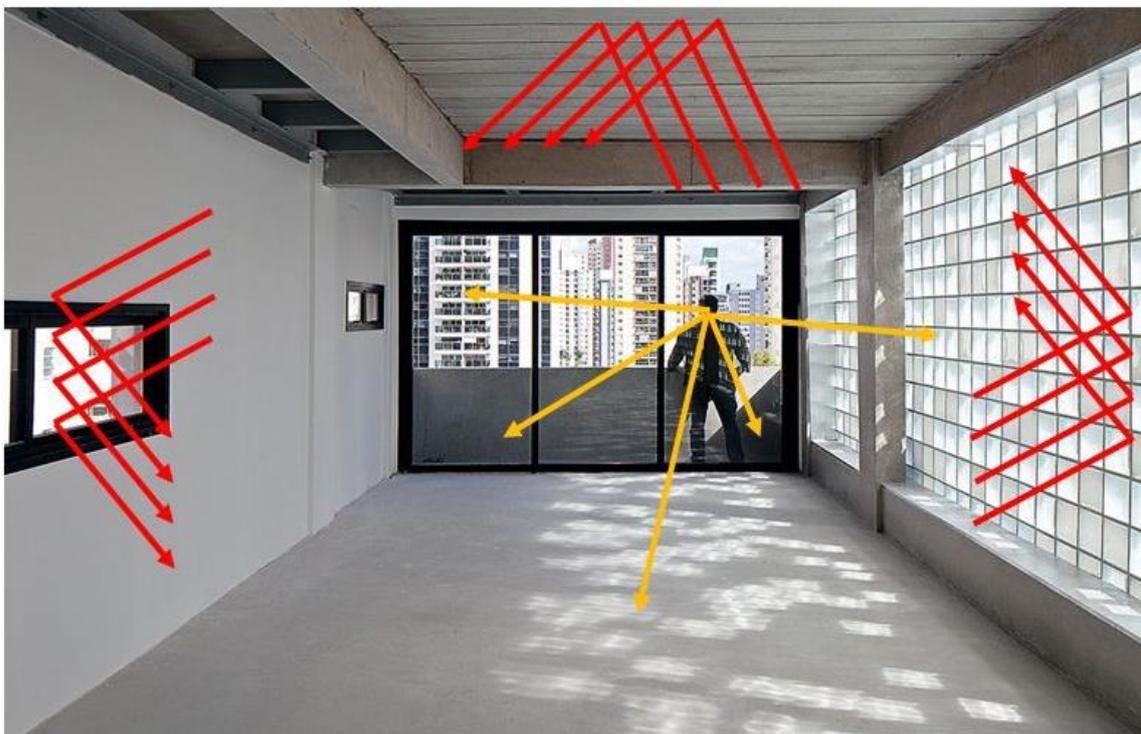
De mismo modo, se ubica el **subindicador 2: experiencia auditiva creada por la arquitectura**, según Muzquiz (2017) los edificios son cajas de resonancia, si se usan los materiales adecuados es posible crear lugares agradables para la percepción auditiva, por ejemplo, superficies duras como el hormigón o mármol evocan sonidos fuertes que pueden distraer al usuario, sin embargo superficies blandas o suaves como la de las alfombras, otros textiles y el corcho generan un silencio receptivo para la tranquilidad y relajación, ante lo mencionado, se puede concluir que, una experiencia auditiva potente creada por los elementos de la arquitectura es capaz de controlar y silenciar el ruido ambiental.

Al respecto, Rockwool (2018) identificó la lana de roca como un material aplicado en la estructura de muros para crear ambientes saludables y agradables a la percepción del oído, esto quiere decir que, este elemento puede regular el sonido y controlarlo. Otro elemento capaz de controlar el ruido conforme a las ideas de Marcelo (2019) es la vegetación, materiales de absorción alta del sonido son la fibra de vidrio y el PVC. Es decir, diversos materiales y productos acústicos, que

cumplen la función de absorbentes, aislantes, difusores, silenciadores y barreras acústicas, pueden tener un rendimiento similar de control acústico. Por ejemplo, respecto al uso de elementos de la naturaleza, superficies vegetales en fachadas y cubiertas de edificios, pilas de piedras enjauladas o gaviones, cinturones de vegetación de árboles, setos de arbustos y bermas de tierra (Dokmeci & Kang, 2016). Esto significa que las estrategias de control acústico naturales sirven para oprimir el ruido y además contribuyen al desarrollo sostenible del proyecto.

Figura 36

Sonido reflejado por las superficies del espacio



Nota. El sonido ingresa por las aberturas del espacio y este es reproducido en todo el lugar por efecto de reflexión. Fuente: <https://acortar.link/FgCumH>

Al final, determinamos como **indicador 3: olfato**, pues según Sitti-issara (2020) los experimentos psicológicos desarrollados a lo largo de la historia ha demostrado que la percepción y memoria del olfato es más profunda y duradera a comparación de la percepción y recuerdo visual. Conforme a Fernández & Almohalla (2017) el sentido del olfato forma parte de las estrategias comerciales de algunos establecimientos, el valor olfativo de algunas zonas induce a la compra. Por otro lado, para Muzquiz (2017) todo objeto puede desprender partículas aromáticas, que se convierten en fuentes de información que por acción del viento

llegan a las cavidades nasales y producen efectos en los usuarios, en este caso dichos efectos dependen de los gustos y preferencias de las mismas personas.

Respecto al indicador 3, desarrolla 2 subindicadores, primero, el **subindicador 1: propiedades olfativas de los materiales**, todo material emana un olor característico, esto ocurre generalmente con los materiales naturales como las maderas. Dentro de las maderas que son excepcionalmente aromáticas se tiene la madera de olinalá, guacayán, sándalo, abura, alcanforero, entre otras (Morales, 2015) Además, de la misma forma que ciertos materiales pueden desprender olor, otros son capaces de absorberlo. Al respecto, Larrea (2018) ilustró que el cuero y la madera son materiales que desprenden un olor característico, sin embargo, la vegetación desprende olores aún más fuertes, por ejemplo, la menta, que en algunas culturas como la árabe es muy utilizada en las entradas, colocadas en el piso de modo que cuando se pisaban se rompían y el olor era expulsado de manera inmediata. Esto demuestra, el valor histórico en algunas culturas de la naturaleza y el valor perceptivo como elemento aromatizador para lograr el confort olfativo.

En segundo lugar, se identifica el **subindicador 2: olor ambiental**, Mata-Codesal (2018) definió este término como una propiedad inherente de algunos elementos del entorno que activan nuestra percepción olfativa, la reacción ante el olor percibido está condicionada por factores como experiencia, cultura, hasta por las emociones de cada individuo, se pueden distinguir olores procedentes del exterior de una edificación que ingresan por medio de las distintas aberturas existentes, dentro de los principales olores ambientales se reconocen el humo producido por autos, construcciones, derrames de químicos, el alcantarillado, desagües, depósitos de basura, entre otros. Entonces, estos olores en el ambiente afectan en primer lugar a la calidad del aire, y es a este estímulo al que emitimos una respuesta, cabe resaltar que, para determinar el confort olfativo en un lugar se analiza la calidad del aire del mismo. Una manera de intoxicar la calidad del aire, según Varini (2020) es a través de los contaminantes producidos por el dióxido de carbono, humedad, humo de tabaco, productos de limpieza, humos de automóviles, polvo, etc.

Figura 37

Olor ambiental desagradable por acopio de basura



Fuente: <https://cutt.ly/ETEkPis>

Para concluir con la primera categoría, se presenta la **sub categoría 3: beneficios del desarrollo de espacios comerciales en ciudades**, acorde a Choque & Hinojosa (2018) los espacios comerciales son importantes pues permiten el desarrollo e incremento de actividades comerciales en las ciudades, dinámica que otorga distintos beneficios a los ciudadanos. Adicionalmente, Chee (2013) estableció que los espacios comerciales desarrollados en ciudades de manera estratégica constituyen elementos de valor que influyen en el modo de vida de las clases sociales, su implantación es generadora de nuevas centralidades, espacios de integración, recreación, mayor dinamismo social, etc.

Así es que, se muestra el **indicador 1: beneficios económicos**, en este sentido, el comercio es una actividad económica y como tal es capaz de crear beneficios económicos tanto a sus proveedores como a sus consumidores y colectividades próximas al espacio comercial (Moreno, 2017). Respecto al tema, Weisbrot & Johnston (2010), identificaron que tales beneficios corresponden al incremento de los fondos monetarios, o de la riqueza, en beneficio de los distintos participantes del proceso comercial. Por último, según Choque & Hinojosa (2018) la economía en cualquier sociedad no puede desarrollarse y aumentar si la

actividad comercial interna no se lleva a cabo de manera activa, pues gracias a ella se crean empleos además de la venta de productos.

En relación al indicador 1, contiene 2 subindicadores, estos son: **subindicador 1: desarrollo económico**, factor que mide el nivel de crecimiento en relación a la riqueza monetaria, Moreno (2017) determinó que la creación de espacios comerciales concibe beneficios económicos en las ciudades donde se emplazan, por distintas razones: por valorización, por impulsar la atracción de inversión, por permitir la mejora de la calidad de vida, por el impulso y apoyo a compañías locales, por la creación de aportes a los municipios a través de los impuestos, por el fomento del desarrollo urbano del sector, por la creación de espacios para actividades culturales, etc. Adicionalmente, Abertawe (2017) identificó los espacios comerciales como oportunidades de inversión, que generan la descentralización urbana para el desarrollo de todas las ciudades de un territorio. El Perú es reconocido como un modelo de desarrollo económico en relación a los líderes de América Latina por su inversión en espacios comerciales, en otras palabras, la creación de espacios comerciales aporta a la economía del sector donde estos se ubiquen.

En consecuencia, se presenta el **subindicador 2: núcleo de empleo**, que va ligado directamente al desarrollo económico pues involucra una actividad económica necesariamente, al respecto, Moreno (2017) expuso que las infraestructuras comerciales generan empleos de calidad que a corto y largo plazo optimizaban las condiciones de vida de la sociedad. Por ejemplo, Riveros (2016) demostró la cantidad de personal que requerían ciertas tiendas comerciales, el promedio por tienda correspondió a 4 trabajadores, siendo los rubros de heladerías, farmacias, computación, libros y revistas las tiendas con mayor personal, seguido por los rubros de calzado, telefonía, perfumería, óptica y artículos deportivos, al final, se ubicaron las secciones de vestuario, joyería, relojería, música y accesorios, pues apenas requerían de un solo comerciante.

Figura 38

Lista de empleos generados por Centros Comerciales

TRABAJOS EN CENTROS COMERCIALES

Convocatoria Hombres y Mujeres C/S Experiencia:



- Cajeros
- Operarios
- Almaceneros
- Auxiliares de Almacén
- Atención al Cliente
- Reponedores de Productos
- Supervisores de Caja
- Auxiliares de Caja
- Vendedores
- Maestros Panaderos
- Ayudantes de Panadería
- Asistentes de Abarrotes
- Personal de Seguridad
- Ayudantes de Cocina
- Auxiliares de Frutas y Verduras
- Promotores de Tarjeta
- **Varios Puestos Más de Trabajo**



OFERTAS DETRABAJOENPERU.COM

Fuente: <https://cutt.ly/ITeBZsE>

Por otro lado, se establece como **indicador 2: beneficios sociales**, otro de los objetivos de la implementación de espacios comerciales es el beneficio de sus ciudadanos, según Chee (2013) dichos espacios se convierten en lugares de sociabilidad urbana, de recreación y diversión, capaces de integrar distintas partes de un mismo territorio.

De igual forma, para Choque & Hinojosa (2018) los beneficios sociales tienen que ver con la integración social que logran las edificaciones comerciales, pues incluye para su desarrollo el intercambio y relación entre distintos pueblos o ciudades. Por tanto, deben ser considerados en los planes urbanísticos la implementación de políticas para promover la creación de aquellas infraestructuras (como las comerciales) que impulsen el desarrollo social de los ciudadanos.

Respecto al indicador 2, abarca 2 subindicadores, estos son: **subindicador 1: interacción ciudadana**, según León-León (2020) la humanidad basa su desarrollo en la reciprocidad y relación entre individuos conforme las circunstancias, en la actualidad, esta capacidad de interactuar se ha visto afectada por el distanciamiento social obligatorio que surgió como medida para prevenir la propagación del Covid-19, además de restringirse el acercamiento entre personas en la primera fase de la pandemia se prohibió también la salida y exposición a espacios tanto abiertos como cerrados, esto afectó aún más el proceso de interacción social pues el lugar donde normalmente se lleva a cabo dicho proceso es en las ciudades, espacios concretos, colegios, institutos, centros de trabajo, lugares de recreación, entre otros.

Algunos ejemplos de interacción social son: el agradecimiento, la coquetería, incluso situaciones de discusión, etc. Incluso, la manera de interactuar en los espacios comerciales ha cambiado, Flores & Plenge (2020) mencionaron que, ante el desarrollo de la pandemia, los centros comerciales han creado plataformas virtuales donde sus consumidores pueden observar sus productos, conocer sus características, precios, entre otras cualidades, es decir, dichas escenarios online funcionan como estrategia para seguir vendiendo, no perder clientes y mantener su relación e interacción con ellos.

Figura 39

Método de interacción social ante la Pandemia



Fuente: <https://cutt.ly/kTER4zJ>

Seguido, se presenta el **subindicador 2: seguridad**, según Miranda (2018) la seguridad es un estado o situación en donde el peligro y los factores que pueden generar daños físicos, psicológicos o materiales están bajo control, con el fin de resguardar el bienestar y la salud. Cuando un territorio se fragmenta, los espacios públicos son cada vez menos ocupados hasta el punto de ser abandonados, esta circunstancia empieza a construir una percepción de inseguridad en la ciudad. Por otro lado, para Cara & López (2017) seguridad engloba los conceptos de tranquilidad pública y protección, para el logro de la seguridad en una ciudad desde el punto de vista de urbanistas y arquitectos se debe hacer énfasis en la materialidad del espacio en base a los efectos que puedan producir estos a la salud de sus beneficiarios, así mismo, para la prevención de desastres naturales, de igual forma, priorizar al peatón como usuario principal de los espacios y favorecer su movilidad de manera eficiente y segura, por último, crear una conexión visual entre el espacio público y privado. Cabe resaltar que, esta estrategia crearía un control visual del espacio público perceptible desde las fachadas de las edificaciones para el control de las áreas exteriores, lo que promovería la prevención del crimen.

Figura 40

Espacio público iluminado que expresa seguridad



Fuente: <https://cutt.ly/QTEACaH>

Finalmente, se expone el **indicador 3: beneficios culturales**, acorde a Chee (2013) son entendidos como el provecho que se obtiene en favor del desarrollo cultural, fomento de una identidad, valoración de costumbres y tradiciones, etc. Por otro lado, según Choque & Hinojosa (2018) tales beneficios son logrados gracias a la creación de espacios de exposición artísticas, restaurantes y bares, dentro de las infraestructuras comerciales, los que crean una identidad en la sociedad o lugar donde se emplazan.

En cuanto al indicador 3, alberga al **subindicador 1: generador de identidad sociocultural**, en base a Montoya & Boyero (2016) la identidad social hace referencia a la concepción que tiene cada persona sobre los grupos sociales con los que se ve reflejado, con los que guarda similitud de comportamiento, gustos o preferencias. Así mismo, la identidad cultural es la concepción de cada individuo sobre sí mismo, respecto a valores, tradiciones, creencias; ambos conceptos expresan el sentimiento de pertenencia de las personas a la sociedad o lugar donde viven. Respecto a los espacios comerciales, el autor, también hace énfasis en la conceptualización de tales infraestructuras bajo criterios que no guardan relación a las realidades de los entornos donde se implantan. En otras palabras, actualmente los espacios comerciales son una especie de módulos que se ubican en cualquier parte del mundo, idénticos o con similitudes, con materialidad fuera de contexto, que muchas veces no cumplen ni responden a las condiciones climáticas de la zona, de esta manera es que se pierde la identidad social y cultural de sus usuarios.

Para estimular la identidad sociocultural de las personas a través de la arquitectura y los espacios, Rao et al. (2017) estableció que es fundamental diseñar áreas que fomenten la participación ciudadana, asimismo, cada componente del edificio debe respetar las costumbres de los usuarios para los que son concebidos, incluso integrar la historia del lugar a la edificación, esto otorga un valor simbólico al establecimiento que fortalece la identidad social y cultural de cada individuo.

Figura 41

Identidad cultural de Cajamarca expresada en el espacio público



Fuente: <https://cutt.ly/ITELHzJ>

Ahora, se presenta la **categoría 2: fragmentación urbana**, este término conforme a Calderón et al. (2020) es la división del territorio en pequeños espacios, donde a diferencia de la aglomeración de servicios del centro urbano, se genera la desigualdad. Según, Sheng et al. (2017) la espacialidad o posición geográfica de los territorios urbanos condicionan su fragmentación urbana, lo que influye al final en el transporte, entorno urbano y en consecuencia, en el acceso a los recursos, cualidades y funciones de la ciudad. Al respecto, Verbeek & Tempels (2016) mencionaron que la fragmentación se entiende como un suceso espacial del paisaje o entorno urbano interpretado negativamente, donde el desarrollo urbano es contiguo pero desconectado y generalmente la infraestructura de transporte es deficiente, todo ello amenaza el bienestar humano y ambiental. Sin embargo, cuando se investigan temas de fragmentación es inevitable encontrar temas de segregación, ambos términos en relación a la arquitectura hacen referencia a fenómenos urbanos, sin embargo, a pesar de guardar relación no se trata de lo

mismo, por tanto, es importante establecer a detalle las **diferencias conceptuales entre fragmentación y segregación**.

En cuanto a la **fragmentación**, se refiere a un estado no integrado del espacio urbano. Es una especie de estado y proceso de formación “fragmentado”, que se caracteriza por la separación del espacio, la función y la sociedad (Yue et al., 2022), esto quiere decir que, es una circunstancia en la que se desarrollan las ciudades a partir de dispersión tanto espacial como funcional y social. Por otro lado, la fragmentación hace referencia a factores espaciales y datos cualitativos, tiene que ver con el modo de organización en el espacio influenciado por elementos físicos que encierran a una urbe y la separan del resto. (Kozak, 2018). Es decir, el término de fragmentación urbana se refiere a la división y separación que sufren las ciudades por la existencia de barreras físicas producidas tanto por la naturaleza como por el hombre.

Por otro lado, la **segregación** analiza los patrones de localización de grupos sociales mediante datos cuantitativos, para medir la segregación urbana se deja de lado el propio espacio, no se consideran las barreras físicas, geografía del lugar u otras condiciones de accesibilidad, guarda más relación a factores sociales que espaciales (Kozak, 2018). En otras palabras, la segregación urbana constituye las desigualdades sociales que sufren algunas poblaciones, tales como niveles de empleo, exclusión social, acceso a infraestructuras y servicios urbanos, etc. Una de las causas de la segregación social es la fragmentación de las urbes, sin embargo, es posible que se produzca un fenómeno sin el otro, por ejemplo, un territorio puede estar separado por barreras físicas pero también puede mantener la igualdad en sus sociedades (Kozak, 2018). En consecuencia, el término de fragmentación y segregación guardan una relación de causa y efecto, no obstante, logran desarrollarse independientemente. Por otra parte, para Whitacker & Mares (2019) la segregación es producto de la diferenciación social en el espacio, condicionada básicamente por la estructura socioeconómica de las sociedades. Es así que, según las autoras la segregación es un fenómeno que depende directamente de los niveles económicos y las clases sociales.

Un factor determinante que influye en la fragmentación urbana es el **proceso de suburbanización**, en base a Parussini (2012) la suburbanización es

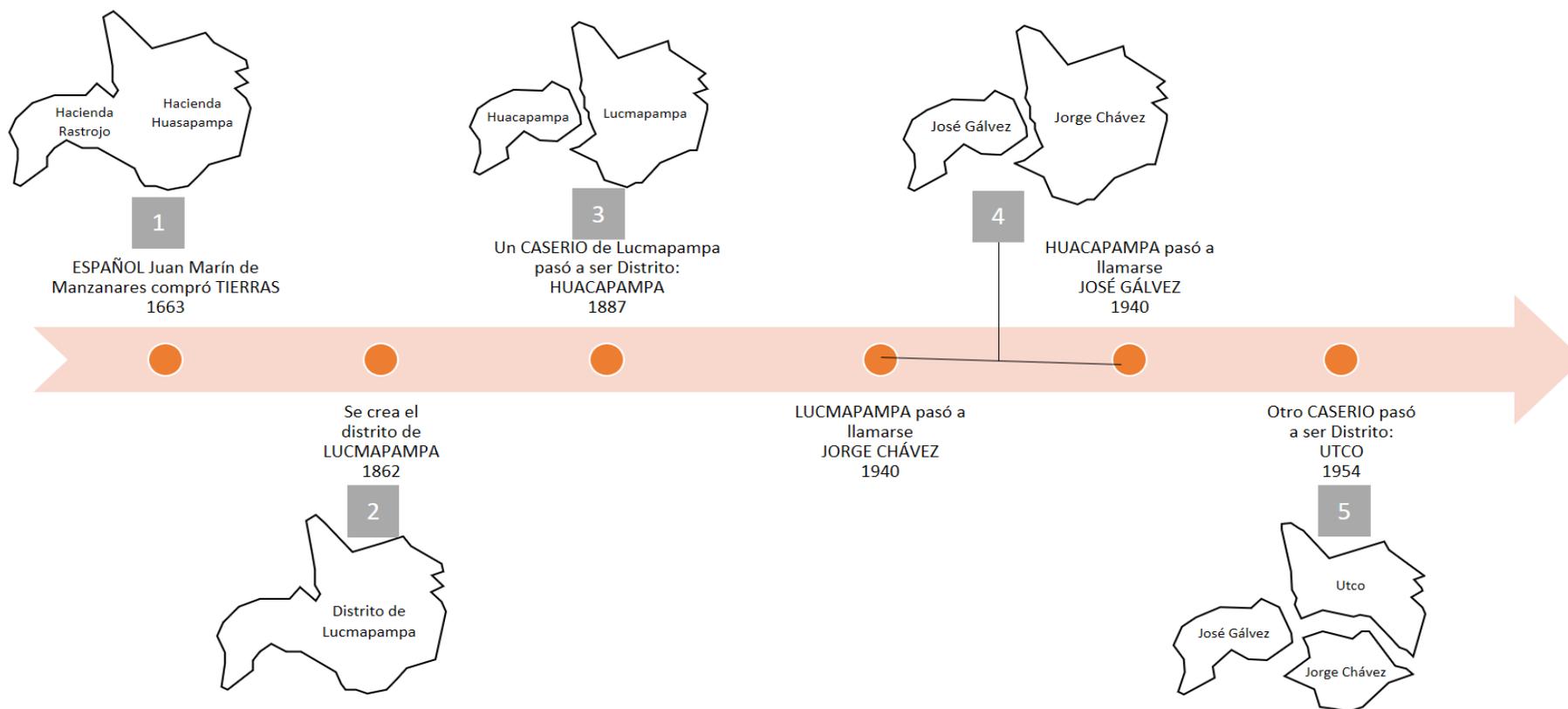
un fenómeno de ocupación territorial, basado en el crecimiento de los cascos históricos de las ciudades a través del asentamiento de la población en la periferia. Cabe resaltar que, dicho proceso rompe el equilibrio de las áreas urbanas, debido a que genera un centro urbano o metrópoli con la mayoría de servicios urbanos y alrededor las famosas áreas periféricas o suburbanas que por su ubicación difícilmente acceden a los servicios de la metrópoli central. Por otro lado, Alzate (2009) definió la suburbanización como un proceso de expansión de la zona urbana a zonas rurales, donde las nuevas urbanizaciones son producto de la migración de una población, motivada por distintas razones, una de ellas es el deseo de un área menos densificada para vivir, y otra, la más común, es la búsqueda de nuevas oportunidades y recursos económicos. En dichas urbanizaciones se combina la forma de vida de campo con la forma de vida de la ciudad, al mismo tiempo, existe una mezcla en los usos de suelo, es como una ciudad regulada por sus propios miembros y no por una autoridad. Sin embargo, el proceso de suburbanización no debe ser comprendido como un proceso homogéneo para cualquier territorio pues por ejemplo en aquellas zonas alejadas de grandes aglomeraciones urbanas donde los distritos poseen menos de 15 mil habitantes, la diferencia entre lo rural y lo urbano es más una imposición ya que la forma de vida en estos lugares se concibe bajo dinámicas con características más rurales que urbanas, la forma de ocupación del territorio está relacionada a las actividades productivas primarias que desarrollan sus habitantes como la agricultura, ganadería, explotación forestal, etc.

Por otra parte, en base a Espinosa (2019) las periferias son los bordes o alrededores de las zonas urbanas que contienen urbanizaciones irregulares tanto en cuanto a su forma como a su modo de asentamiento, motivo por el que son áreas con insuficiencia de servicios básicos, los que generalmente son otorgados por el Estado a través de la acción de autoridades locales, estas condiciones en conjunto originan el tejido urbano suburbano. Entonces, se definen como características básicas de un área suburbana, su ubicación en la periferia y la carencia de servicios tales como luz eléctrica, agua, desagüe, entre otros, además, estas zonas por lo general son detonantes de la fragmentación urbana de una metrópoli.

Ante ello, a continuación, por medio de una línea de tiempo se detalla el proceso de conformación del territorio suburbano de Jorge Chávez a lo largo de la historia, con el objetivo de tener más alcance sobre el contexto real.

Figura 42

Proceso de conformación territorial del distrito de Jorge Chávez



Nota. Elaboración propia con información de los siguientes portales web Boletín Informativo Cultural La Voz del Tingo, Asociación Movimiento de Unidad Sucrense y Municipalidad Provincial de Celendín.

En este punto, se muestra como **sub categoría 1: dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano**, según Cabrera et al. (2019) la fragmentación urbana se puede caracterizar según tres dimensiones, tales son la dimensión espacial, social y simbólica. Esto quiere decir que, para determinar el nivel de fragmentación de una urbe es necesario el estudio e identificación de ciertas características espaciales, sociales y simbólicas. Al respecto, Sposito & Sposito (2020) hacen una caracterización en base a tres aspectos, entre ellos se ubican el aspecto social, físico y simbólico, cabe mencionar que esta metodología guarda completa similitud a la disposición del primer autor. Finalmente, conforme a Sheng et al. (2017) los estudios de fragmentación urbana deben considerar el análisis o caracterización de los contextos geográficos o espaciales, socioeconómicos y políticos o sociales, esto quiere decir que tales variables condicionan la ruptura del tejido urbano.

De esta manera, identificamos el **indicador 1: dimensión espacial**, que hace referencia a los aspectos físicos de los centros urbanos, estos pueden ser expresados por el emplazamiento, forma y estructura vial (Cabrera et al. (2019). Por tanto, el análisis de la estructura espacial permitirá identificar el nivel de continuidad de la trama urbana y el grado de integración existente entre los centros urbanos. Por otro lado, conforme a Vidal (1997) la dimensión espacial permite describir los atributos del espacio, a través de dicha investigación se determina el grado de fragmentación de la estructura y tejido urbano.

En relación al indicador 1, contiene cinco subindicadores, estos son: **subindicador 1: emplazamiento**, entendido como el lugar de ubicación o localización de un centro urbano, teniendo en cuenta las condiciones geográficas de la zona, como por ejemplo cercanía a fuentes de agua, zonas ecológicas protegidas, montañas, tipos de suelo, etc. (Cabrera et al., 2019). Es decir, este subindicador hace referencia al estudio de la situación geográfica del territorio donde se desarrollaron las ciudades. Al respecto, acorde a Baca (2016) el emplazamiento involucra el análisis de las circunstancias tanto naturales como artificiales del entorno donde se ubiquen las edificaciones. En otras palabras, deben tomarse en cuenta condicionantes como el clima, vientos, vegetación, fuentes de

agua, trayectoria solar, tipo de suelo, arborización y hasta las estructuras colindantes.

Figura 43

Aspectos que involucra la situación geográfica



Fuente: <https://cutt.ly/dTE2Epy>

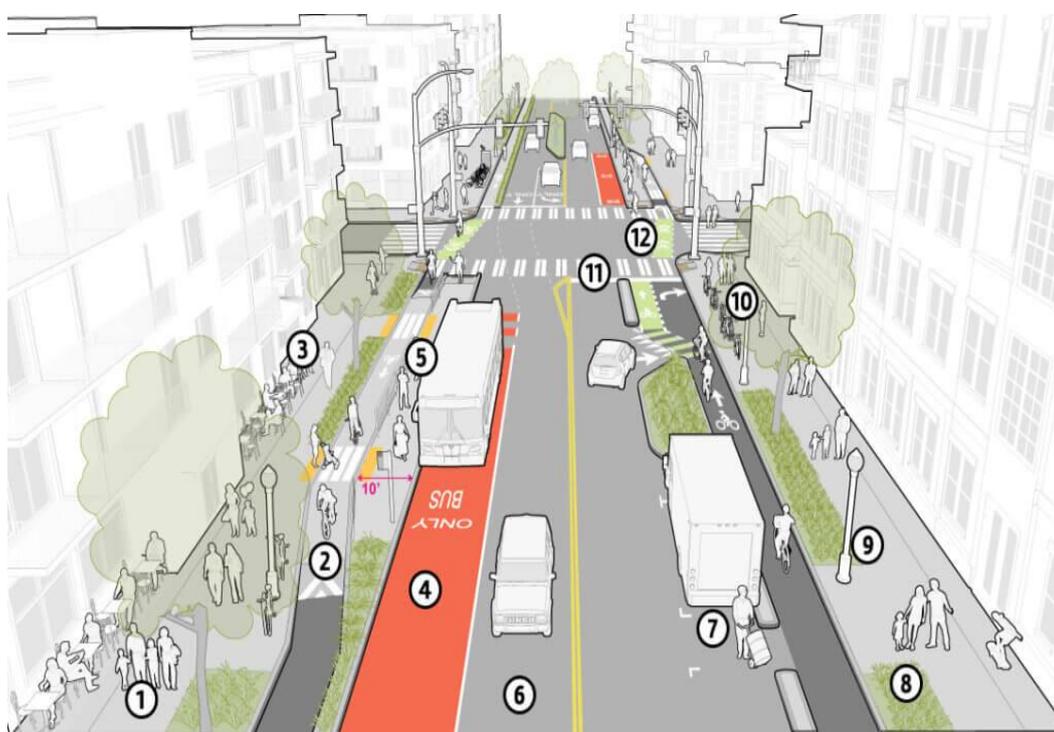
Luego, se ubica el **subindicador 2: vías y movilidad**, Cabrera et al. (2019) reconoció las vías como los caminos o rutas que posee un territorio, y la movilidad como la capacidad de desplazamiento de los distintos involucrados en la ciudad. Para el análisis de vías, se deben tener en cuenta aspectos como, cantidad de infraestructura vial, señalización vial, nivel de accesibilidad, estado de conservación y materialidad, por otro lado, para el estudio de la movilidad, se debe incluir aspectos como tipos de medios de transporte, cantidad de uso, formalidad y eficiencia. Partiendo de esta conceptualización, para el desarrollo de este subindicador será obligatorio analizar todo lo correspondiente a la accesibilidad vial y medios de transporte del distrito en cuestión. Actualmente, la contaminación ambiental es un problema que aqueja al mundo, una de las principales fuentes que produce ese problema son los medios de transporte y los distintos gases tóxicos que emanan, ante ese contexto surge el concepto de movilidad urbana sostenible, que según Gómez (2021) trata de la mejora de la forma y tiempos en que las

personas se mueven dentro de las ciudades. Entonces, se deben identificar los medios de transporte más utilizados y cuál es su impacto al entorno y al medio ambiente.

Así mismo, conforme a Dorier & Dario (2018) el estado del sistema de vías de un territorio urbano influye en la integración, la desvinculación económica del municipio de la gestión del mantenimiento vial provoca la desvalorización de los espacios públicos y generan la segregación urbana y social.

Figura 44

Vías y movilidad urbana



- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| 1 Aceras amplias | 5 Áreas de espera transporte público | 9 Mobiliario urbano |
| 2 Ciclovías | 6 Vías automóbiles | 10 Estacionamiento bicicletas |
| 3 Frentes comerciales | 7 Zonas de carga/descarga | 11 Cruces peatonales |
| 4 Vías exclusivas para transporte público | 8 Infraestructura verde | 12 Continuidad ciclovías en intersecciones |

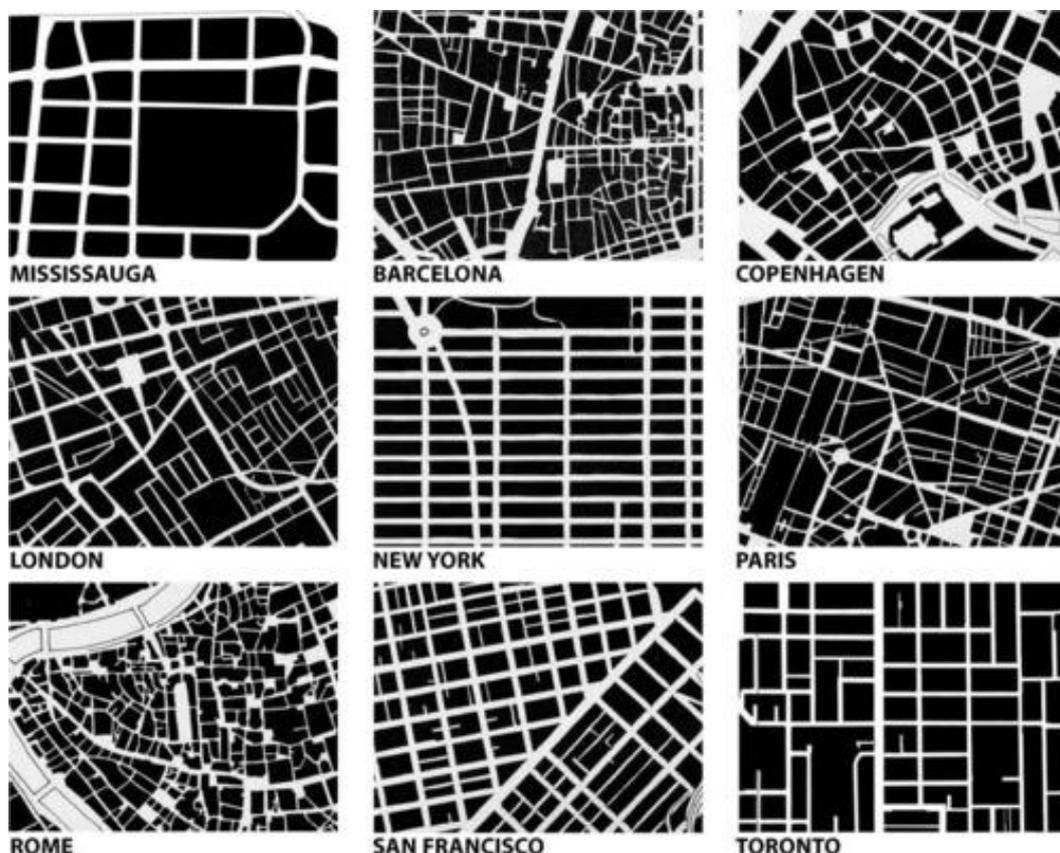
Fuente: <https://cutt.ly/6TE4Gn3>

De igual forma, se presenta el **subindicador 3: forma y espacio**, que hace referencia al tipo de organización espacial del barrio o sector analizado, si posee elementos centrales, si son cerrados o abiertos, así mismo, se considera la forma

de la trama urbana y la manera de distribución de llenos y vacíos en el espacio (Cabrera et al., 2019). Entonces, en relación a la forma y espacio, se podría decir que para su estudio deben tomarse a consideración aspectos relacionados a la morfología de la estructura y el perfil del tejido urbano. Al respecto, Luna (2017) clasificó la forma de las manzanas de la siguiente manera: forma irregular, rectangular, lineal, edificios aislados de media y gran altura (condominios) y edificios aislados de baja altura. Es decir, son cinco las tipologías urbanas de las manzanas.

Figura 45

Morfología del tejido urbano de distintos países del mundo



Fuente: <https://cutt.ly/pTE6p2K>

Por otra parte, se dispone del **subindicador 4: equipamiento**, este abarca a los espacios o edificaciones donde se realizan actividades humanas distintas a la de vivienda y laburo, para su estudio deben identificarse las características tanto cualitativas como cuantitativas de cada edificación (Cabrera et al., 2019). Esto quiere decir, que se deben considerar la caracterización de infraestructuras

educativas, comerciales, culturales, religiosas, de transporte, de seguridad, de salud, recreativas, deportivas, turísticas, etc., así mismo, verificar su estado de conservación, ubicación, cantidad, dimensiones, forma, materialidad, dotación de mobiliario, accesibilidad, calidad de servicios ofrecidos, población abastecida, y todo lo que involucre su correcto funcionamiento. En base a Tracey (2003) el equipamiento debe prestar servicios a la población pero también debe ser capaz de aportar a la cohesión social de un territorio, es decir, su aporte es promover la unión e integración de los habitantes de un municipio.

Figura 46

Equipamiento educativo Innova Schools



Fuente: <https://cutt.ly/VTRebeu>

Por último, se desarrolla el **subindicador 5: vivienda**, en base a Cabrera et al. (2019) son las infraestructuras orientadas a satisfacer la necesidad de cobijo de las personas, son las zonas más íntimas donde los individuos desarrollan gran parte de su vida. Para el análisis de este subindicador se deben considerar la ubicación, el tipo de vivienda, composición familiar a la que abastece, materialidad, tipo de arquitectura, condición de uso o abandono, alturas, dimensiones, colores, estado de conservación, en relación al costo del suelo, identificar si se ofrece el servicio de alquiler de viviendas o venta, y los costos promedios. Por otro lado,

según Contreras et al. (2018) se entiende la vivienda como la forma en que se constituye el espacio doméstico en las ciudades, teniendo en cuenta variables como la tipología, estructura espacial, materialidad, lugar, temporalidad, y el contexto, ya sea cultural, artístico, social, económico, político, etc. Es decir, es el espacio donde se desarrollan los modos de habitar domésticos de la población.

Figura 47

Tipología típica de vivienda de la Sierra del Perú



Fuente: <https://cutt.ly/FTRrADb>

Así mismo, se muestra el **indicador 2: dimensión social**, que acorde a Vidal (1997) no concierne únicamente a las relaciones entre los ciudadanos de un mismo centro urbano, sino también entre las relaciones entre estos y los miembros de otros centros urbanos. En adición, la dimensión social involucra la obtención de información tanto social como económica de la población y de las agrupaciones administrativas que conforman una ciudad (Cabrera et al. (2019). Al respecto, Moreno (2019) hace una diferenciación en la dimensión social, donde influye la integración social en tres niveles: funcional, simbólico y comunitario, el primer nivel, integración funcional se basa en el poder, las relaciones económicas, participación en el proceso democrático, acceso a servicios y equipamientos urbanos; el segundo, integración simbólica tiene relación con el sentido de pertenencia al lugar, finalmente, la integración comunitaria describe la existencia de lazos sociales, expresados en relaciones de amistad, solidaridad y familiar. El fin de esta dimensión es recopilar datos sobre las condiciones de los integrantes de una urbe.

Dicho indicador 2, comprende 2 subindicadores, estos son: **subindicador 1: nivel socioeconómico**, entendido como la circunstancia monetaria de una persona en relación a una sociedad, conforme a Cabrera et al. (2019) para su análisis se deben considerar rangos de edad, número promedio de miembros por familia, ingresos económicos mensuales, porcentaje de población que accede a la educación y salud. Al respecto, Vera & Vera (2013) reconocieron el nivel socioeconómico como la medida que combina el factor económico y social de una persona, este subindicador ubica en una posición a un individuo o sociedad a comparación de otros individuos o sociedades.

Por otro lado, se presenta el **subindicador 2: organización administrativa**, esta es el tipo de estructura funcionaria del sector que se crea para el logro de distintas funciones, por ejemplo, para seguridad, deportes, abastecimiento de agua, cultura, etc. (Cabrera et al., 2019). En relación a este subindicador, la organización administrativa en el distrito de Jorge Chávez está distribuida en torno a cinco aspectos básicos: la seguridad ciudadana, el acceso al agua, el acceso a programas de apoyo al ciudadano, y la participación en actividades religiosas. Adicionalmente, los investigadores peruanos de la Defensoría del Pueblo, (2006) definieron a las organizaciones administrativas como los grupos comunales o sociales que se crean para dirigir el poder con el fin de lograr un beneficio para el pueblo o sociedad. En este sentido, se hace mención a las rondas campesinas que tienen como fin velar por la justicia y la seguridad.

Figura 48

Comité Central de Rondas de Chota



Fuente: <https://cutt.ly/5TRyvih>

Luego, se expone el **indicador 3: dimensión simbólica**, tiene que ver con la búsqueda de información referente al conjunto de valores de los grupos sociales, estos pueden ser la percepción de integración social, la identificación étnica (Cabrera et al., 2019). En relación, Vidal (1997) identificó además de los valores de la población, las creencias, los conceptos ideológicos y los significados que pueden tener ciertos elementos o situaciones en las personas. Cabe resaltar que estos factores son influenciados por condiciones personales, es decir, dependen del punto de vista o percepción de cada individuo.

En este punto, se menciona el indicador 3, está conformado por 2 subindicadores, estos son: **subindicador 1: auto-identificación étnica**, que hace referencia a la compatibilidad de cada persona con un determinado grupo social, esto puede ser en base a su condición económica, carga cultural ancestral, o simplemente preferencias actuales (Cabrera et al., 2019). Es decir, este subindicador abarca tres factores, la identificación étnica (mestizos, blancos, negros, quechuas, etc.), la identificación económica (clase social baja, media, alta), y la identificación religiosa (cristiano, ateo, católico, etc.). Para Angulo et al. (2019) el subindicador en mención, también es la manera en que una persona se identifica con un sector de la sociedad en base a su forma de vestir, pensar y actuar, pero, las personas desarrollan dicha identificación en base a un proceso construido con el tiempo que depende de una relación con el territorio.

Figura 49

Identificación étnica en el mundo



Fuente: <https://cutt.ly/WTRoWy8>

Para complementar, se expone el **subindicador 2: integración social**, según Cabrera et al. (2019) es la condición o sentimiento de pertenencia que pueden concebir las personas hacia un grupo social, se refleja a través del desarrollo de ciertas actividades donde se relaciona la población, por ejemplo, actividades de apoyo o solidaridad entre vecinos, actividades deportivas, actividades festivas, actividades de recreación como cursos instructivos para aprender a tocar instrumentos, etc. Entonces, la integración social concibe el sentido de pertenencia a un lugar, y esta circunstancia se puede evidenciar cuando un poblador recomienda a un foráneo dicho territorio como una zona para vivir. Por otra parte, Rao et al. (2017) definió la integración social como el vínculo entre grupos sociales que viven en una misma área, así mismo, el autor concibe que existen zonas o espacios construidos con características físicas especiales que son capaces de promover la socialización entre individuos. En este sentido, la arquitectura del espacio público es una herramienta para la integración social.

Figura 50

Celebración del Carnaval en Cajamarca



Fuente: <https://cutt.ly/zTRov8W>

Continuando, se define la **sub categoría 2: fenómenos que generan la fragmentación urbana**, conformada por todos los elementos que provocan la desintegración de un centro urbano (Camacho, 2017). Es decir, los elementos que producen que un territorio se desintegre. Así mismo, son todos los componentes físicos, sociales y políticos que con el paso del tiempo producen la fragmentación urbana (Cordero, 2010). Cabe resaltar, que la fragmentación de una urbe puede involucrar la distancia espacial pero no siempre la distancia social, es decir, un territorio puede separarse por su ubicación o por barreras, pero puede mantenerse unido en cuanto a relaciones sociales.

Para comprender mejor, se detalla el **indicador 1: fenómenos espaciales**, en base a las ideas de (Camacho, 2017) están considerados todos los aspectos expresados en el espacio urbano, por ejemplo, la separación física de los centros poblados o la discontinuidad de la trama urbana. De igual manera, Jirón & Mansilla (2014) identificaron el término en mención, comprendido como todos los elementos tangibles, es decir, aquellos hechos ocurridos en el territorio que fragmentan la ciudad. Así mismo, según Cordero (2010) se incluye en este punto, lo relacionado al medio construido y formas de consolidación residencial. Entonces, interviene todo lo relacionado al espacio tangible, forma, organización, etc.

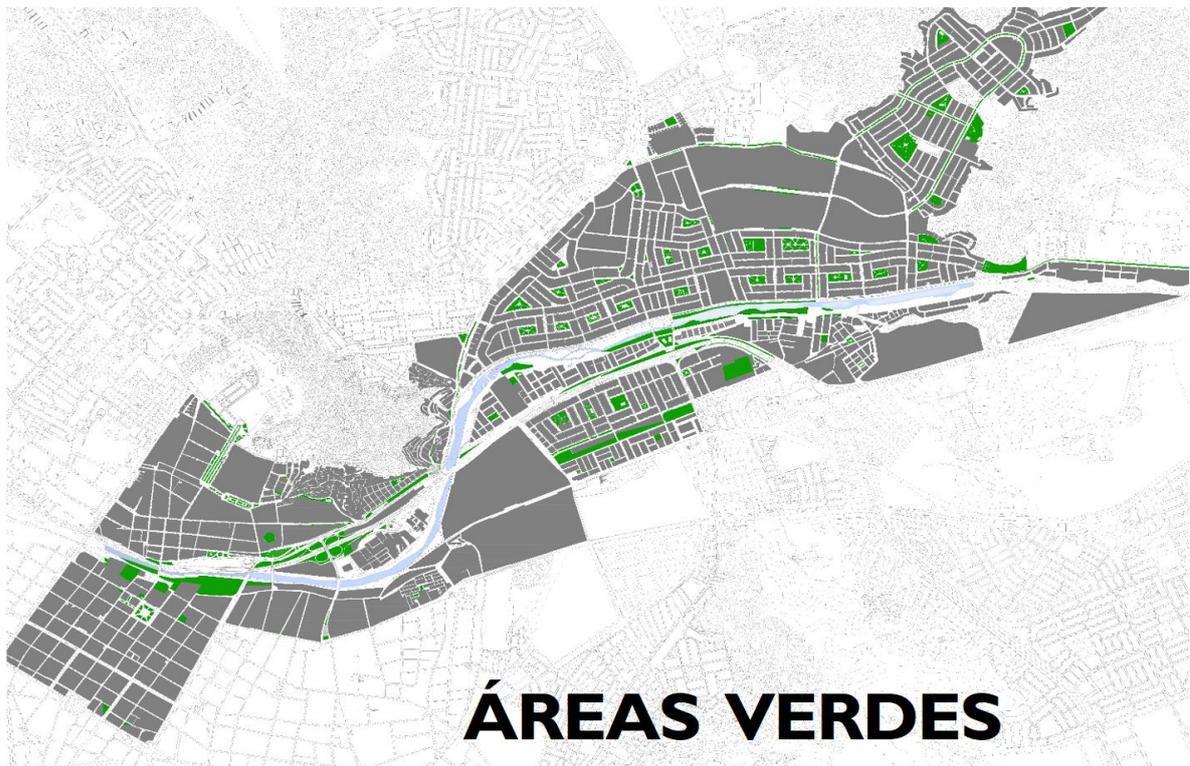
En cuanto al indicador 1, contiene 2 subindicadores, tales son: **subindicador 1: desconexión física**, entendida como la falta de relación, unión o conexión entre centros urbanos (Giovannoni, 2021), esto quiere decir, que dos barrios o centros poblados se encuentran separados de manera material. Al respecto, para Sheng et al. (2017) la desconexión física incluye problemas de conexión en cuanto a accesos tanto peatonal como vehicular, incluso la no integración del espacio construido con el paisaje natural. Esto quiere decir que, la falta de continuidad de aceras se convierte en un determinante para la separación física del espacio y de sociedades.

Conjuntamente el **subindicador 2: morfología urbana**, conforme a Giraldo & Vásquez (2019) la morfología urbana tiene que ver con el estudio de la forma de las metrópolis, forma que cambia dependiendo del tejido urbano, resultado de la agrupación de espacios públicos, de circulación y permanencia, que, a la vez, agrupados conforman manzanas, luego bloques, predios y finalmente las formas

urbanas de la ciudad en base a seis sistemas, estos son: sistema vial, sistema de áreas verdes, sistema de equipamiento, sistema de servicios urbanos y mobiliario urbano, finalmente, un sistema de bordes y vacíos urbanos, donde influyen las políticas de gestión de cada territorio y el momento histórico en que se encuentren. Por otro lado, Mohamed et al. (2018) hace referencia a la morfología urbana como las relaciones entre la forma física, la estructura espacial y el carácter de la ciudad, su estudio depende de cuatro elementos que conforman el tejido urbano o forma urbana: Edificios (o espacio construido en base a tipo de planta, fachada); parcelas o lotes (tipo y relaciones); calles (tipo de calle) y el espacio abierto, es decir, la morfología urbana comprende el análisis combinado de las formas de los edificios, manifiesta la proceso evolutivo de la ciudad, su estudio y comprensión permite el reconocimiento de la identidad del sector y su realidad, por tanto, es relevante para la planificación urbana.

Figura 51

Sistema de áreas verdes



Nota. En la figura se aprecia el sistema de áreas verdes desde el Centro de Lima hasta la entrada de Campoy y el Agustino. Fuente: Elaboración propia.

De igual forma, definimos el **indicador 2: fenómenos sociales**, estos involucran los factores que afectan a los habitantes de determinado lugar (Camacho, 2017), por ejemplo, la ubicación inaccesible de la infraestructura y equipamientos es una circunstancia que afecta a las sociedades y las fragmenta. Por otro lado, para Jirón & Mansilla (2014) los fenómenos sociales que producen la fragmentación urbana tienen como base el repliegue comunitario, es decir, la retirada o ubicación de zonas residenciales en las periferias, que al final crea desigualdad de oportunidades y acceso a servicios urbanos.

En relación al indicador 2, contiene 2 subindicadores, estos son: **subindicador 1: repliegue comunitario**, que acorde a Ardilla (2020) trata de la acción defensiva de encerrarse o apartarse por parte de una sociedad, en este caso dicho repliegue se da como efecto de la exclusión a la que son sometidos algunos sectores urbanos por la separación territorial. Además, según los especialistas de NEUBAU Market Stall Architecture (2021) tal efecto es producto de una exclusión económica, de salud, legal, de accesos, de servicios, etc. Es decir, el acto de separarse de un grupo social es producto de acciones excluyentes que involucran aparte de factores sociales, a factores económico, entre otros.

Por otro lado, el **subindicador 2: lógicas exclusivas**, son las ideas o razonamientos de y para un sector determinado (Barreto & Abildgaard, 2016), se podría decir, que está enfocado a los servicios urbanos a los que pueden acceder ciertas zonas exclusivas de un lugar. Al respecto, Díaz & Forero (2006) reconocieron como algunas de las razones por las que una población excluye a otra, los motivos raciales y económicos. Cabe resaltar que pueden ser más las razones por las que algunas personas o sociedades excluyen a otras, por ejemplo, la edad, también alguna condición o discapacidad, etc.

Figura 52

Zona vulnerable al repliegue comunitario



Fuente: <https://cutt.ly/eTRp78p>

Por último, reconocemos como **indicador 3: fenómenos políticos**, en relación, Camacho (2017) identificó su relación con el modo de actuar de las autoridades administrativas de cada ciudad, ya que muchos lineamientos son establecidos de manera desigual para cada territorio. En adición, otro elemento generador de fragmentación urbana es la autonomización de los agentes administrativos (Jirón & Mansilla, 2014) pues, dicho factor debilita la capacidad de gestión y regulación urbana para algunas partes de ciertas metrópolis.

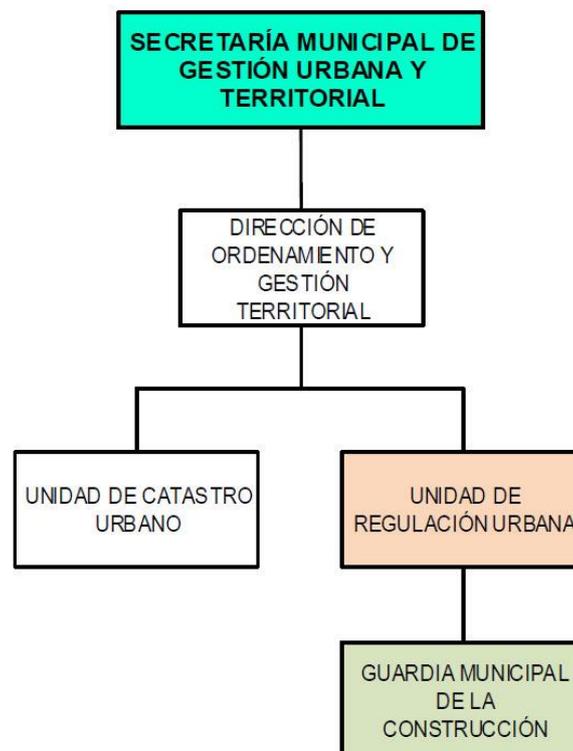
Este indicador 3, posee 2 subindicadores, el **subindicador 1: autonomización de autoridades públicas**, para poder comprender este subindicador es necesario definir el concepto de autonomía municipal o administrativa, en base a Padilla & Luna (2015) es la capacidad inherente de todos los gobiernos y autoridades municipales de tener potestad dentro de su jurisdicción para tomar decisiones en base a interés peculiares de la urbe, es decir, las autoridades que poseen dicha capacidad pueden gobernar y disponer del poder y

recursos sin ser interferidos por otros gobiernos o instituciones. Según los científicos del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (2010) es la acción de separar y otorgar poder a alguien más para que este represente y actúe en nombre de alguna autoridad pública. En este sentido, tal proceso algunas veces debilita la organización y genera distanciamiento entre los lineamientos y objetivos de las nuevas autoridades.

Respecto al **subindicador 2: regulación urbana**, Meza (2017) determinó que se trata de un proceso basado en el establecimiento de los límites de la ciudad. Cabe resaltar que, la regulación urbana reglamenta la expansión urbana y evita la ubicación y desarrollo de actividades incompatibles de manera continua en el territorio. Por otro lado, según Boccolini (2018) la regulación urbana es la práctica del control de la ocupación y uso del territorio urbano, que involucra también el inspección y creación de los planes de ordenamiento que estén vigentes, con el objetivo de lograr el desarrollo sostenible e inclusivo de las ciudades.

Figura 53

Ejemplo del proceso de regulación urbana



Fuente: <https://cutt.ly/ATRakd7>

III. METODOLOGÍA

El tercer capítulo pertenece a la metodología de investigación, que según Muñoz (2015) hace referencia a todos los procesos que se siguen para obtener el conocimiento y resolver un problema de investigación. En otras palabras, la metodología corresponde a las estrategias, herramientas e instrumentos que utiliza el investigador para llevar a cabo su estudio. Es así que, en este apartado se detallan el enfoque, tipo y diseño de investigación.

3.1. Tipo y diseño de investigación

El presente estudio aborda un **enfoque cualitativo**, conforme a Hernández et al. (2014) dicho enfoque parte del análisis de las diferentes cualidades de un objeto de estudio, más no de datos estadísticos. Involucra la recolección de información en base a perspectivas y puntos de vista, así como a la interpretación del investigador de los datos obtenidos. Es decir, dicho enfoque se orienta al estudio de los atributos o características de algún fenómeno donde el investigador aplicará su capacidad reflexiva e interpretativa.

En relación al tipo, la investigación es de tipo **aplicada**, citando a Nicomedes (2014) dicho tipo está evocado a solucionar problemas derivados de cualquier actividad humana, solo se puede realizar un estudio aplicado después de que otros autores hayan realizado con anterioridad investigación básica, pues parte del conocimiento ya creado. Así mismo, utiliza métodos y técnicas de obtención de información como la observación o reflexión. Por tanto, se infiere que, el presente trabajo de estudio, utilizará conocimientos y criterios ya estudiados por otros autores, los que se aplicarán en un contexto problemático nuevo.

Por último, el diseño de la investigación es **fenomenológico**, según Katayama (2014) corresponde al estudio de los fenómenos ocurridos en la sociedad desde un enfoque subjetivo, es decir, hace referencia a la investigación que se realiza para conocer y describir distintos problemas desde la perspectiva y experiencia de cada individuo o grupo humano.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

Por tratarse de una investigación con enfoque cualitativo, posee categorías, subcategorías y una matriz de categorización. Desde esta perspectiva se procede a definir cada término en base a autores.

Respecto a las **categorías**, son las propiedades presentes en una situación problemática, estas se van a medir, definir, describir o caracterizar e influyen directamente en el proceso de investigación (García & Sánchez, 2020). Es decir, las categorías son la estructura o columna vertebral del estudio que va a permitir organizar y orientar la investigación. En el caso de estudio, se plantea como categoría 1: espacios de uso comercial y como categoría 2: fragmentación urbana.

Tabla 25

Categorías de la investigación.

Número de categoría	Nombre de la categoría
Categoría 1	Espacios de uso comercial
Categoría 2	Fragmentación urbana

Nota. elaboración propia.

Por otro lado, las **sub-categorías**, conforme a Marín et al. (2016) son elementos que surgen a partir de la categoría, permite profundizar el tema para comprenderlo mejor, es decir, son temas relacionados a las variables de estudio, y otorgan detalles específicos. Por tanto, respecto a la categoría 1, se concibe la sub-categoría 1: dimensiones del ambiente del establecimiento comercial, la sub-categoría 2: lenguaje sensorial en el espacio comercial y la sub-categoría 3: beneficios del desarrollo de espacios comerciales en ciudades; así mismo, a partir de la categoría 2, se propone la sub-categoría 1: dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano y la sub-categoría 2: fenómenos que generan la fragmentación urbana.

Tabla 26*Sub-categorías de la investigación.*

Nombre de la categorías	Sub-categorías
Espacios de uso comercial	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial
	Lenguaje sensorial en el espacio comercial
	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en ciudades.
Fragmentación urbana	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano
	Fenómenos que generan la fragmentación urbana

Nota. elaboración propia.

Finalmente, la **matriz de categorización**, Cazau (2004) la define como un instrumento que sintetiza toda la estructura de la investigación, para ello es necesario en primer lugar, operacionalizar cada categoría, la matriz de categorización es la parte más importante del estudio. Es decir, resume los pasos a realizar y es producida de la operacionalización de variables o categorías, procedimiento que consiste en identificar las sub categorías, indicadores, técnicas e instrumentos de la investigación, entre otros datos, que nos permitirán observar y medir cada categoría de estudio.

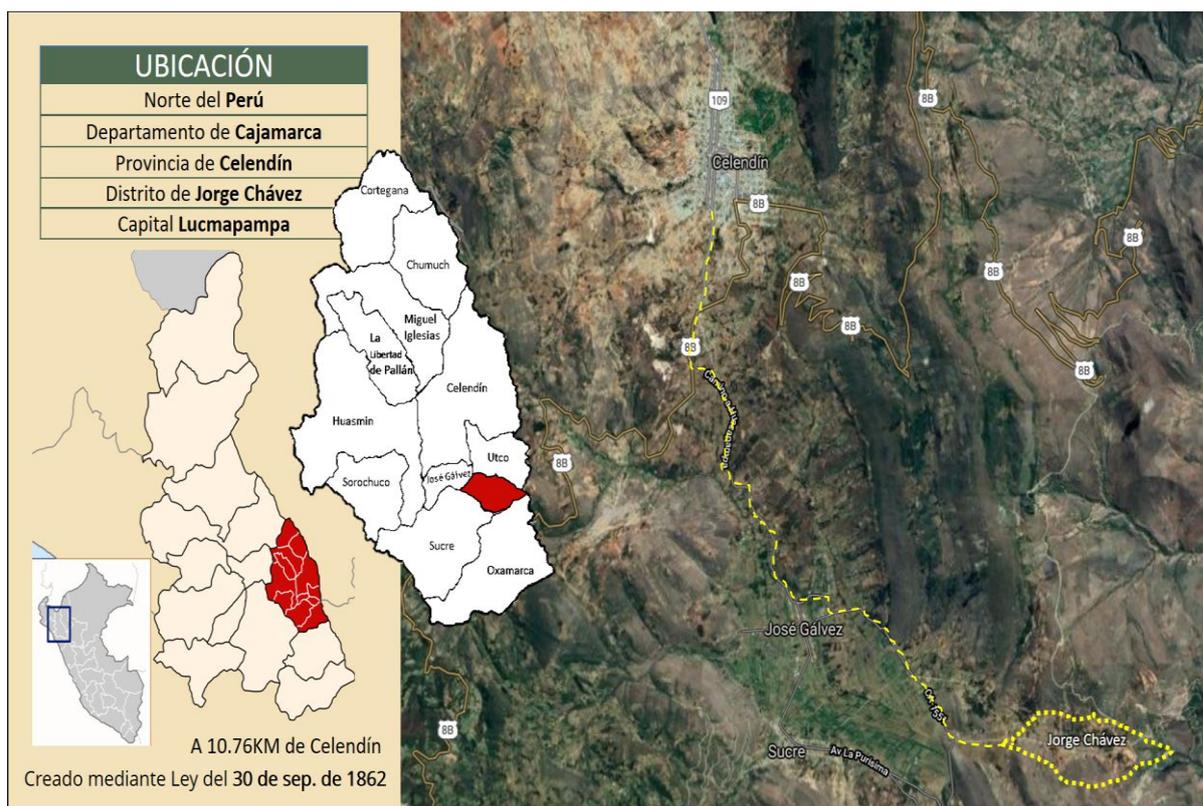
3.3. Escenario de estudio

A continuación se describe el escenario de estudio, que conforme a Philippe (2011) son los lugares de la investigación, donde participan e interactúan ciertos individuos, producto de la manera en que perciben su mundo, en otra palabras, el escenario de estudio comprende las características de los participantes y de los recursos disponibles del lugar donde se llevará a cabo el estudio.

El distrito de Jorge Chávez se fundó el 30 de septiembre de 1862. Se ubica en el departamento de Cajamarca, a 10.76 km de la provincia de Celendín, sus **límites** son, por el norte con Utco, por el oeste con José Gálvez y Sucre, por el este con Chachapoyas, por el sur con Oxamarca. Tiene una latitud de 6°56'29" Sur y longitud de 78°5'30" Oeste y una altitud de 2 630 msnm (DB-City, 2018).

Figura 54

Ubicación y localización del distrito de Jorge Chávez.



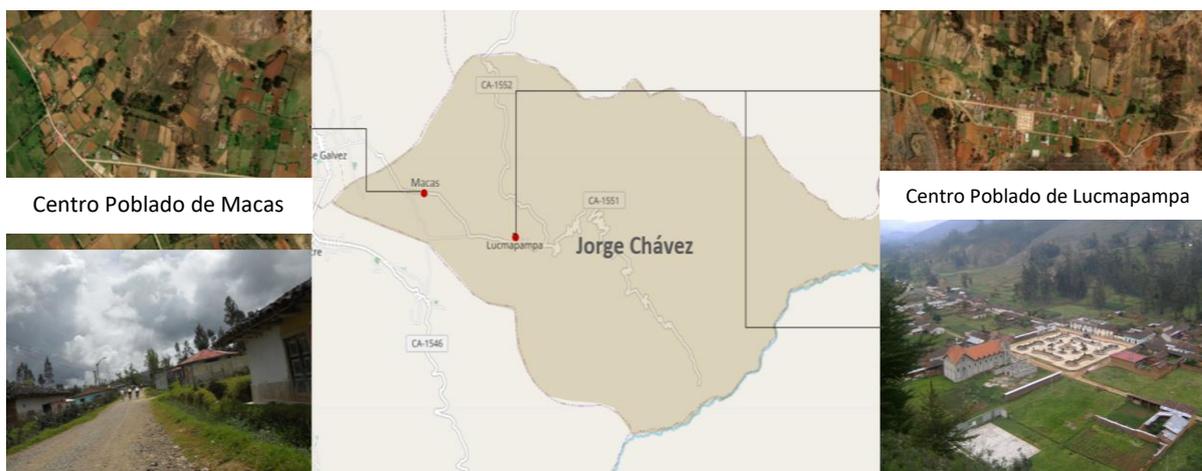
Nota. La figura muestra la ubicación del distrito de Jorge Chávez.

Fuente: elaboración propia.

El distrito de Jorge Chávez tiene una **superficie** de 5 400 hectáreas y está conformado por dos núcleos urbanos (el centro poblado de Lucmapampa, que a su vez es la capital del distrito, y el centro poblado del Caserío de Macas), de igual forma, se desarrollan en su territorio distintas zonas rurales (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Figura 55

Territorio del distrito de Jorge Chávez.



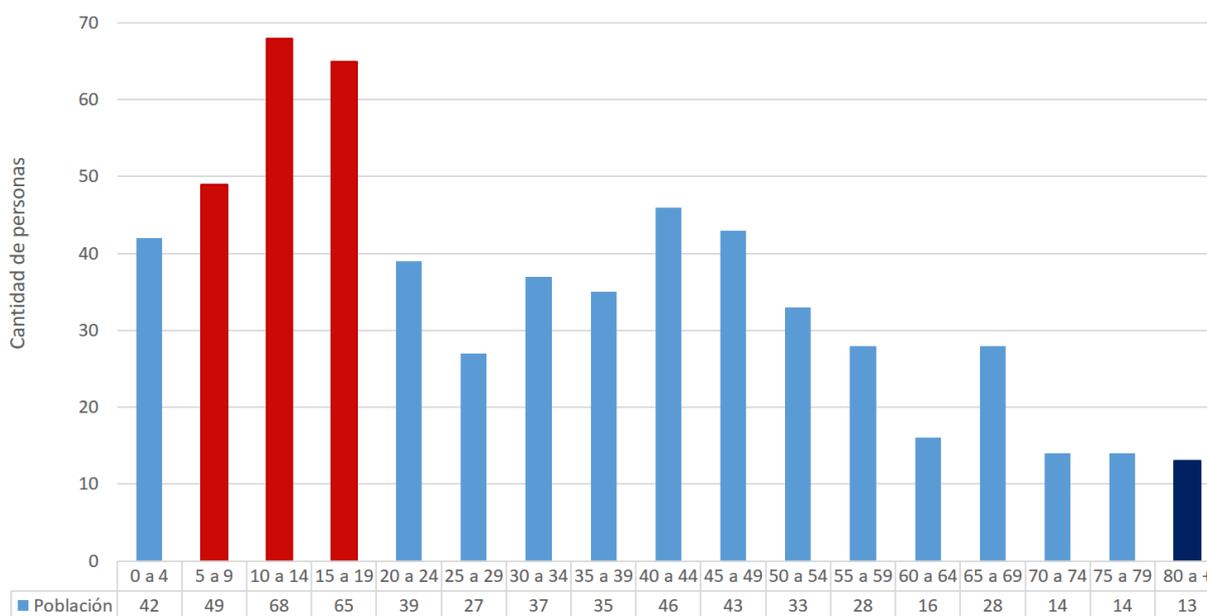
Nota. La figura muestra los centros urbanos del distrito de Jorge Chávez.

Fuente: elaboración propia.

Según los investigadores del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017), Jorge Chávez ostenta una **población** de 597 habitantes (305 hombres y 287 mujeres), siendo la población predominante la del rango de edad de 10 a 14 años.

Figura 56

Población de Jorge Chávez, según grupos quinquenales de edad.

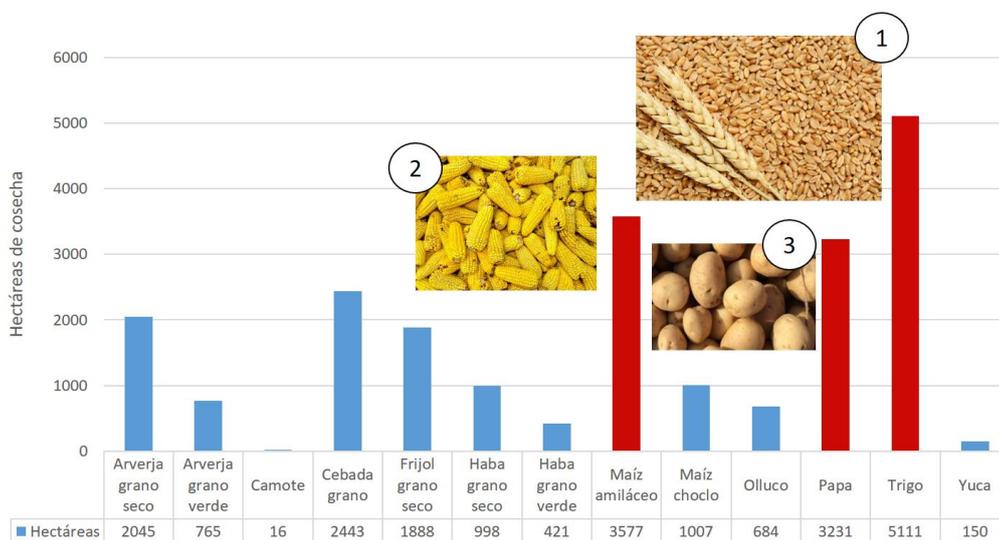


Nota. La figura se elaboró con datos estadísticos del último Censo del 2017. Fuente: elaboración propia.

Respecto a los **principales productos agrícolas**, en cuanto a hectáreas cosechadas, en primer lugar, se encuentra el trigo, seguido, la papa y en tercer lugar, el maíz amiláceo (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Figura 57

Cosechas según principales productos agrícolas.

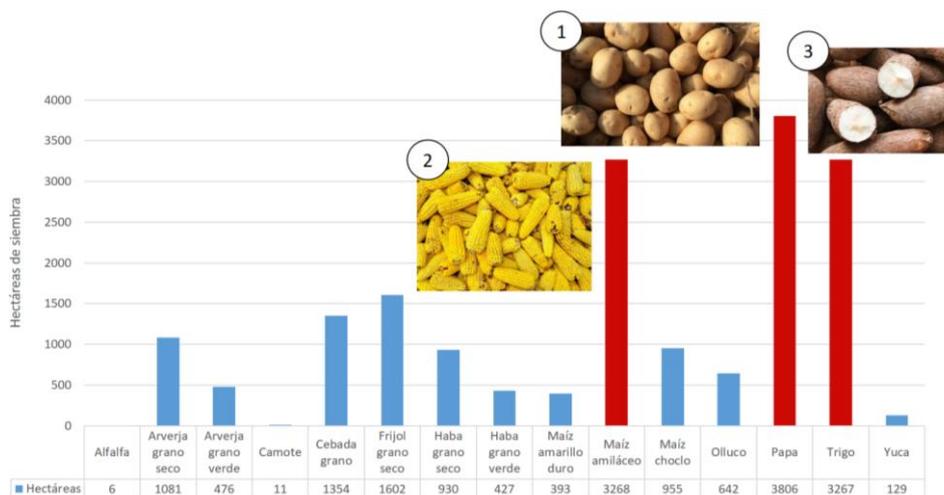


Nota. La figura se elaboró con datos estadísticos del último Censo del 2017. Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, respecto a las hectáreas sembradas, los principales productos agrícolas son: en primer lugar, la papa, luego, el maíz amiláceo y en tercer lugar, el trigo (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Figura 58

Siembra según principales productos agrícolas



Nota. Realizado con datos del Censo, 2017. Fuente: elaboración propia.

El distrito de Jorge Chávez posee un **clima** oceánico, los inviernos son fríos o templados y los veranos son templados y lluviosos. La **temperatura** máxima es de 16°C los meses de julio, agosto y septiembre, la temperatura mínima es de 5°C en julio. Así mismo, la **precipitación** máxima es de 211mm en marzo, la **humedad** media es del 77% y el **Índice UV** es 4. (DB-City, 2018).

Figura 59

Condiciones climáticas de Jorge Chávez.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Día	14 °C	14 °C	14 °C	14 °C	15 °C	15 °C	16 °C	16 °C	16 °C	15 °C	15 °C	14 °C
Noche	7 °C	8 °C	8 °C	7 °C	7 °C	6 °C	5 °C	6 °C	7 °C	7 °C	7 °C	7 °C
Precipitación	155 mm	162 mm	211 mm	104 mm	57 mm	26 mm	10 mm	19 mm	45 mm	107 mm	106 mm	115 mm
Días de lluvia	29	27	30	27	23	14	8	10	20	26	23	28
Horas de sol por día	7	6	6	7	9	10	10	10	10	11	10	9
Fuerza del viento (Bft)	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2
Índice UV	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3

Nota. Se muestran las condiciones climáticas del distrito.

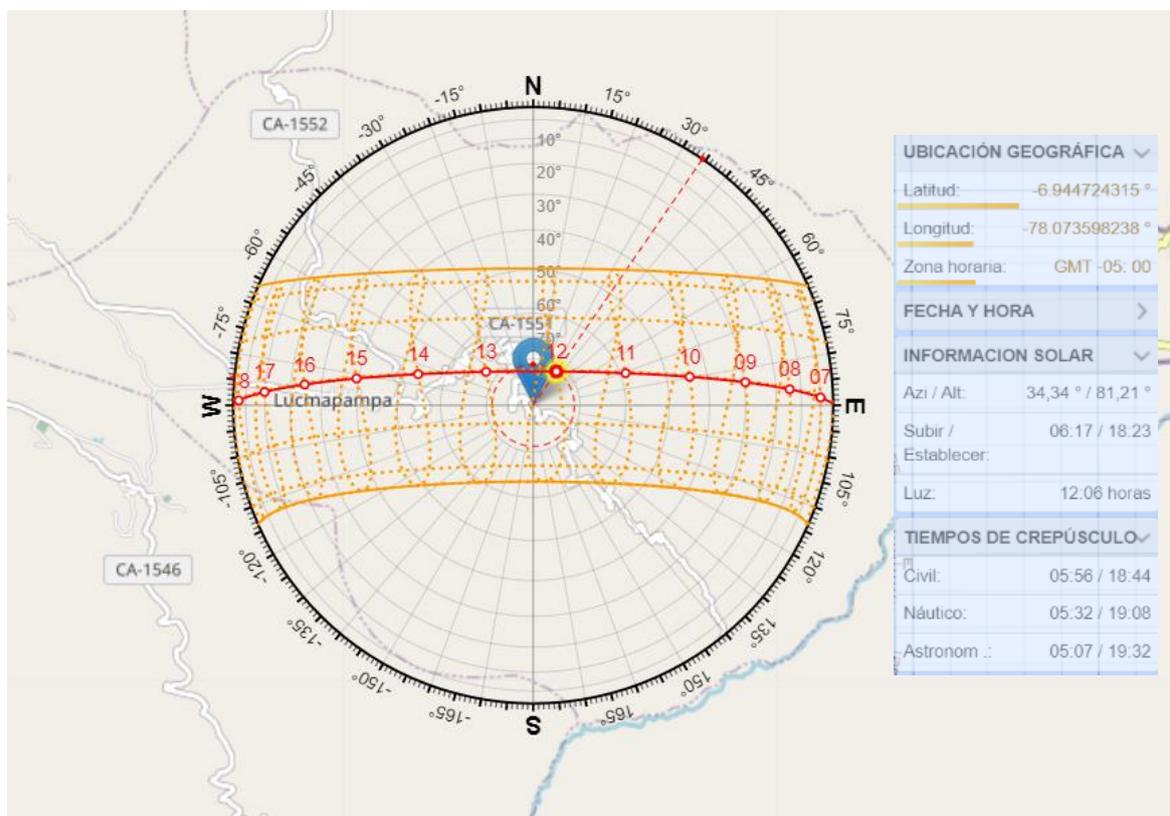
Fuente: <https://www.cuandovisitar.pe/peru/celendin-2976364/>

En cuanto a la **velocidad del viento**, tiene una medida máxima de 3 en la escala de Beaufort, que tiene una equivalencia de 12 a 19km/h, esto quiere decir que, normalmente se desarrolla una brisa ligera en dirección norte a sur (MeteoCast, 2021).

El **recorrido del sol** se da de este a oeste, durante medio día el azimut es de 34.34° y la altitud de 81.21°, generalmente la salida del sol es a las 6:17 y la puesta del sol a las 18.23.

Figura 60

Recorrido del sol en Jorge Chávez.



Nota. La figura muestra el recorrido del sol en el distrito de Jorge Chávez.

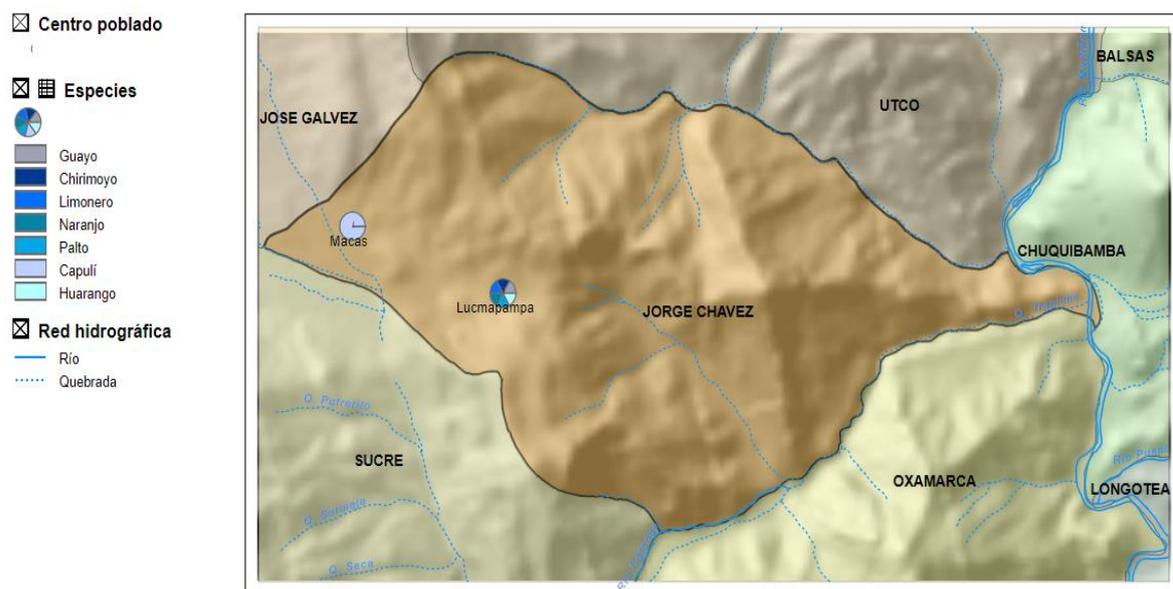
Fuente: <https://drajmarsh.bitbucket.io/sunpath-on-map.html>

En relación a la **ubicación de la pobreza distrital** de la Provincia de Celendín, conforme a los investigadores del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) el distrito de Jorge Chávez se ubica en el puesto número 10, de un total de 12 distritos.

Respecto a la **flora**, en todo el departamento de Cajamarca, destacan las orquídeas, maderos como el cedro, la cascarilla, roble, nogal y aliso (Gobierno Regional de Cajamarca, 2011). Sin embargo, en el distrito de Jorge Chávez incide el crecimiento de guayo, chirimoyo, limonero, naranjo, palto, capulí y huarango (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2017).

Figura 61

Especies forestales de Jorge Chávez.



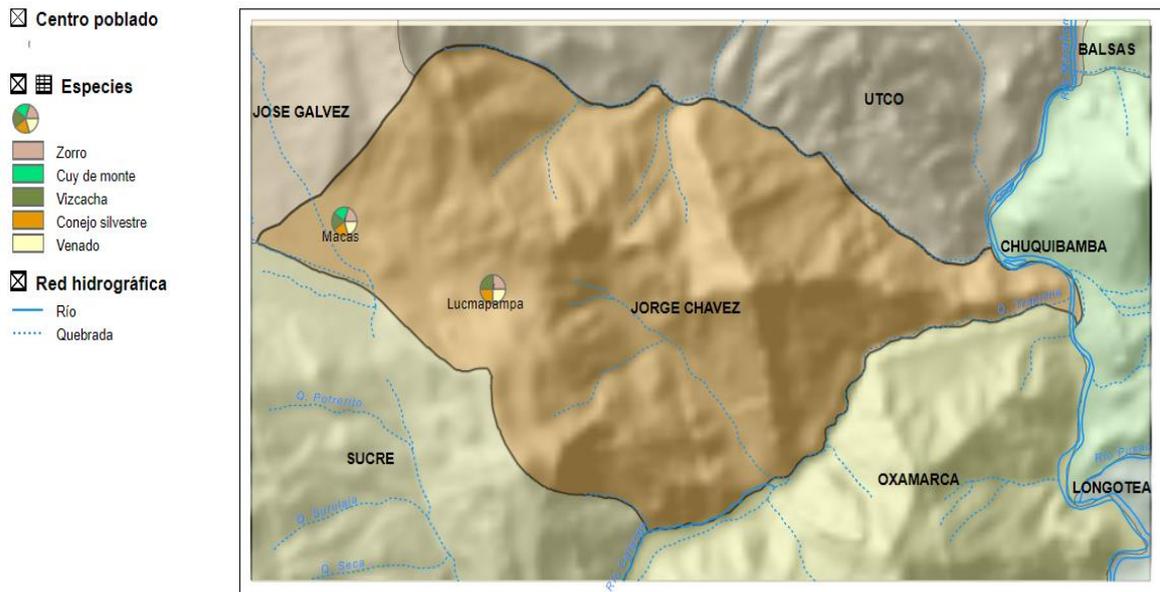
Fuente: <https://cutt.ly/gTRaOJK>

Según los miembros del Gobierno Regional de Cajamarca (2011) los componentes de la flora del distrito de Jorge Chávez, son atributos naturales que lo convierten en un territorio con potencial turístico y una zona con valor científico. El distrito posee un recurso suelo de gran valor, conformado por superficies agrícolas, pastos naturales para la ganadería y áreas forestales de montes y bosques, dichos elementos otorgan al distrito un potencial social y económico.

En relación a la **fauna**, en el departamento de Cajamarca, se encuentran animales como el jaguar, el tigrillo, la nutria, el armadillo, el gato silvestre, el tapir de altura, el oso de anteojos y el gallito de las rocas. (Gobierno Regional de Cajamarca, 2011). Por otro lado, en el distrito de Jorge Chávez se pueden observar mamíferos, tales como zorros, cuys de montaña, vizcachas, conejo silvestres y venados. (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2017).

Figura 62

Mamíferos en Jorge Chávez.

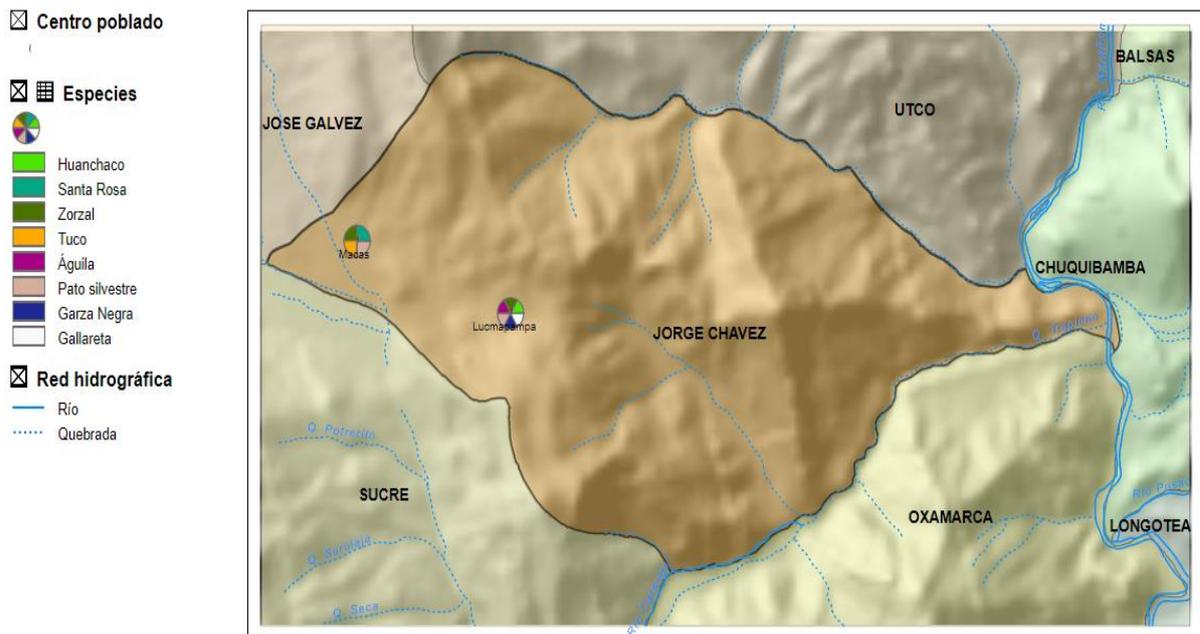


Fuente: <https://cutt.ly/GTRaY9M>

Del mismo modo, es posible apreciar aves tales como huanchacos, santa rosas, zorzas, tucos, águilas, patos silvestres, garzas negras y gallaretas.

Figura 63

Aves en Jorge Chávez.

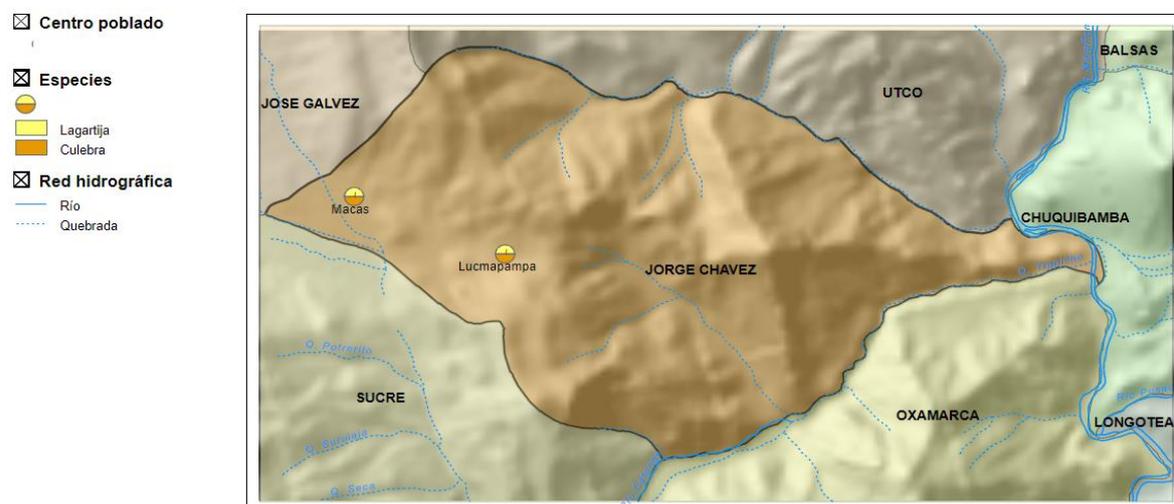


Nota. Se muestra la biodiversidad de aves de Jorge Chávez. Fuente: http://www.atlascajamarca.pe/mapas/distrito/060305/060305_na_aves/index.html

Así mismo, en el distrito de Jorge Chávez prepondera la existencia de reptiles, se pueden encontrar desde lagartijas hasta culebras.

Figura 64

Reptiles en Jorge Chávez.

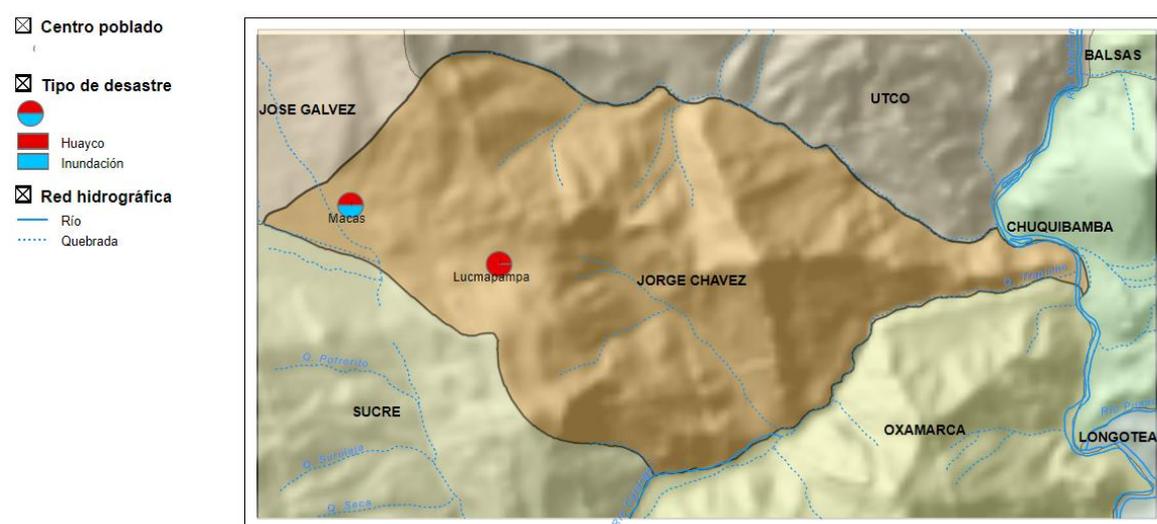


Nota. Se muestra la biodiversidad de reptiles de Jorge Chávez. Fuente: http://www.atlascajamarca.pe/mapas/distrito/060305/060305_na_reptil/index.html

Por otra parte, el **riesgo ante desastres**, en el distrito de Jorge Chávez está determinado principalmente por la producción de dos fenómenos naturales, los huaycos y las inundaciones. (Pontificia Universidad Católica del Perú, 2017).

Figura 65

Vulnerabilidad ante desastres en Jorge Chávez.



Fuente: <https://cutt.ly/ITRaBk9>

Sin embargo, Jorge Chávez cuenta con niveles altos de vulnerabilidad, el distrito posee una infraestructura social y productiva limitada; por la falta de servicios, si bien presenta modos de vida relacionados a la agricultura de autoconsumo, estos están débilmente articulados al mercado.

En relación al **patrimonio cultural**, el departamento de Cajamarca fue cuna de los Caxamarcas, lugar de los Incas y de dominio colonial. Así mismo, existen evidencias arqueológicas pre incas ubicadas en toda la región, manifestaciones prehispánicas y republicanas.

Conforme a los estudiosos de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2017) el distrito de Jorge Chávez tiene un valioso **patrimonio natural** conformado por bosques, caídas de agua, grutas, lagunas, miradores, pampas y ríos. Siendo el principal atractivo del distrito, los Miradores de Jorge Chávez.

Figura 66

Miradores de Jorge Chávez.



Nota. Se muestran los miradores del distrito. Fuente: registro fotográfico propio.

El patrimonio cultural también está referido a las **costumbres y tradiciones**, en este sentido, el distrito de Jorge Chávez, se caracteriza por la celebración de distintas festividades, entre ellas la celebración de los carnavales, donde suelen utilizar disfraces coloridos, pasear carros alegóricos, organizar yunzas, y sobre todo bailar los famosos carnavales cajamarquinos, arrojándose talco, agua e incluso pintura entre ellos. Así mismo, se rinde homenaje a la Virgen de la Natividad,

festividad que empieza cada 7 de septiembre con una duración de 4 días, con misas, procesiones y fiestas comunales en medio de la Plaza de Armas del distrito.

La actividad que realizan la mayoría de mujeres campesinas del distrito es hilar la lana, mientras conversan o caminan, también confeccionan telares, ponchos, frazadas, mantas y chales tanto para uso propio como para la venta. Del mismo modo, se confeccionan los sombreros de paja, son característicos los utensilios de cocina hechos de madera, los muebles, los labrados en madera, las andas procesionales y las luces de los juegos pirotécnicos.

Otra característica cultural de la población del distrito de Jorge Chávez son las rondas campesinas, que son organizaciones de grupos vecinales de creación campesina que surgió como alternativa para enfrentar la delincuencia en los caseríos y zonas rurales (Orrillo, 2010).

La **accesibilidad** al distrito se da por dos vías, en primer lugar, la vía denominada CA-1551 o Av. Purísima (color rojo), y la vía CA-1553 (color azul), cabe resaltar que ninguna es una vía asfaltada, son solo caminos de tierra.

Figura 67

Accesibilidad al distrito de Jorge Chávez.



Nota. Se muestran las vías de acceso al distrito.

Fuente: elaboración propia con datos de Drajmarsh map.

En relación al transporte, solo en la ciudad de Celendín el **servicio de transporte** es de tres clases: Interprovincial, Interdistrital y local. El transporte interprovincial está constituido por microbuses que tienen distintas rutas. A nivel de transporte interdistrital, los distritos están intercomunicados con la Capital por

medio del uso de combis, sin embargo, Jorge Chávez cuenta únicamente con una empresa formal de transporte, por ello es de difícil acceso. Según Huaripata (2018) el transporte está ligado a las dinámicas económicas de las zonas, cuanto más alejado esté el distrito menor es la cantidad de Empresas que llegan; a menos que dicha zona tenga un mercado importante como ocurre en los distritos de Cortegana y Huasmín. Finalmente, respecto al servicio de transporte local, en el distrito las distancias a recorrer son cortas por ello predomina el uso de motos lineales, bicicletas, caballos e incluso el transporte a pie.

Figura 68

Empresa de transporte interdistrital



Nota. Transporte que conecta a Celendín. Fuente: registro fotográfico propio.

En cuanto al **uso de suelo**, los centros poblados están constituidos predominantemente por zonas residenciales de densidad baja, es decir, viviendas de uno a máximo dos pisos, las cuales en su mayoría son construcciones tradicionales con materiales como el adobe, tapial y quincha, sin embargo, existen algunas excepciones, construcciones generalmente nuevas de material noble.

Figura 69

Viviendas del Centro poblado de Lucmapampa.



Nota. Se muestran las viviendas contiguas a la Plaza de Armas. Fuente: registro fotográfico propio.

3.4. Participantes

En el presente apartado, se identifican los participantes de la investigación. Acorde a Hernández et al. (2014) son todos los involucrados que son tomados como fuente de información, de ellos se obtiene el conocimiento requerido para la investigación, esto quiere decir, que los participantes pueden ser desde personas, material bibliográfico, hasta espacios y lugares determinados.

Tabla 27

Participantes de la categoría 1

Categoría 1	Objetivo específico	Técnicas	Descripción de los participantes	Participantes	Código			
ESPACIOS DE USO COMERCIAL	Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.	Entrevista	Arquitectos especialistas en Arq. comercial	Arq. Díaz Chávez, Roberto Carlos. Arq. Moreno Reyes, Luis Andrés Arq. Romero Rivadeneyra, Daniela	EAC.1			
					EAC.2			
					EAC.3			
		Análisis documental		2 artículos, tesis o libros por indicador	Material bibliográfico	ART1	ART2	ART3
						ART4	ART5	ART6
						ART7	...	ART10
	Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez	Entrevista	Arquitectos especialistas en Arq. comercial	Arq. Díaz Chávez, Roberto Carlos. Arq. Moreno Reyes, Luis Andrés Arq. Romero Rivadeneyra, Daniela	AEAC.1			
					AEAC.2			
		Análisis documental		2 artículos, tesis o libros por indicador	Material bibliográfico	ART11	ART12	ART13
						ART14	ART15	ART16
Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez	Entrevista	Arquitectos especialistas en Arq. comercial	Arq. Díaz Chávez, Roberto Carlos. Arq. Moreno Reyes, Luis Andrés Arq. Romero Rivadeneyra, Daniela	EAC.1				
				EAC.2				
				EAC.3				
	Análisis documental		2 artículos, tesis o libros por indicador	Material bibliográfico	ART17	ART18	ART19	
ART20		ART21			ART22			

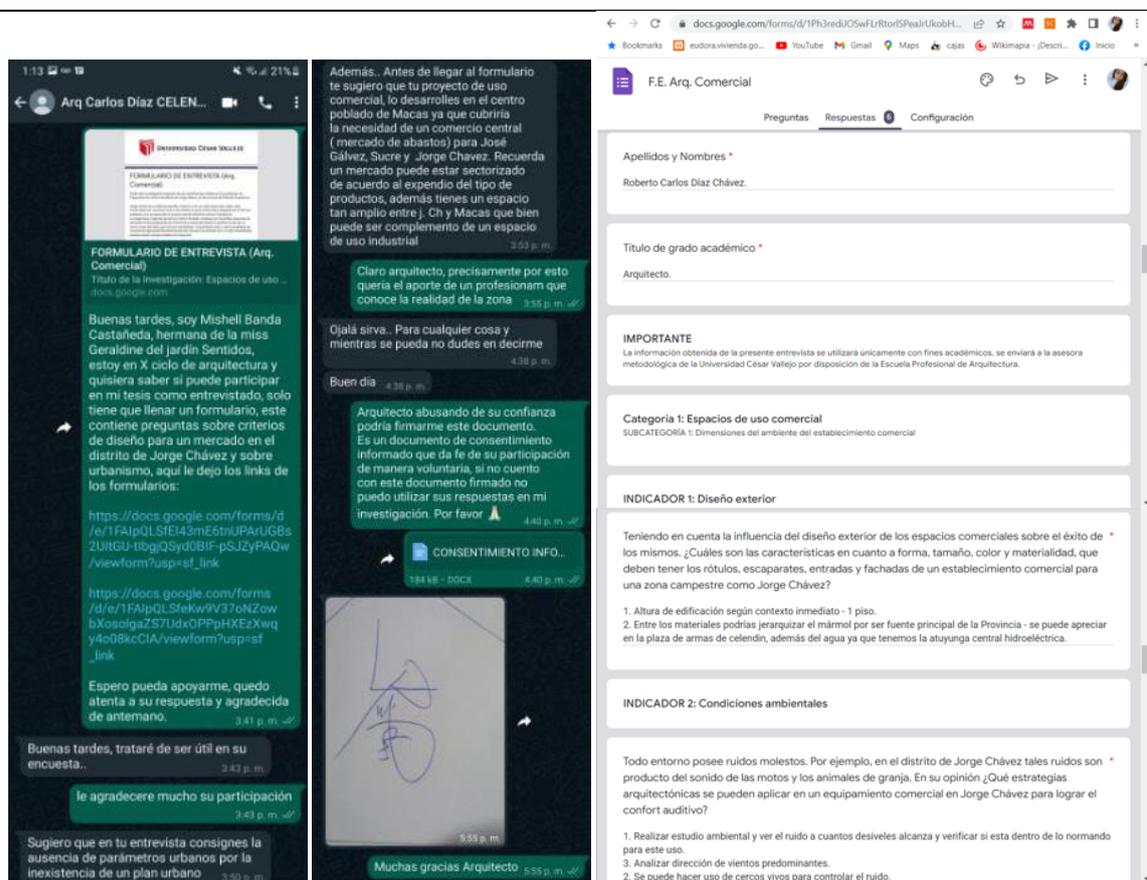
Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 28

Perfil profesional y evidencias del entrevistado 1

ENTREVISTADO 1			
CATEGORIA 1 EAC1	Espacios de uso comercial		
	Arquitecto Díaz Chávez, Roberto Carlos.		
Arquitecto titulado con 5+ años de experiencia en diseño arquitectónico y gestión municipal.			
	GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
	DIAZ CHAVEZ, ROBERTO CARLOS DNI 44161449	BACHILLER EN ARQUITECTURA Y URBANISMO Fecha de diploma: 17/06/2011 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD SAN PEDRO PERU
	DIAZ CHAVEZ, ROBERTO CARLOS DNI 44161449	ARQUITECTO Fecha de diploma: 14/05/2013 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD SAN PEDRO PERU

Fuente: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>



The image shows a WhatsApp chat on the left and a Google Form on the right. The chat is between 'Arq Carlos Díaz CELEN...' and 'Arquitecto'. The chat messages include: 'Buenas tardes, soy Mishell Banda Castañeda, hermana de la miss Geraldine del jardín Sentidos, estoy en X ciclo de arquitectura y quisiera saber si puede participar en mi tesis como entrevistado, solo tiene que llenar un formulario, este contiene preguntas sobre criterios de diseño para un mercado en el distrito de Jorge Chávez y sobre urbanismo, aquí le dejo los links de los formularios: [links] Espero pueda apoyarme, quedo atenta a su respuesta y agradecida de antemano.', 'Buenas tardes, trataré de ser útil en su encuesta..', 'le agradeceré mucho su participación', 'Sugiero que en tu entrevista consignes la ausencia de parámetros urbanos por la inexistencia de un plan urbano', 'Además.. Antes de llegar al formulario te sugiero que tu proyecto de uso comercial, lo desarrolles en el centro poblado de Macas ya que cubriría la necesidad de un comercio central (mercado de abastos) para José Gálvez, Sucre y Jorge Chavez. Recuerda un mercado puede estar sectorizado de acuerdo al expendio del tipo de productos, además tienes un espacio tan amplio entre J. Ch y Macas que bien puede ser complemento de un espacio de uso industrial', 'Claro arquitecto, precisamente por esto quería el aporte de un profesionam que conoce la realidad de la zona', 'Ojalá sirva.. Para cualquier cosa y mientras se pueda no dudes en decirme', 'Buen día', 'Arquitecto abusando de su confianza podría firmarme este documento. Es un documento de consentimiento informado que da fe de su participación de manera voluntaria, si no cuento con este documento firmado no puedo utilizar sus respuestas en mi investigación. Por favor', 'CONSENTIMIENTO INFO..', 'Muchas gracias Arquitecto'. The Google Form is titled 'F.E. Arq. Comercial' and has sections for 'Preguntas', 'Respuestas', and 'Configuración'. It includes fields for 'Apellidos y Nombres' (Roberto Carlos Díaz Chávez), 'Titulo de grado académico' (Arquitecto), and 'Categoría 1: Espacios de uso comercial'. It also contains two indicators: 'INDICADOR 1: Diseño exterior' and 'INDICADOR 2: Condiciones ambientales'.

Nota. Tabla de elaboración propia con capturas de pantalla del portal web de SUNEDU, WhatsApp personal y Formulario de Google.

Tabla 29

Perfil profesional y evidencias del entrevistado 2

ENTREVISTADO 2	
CATEGORÍA 1 EAC2	Espacios de uso comercial Arquitecto Moreno Reyes, Luis Andrés
Arquitecto titulado egresada de la UPC con 5+ años de experiencia en gestión y diseño de proyectos comerciales (Mallplaza, Mall Aventura, Aventura Plaza)	



GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
MORENO REYES, LUIS ANDRES DNI 46151704	BACHILLER EN ARQUITECTURA Fecha de diploma: 28/06/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 21/08/2006 Fecha egreso: 19/06/2017	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ PERU
MORENO REYES, LUIS ANDRES DNI 46151704	ARQUITECTO Fecha de diploma: 16/08/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ PERU

F.E. Arq. Comercial

Preguntas Respuestas Configuración

Apellidos y Nombres *

Moreno Reyes Luis Andres

Título de grado académico *

Arquitecto titulado y colegiado

IMPORTANTE
 La información obtenida de la presente entrevista se utilizará únicamente con fines académicos, se enviará a la asesora metodológica de la Universidad César Vallejo por disposición de la Escuela Profesional de Arquitectura.

Categoría 1: Espacios de uso comercial
 SUBCATEGORÍA 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial

INDICADOR 1: Diseño exterior

Teniendo en cuenta la influencia del diseño exterior de los espacios comerciales sobre el éxito de los mismos, ¿Cuáles son las características en cuanto a forma, tamaño, color y materialidad, que deben tener los rótulos, escaparates, entradas y fachadas de un establecimiento comercial para una zona campestre como Jorge Chávez?

Es una pregunta compleja, en líneas generales un equipamiento comercial debe ser mas grande que la edificación promedio ya que necesita ciertas alturas para implementar la arquitectura y especialidades que se requieren en este rubro y cierta longitud de recorridos horizontales para que funcione adecuadamente. En cuanto a forma, las áreas deben ser regulares, las formas extrañas no ayudan a implementar tiendas funcionales. Si se puede experimentar en circulaciones, espacios comunes y fachada. Es importante utilizar materiales de la zona y/o afines para que el edificio no se ve como algo extraño en la ciudad. La materialidad exterior debe ser en gran proporción sobria pero con acentos de transparencias en los ingresos, se debe ver llamativo hacia el exterior y acogedor en el interior. Una vez dentro el espacio debe ser iluminado y limpio, no debe confundir al visitante, el recorrido debe ser casi intuitivo. Cada sector o rubro debe tener un color o material diferenciador, no es lo mismo una zona de restaurantes donde se puede usar ladrillo y madera, a una zona de juegos donde debe ser colorido y lúdico, etc. Aprovechando el entorno yo generaría espacios donde la vegetación pueda ser protagonista del equipamiento comercial, se podría trabajar en superficies de suelo como verticales. Existe un mundo infinito de posibilidades pero siempre se debe ser consecuente con la función y el entorno donde se emplaza un edificio.

INDICADOR 2: Condiciones ambientales

Fuente: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

Chat Personal de LinkedIn:

- Luis Moreno** (1er): Arquitecto en Mall Aventura
- Lilian Mishell Banda Castañeda** (14:42): Buen día, le escribe Lilian Mishell Banda Castañeda, soy estudiante de X ciclo de arquitectura de la Universidad César Vallejo, estoy realizando un trabajo de investigación, requiero del conocimiento de arquitectos como usted para una entrevista con fines académicos, espero pueda apoyarme.
- Luis Moreno** (14:43): Hola Lilian, como vas? Como puedo ayudarte?
- Lilian Mishell Banda Castañeda** (14:57): Hola, mucho gusto, como le comente estoy realizando mi tesis de arquitectura, y parte de ella es consultar la opinión de arquitectos, para ello realice 1 formulario que me permitira llegar a los resultados de la investigación, le comparto el formulario esperando pueda responderlo, es sobre el diseño de espacios comerciales: <https://forms.gle/mH8fR7wngFmU9ots7> Espero pueda apoyarme por favor
- Luis Moreno** (10:07): Hola no hay problema, en maximo una hora te lo paso
- Lilian Mishell Banda Castañeda** (10:20): Esta bien muchisimas gracias!!!!
- Luis Moreno** (11:24): [PDF: Luis Moreno - Consentim... 75 KB]
- Luis Moreno** (11:32): De nada, exitos!
- Lilian Mishell Banda Castañeda** (12:56): Muchas gracias Igualmente!

Formulario de Google: FORMULARIO DE ENTREVISTA (Arq. Comercial) - UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Nota. Tabla de elaboración propia con capturas de pantalla del portal web de SUNEDU, Chat personal de LinkedIn y Formulario de Google.

Tabla 30

Perfil profesional y evidencias del entrevistado 3

CATEGORÍA 1 EAC3	ENTREVISTADO 3
Arquitecta titulada egresada de la UPC con 5+ años de experiencia en gestión de proyectos comerciales, residenciales, supervisión de obra y diseño.	Espacios de uso comercial Arquitecta Romero Rivadeneyra, Daniela



GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ROMERO RIVADENEYRA, DANIELA DNI 72668887	BACHILLER EN ARQUITECTURA Fecha de diploma: 20/02/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS S.A.C. <i>PERU</i>
ROMERO RIVADENEYRA, DANIELA DNI 72668887	ARQUITECTA Fecha de diploma: 03/02/20 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS S.A.C. <i>PERU</i>

Fuente: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

Nota. Tabla de elaboración propia con capturas de pantalla del portal web de SUNEDU, Correo personal y Formulario de Google.

Tabla 31

Participantes de la categoría 2

Categoría 2	Objetivo específico	Técnicas	Descripción de los participantes	Participantes	Código		
FRAGMENTACIÓN URBANA	Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez	Observación	Centros poblados de Lucmapampa y Macas	Distrito de Jorge Chávez	CPL		
					CPM		
		Entrevista	2 Pobladores de Macas	Pobladores	PM1	PL1	
			2 Pobladores de Lucmapampa		PM2	PL2	
	Análisis documental	2 tesis o artículos científicos por cada indicador	Material bibliográfico	ART4.1	ART4.2	ART4.3	
				ART4.4	ART4.5	ART4.6	
	Entrevista	Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.	Arquitectos especialistas en Urbanismo	Mgtr. Arq. Muñiz Velásquez, Carlos	EU1		
				Mgtr. Arq. Montenegro León, Javier	EU2		
				Mgtr. Arq. Morales Dávila, Carlos	EU3		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 32

Perfil profesional y evidencias del entrevistado 4

ENTREVISTADO 4		
CATEGORÍA 2	Fragmentación Urbana	
EU1	Mgr. Planificación y Desarrollo Urbano - Reino Unido	Muñiz Velásquez, Carlos
Arquitecto, especialista en el proceso de planificación de la gestión, desarrollo de proyectos, políticas urbanas e instrumentos de valorización de la tierra para financiar el desarrollo urbano. Formado por la Unidad de Planificación del Desarrollo (Reino Unido).		



GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
MUÑIZ VELASQUEZ, CARLOS ANTONY DNI 44690985	BACHILLER EN ARQUITECTURA, URBANISMO Y TERRITORIO Fecha de diploma: 19/06/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matriculación: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA S.A. PERU
MUÑIZ VELASQUEZ, CARLOS ANTONY DNI 44690985	ARQUITECTO Fecha de diploma: 14/12/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA S.A. PERU
MUÑIZ VELASQUEZ, CARLOS ANTONY DNI 44690985	GRADO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS CON MENCIÓN EN PLANIFICACIÓN DE DESARROLLO URBANO (GRADO DE MAESTRO) Fecha de Diploma: 01/11/2019 TIPO: • RECONOCIMIENTO Fecha de Resolución de Reconocimiento: 16/11/2020 Modalidad de estudios: Presencial Duración de estudios: 1 Año 29 Días	UNIVERSITY COLLEGE LONDON R. UNIDO DE G. BRETAÑA E IRLANDA DEL NTE. UNIVERSITY COLLEGE LONDON REINO UNIDO

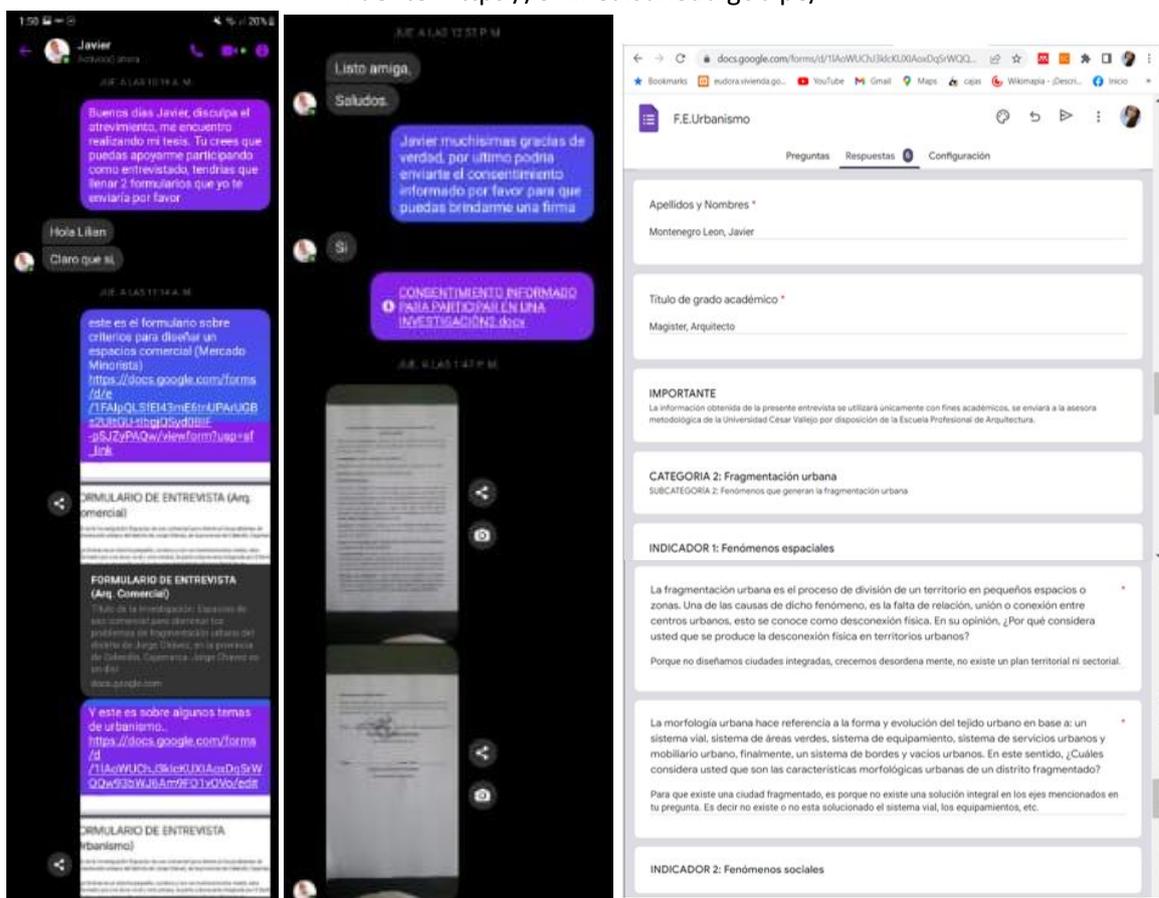
Fuente: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

Nota. Tabla de elaboración propia con capturas de pantalla del portal web de SUNEDU, Chat personal de LinkedIn y Formulario de Google.

Tabla 33
Perfil profesional y evidencias del entrevistado 5

ENTREVISTADO 5			
CATEGORÍA 2 EU2	Fragmentación Urbana		
	Magister, Arquitecto	Montenegro León, Javier	
FORMACIÓN PROFESIONAL			
GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN	
	MONTENEGRO LEON, JAVIER DNI 10666923	BACHILLER EN ARQUITECTURA Fecha de diploma: 15/07/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 18/03/2013 Fecha egreso: 21/07/2018	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
	MONTENEGRO LEON, JAVIER DNI 10666923	ARQUITECTO Fecha de diploma: 30/12/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>
	MONTENEGRO LEON, JAVIER DNI 10666923	MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA Fecha de diploma: 21/01/21 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/04/2019 Fecha egreso: 09/08/2020	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. <i>PERU</i>

Fuente: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>



The composite image provides evidence for the interviewee's participation in a research project. It includes:

- Facebook Chat:** A conversation with 'Javier' (Montenegro León, Javier) discussing the research and providing a link to a Google Form.
- Google Form:** A screenshot of the 'F.E.Urbanismo' form, showing fields for 'Apellidos y Nombres' (Montenegro León, Javier) and 'Título de grado académico' (Magister, Arquitecto). The form also displays the category 'CATEGORIA 2: Fragmentación urbana' and indicator 'INDICADOR 1: Fenómenos espaciales'.
- Mobile Phone:** A screenshot of a mobile phone displaying the same Google Form, with a 'CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN' overlay.

Nota. Tabla de elaboración propia con capturas de pantalla del portal web de SUNEDU, Chat personal de Facebook y Formulario de Google.

Tabla 34

Perfil profesional y evidencias del entrevistado 6

ENTREVISTADO 6	
CATEGORIA 3	Fragmentación Urbana
EU3	Magister, Arquitecto Morales Dávila, Carlos Esteban
Arquitecto con un máster en asentamientos humanos (urbanismo), especializado en temas urbanos (planes urbanos y consultoría urbana)	



GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
MORALES DAVILA, CARLOS ESTEBAN DNI 45050117	BACHILLER EN ARQUITECTURA Fecha de diploma: 13/09/2013 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>
MORALES DAVILA, CARLOS ESTEBAN DNI 45050117	ARQUITECTO Fecha de diploma: 26/02/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i>
MORALES DÁVILA, CARLOS ESTEBAN DNI 45050117	GRADO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS EN ASENTAMIENTOS HUMANOS (GRADO DE MAESTRO) Fecha de Diploma: 01/07/2021 TIPO: <ul style="list-style-type: none"> RECONOCIMIENTO Fecha de Resolución de Reconocimiento: 28/01/2022 Modalidad de estudios: Presencial Duración de estudios: 10 Meses	KU LEUVEN <i>BÉLGICA</i>

Fuente: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

The collage consists of three screenshots:

- WhatsApp Chat:** A conversation with 'Arq. Carlos Morales Dávila' dated April 27, 2022. The messages discuss a research publication on urban fragmentation in the district of Jorge Chávez, Cajamarca, and the researcher's background as an architect with a master's degree in human settlements.
- SUNEDU App:** A screenshot of a mobile application interface showing a 'CONSENTIMIENTO INFO...' document, a 'formulario enviado Lillian, éxitos con tu investigación!' notification, and a 'CONSENTIMIENTO INFO...' document being reviewed.
- Google Form:** A screenshot of a Google Form titled 'F.E.Urbanismo'. It includes fields for 'Apellidos y Nombres' (Morales Dávila, Carlos Esteban) and 'Título de grado académico' (MSc Human Settlements). The form content discusses 'CATEGORIA 2: Fragmentación urbana' and 'INDICADOR 1: Fenómenos espaciales', defining urban fragmentation and its relationship to urban form and infrastructure.

Nota. Tabla de elaboración propia con capturas de pantalla del portal web de SUNEDU, WhatsApp personal y Formulario de Google.

Así mismo, se optó por un **muestreo no probabilístico por conveniencia**. Según Otzen & Manterola (2017) este tipo de muestreo se basa en la elección de individuos de acuerdo a los criterios del investigador, que sean más accesibles para él, es decir, no todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, pues son las características que establece el investigador las pautas que determinan si son elegidos o no para conformar la muestra del estudio.

Cabe resaltar que, para seleccionar la muestra o participantes, se consideró la aplicación de ciertos **criterios de inclusión**, entendidos como las características con las que deben contar los posibles participantes para ser elegidos y tomados como fuente de información para el estudio (Hernández et al., 2014). En este caso, se consideraron las siguientes cualidades: en cuanto a población, pobladores de los centros poblados del distrito de Jorge Chávez; en cuanto a arquitectos, arquitectos especialistas en arquitectura comercial y arquitectos especialistas en urbanismo; en cuanto a establecimientos comerciales, establecimientos comerciales exitosos a nivel mundial; finalmente, sobre los artículos científicos, se seleccionarán a aquellos artículos relacionados a las subcategorías de cada categoría.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El estudio se valió del uso de ciertas técnicas e instrumentos para la recolección de información, a continuación, se presenta un cuadro síntesis de ello.

Tabla 35

Técnicas e instrumentos de la categoría 1

Categoría 1	Objetivos específicos	Técnica	Instrumento
ESPACIOS DE USO COMERCIAL	Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.	Entrevista	Guía de entrevista
		Análisis documental	Ficha de análisis de contenido

Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez	Entrevista	Guía de entrevista
	Análisis documental	Ficha de análisis de contenido
Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez	Entrevista	Guía de entrevista
	Análisis documental	Ficha de análisis de contenido

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 36

Técnicas e instrumentos de la categoría 2

Categoría 2	Objetivos específicos	Técnica	Instrumento
FRAGMENTACIÓN URBANA	Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez	Observación	Ficha de observación
		Entrevista	Guía de entrevista
	Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.	Entrevista	Guía de entrevista
		Análisis documental	Ficha de análisis de contenido

Nota. Datos de elaboración propia.

En este sentido, las **técnicas** son los procedimientos, métodos o formas en que el investigador obtiene información, le otorgan confiabilidad al estudio (Hernández et al., 2014). En otras palabras, son el conjunto de acciones que sigue de manera ordenada el autor de una investigación para reunir los datos relacionados a su tema de estudio. En este caso, se utilizarán cuatro técnicas de recolección de datos, tales son: la observación, el análisis documental y la entrevista.

Como primera técnica a utilizar, se encuentra la **observación**, según Huaripata (2018) es el proceso en el que el observador recolecta información sobre la realidad objetiva percibida por él de un determinado fenómeno, esto quiere decir

que, esta técnica involucra la capacidad de interpretación del investigador en el proceso de recopilación de datos.

La siguiente técnica implica un trabajo técnico, esta es el **análisis documental**, que conforme a Valles (1999) se efectúa un proceso intelectual para reunir información a partir de fuentes confiables y reconocidas, es decir, el análisis documental parte del proceso de extraer información de documentos con validez, tales como artículos científicos o tesis.

Por último, se escogió la técnica de la **entrevista**, entendida como el procedimiento donde se desarrolla una especie de conversación profesional, se desarrollan preguntas abiertas de manera ordenada (Huaripata, 2018) es decir, esta práctica hace referencia a un diálogo entre dos personas, con el fin de obtener conocimientos especializados desde la experiencia del entrevistado.

Por otro lado, los **instrumentos** corresponden a las herramientas físicas de las que se vale el investigador para recolectar información, sobre ellas se recolectan los datos (Katayama, 2014). Es decir, son todos los medios y materiales con los que se reúne información, además, todo instrumento está relacionado directamente al tipo de técnica que se aplique. La presente investigación hará uso de cinco instrumentos, estos son: la ficha de observación, la ficha de observación documental, la ficha de análisis de contenido y la guía de entrevista.

En primera instancia, se seleccionó la **ficha de observación**, que acorde a Huaripata (2018) es el instrumento que se utiliza para realizar la verificación presencial de los fenómenos involucrados en el tema de estudio. En este caso, es necesaria la observación de los Centros Poblados del distrito de Jorge Chávez para estudiar su fragmentación urbana.

En segundo lugar, se ubica la **ficha de análisis de contenido**, este es un documento donde se registra a manera de síntesis lo analizado de textos o documentos (Valles, 1999). Cabe resaltar que de esta manera el trabajo de investigación adquiere mayor validez, por basarse en información de buena fuente.

Finalmente, se eligió la **guía de entrevista**, conforme a Hernández et al. (2014) es el documento con el que se lleva a cabo la entrevista, contiene las preguntas que se realizarán al participante, dichas preguntas son elaboradas en

base a las categorías de una investigación, esto quiere decir, que este instrumento es columna vertebral de cualquier entrevista.

3.6. Procedimiento

A continuación, se describirán los pasos a seguir para la obtención de la información necesaria, esta etapa de la investigación según Hernández et al. (2014) es la parte donde se aplican los instrumentos siguiendo una estructura ordenada de procesos, por tanto, detallar y estructurar el **procedimiento** de la investigación permitirá orientar y dirigir el estudio.

Tabla 37

Procedimientos según instrumento de investigación

Instrumento	Procedimiento
Guía de entrevista	<ul style="list-style-type: none"> - Respecto a la entrevista, en primer lugar, se diseñan las preguntas que serán aplicadas a los entrevistados. - Luego, se procede a la búsqueda y selección de los posibles especialistas que participaran, seguido, se coordina con los entrevistados elegidos la fecha, hora y medio por el cual se realizará la entrevista, así mismo, se les informa sobre la existencia y necesidad de firmar el documento de consentimiento informado, pues es de suma importancia que los entrevistados den permiso y dejen evidencia de la conformidad sobre su participación. - Después de acordar con los especialistas, se realiza la reunión y se procede a aplicar la guía de entrevista, en este caso, se entrevistará a 3 arquitectos especialistas en urbanismo (EU1, EU2 y EU3), de igual forma, serán 3 arquitectos especialistas en arquitectura comercial (EAC1, EAC2 y EAC3), así mismo, se recurrirá a 4 pobladores del distrito de Jorge Chávez, de los que 2 corresponden al Centro Poblado de Lucmapampa y 2 al Centro Poblado de Macas (PL1, PL2, PM1, PM2). En el caso de los arquitectos el medio elegido por ser el más accesible ante la pandemia y por el tiempo de cada profesional es la plataforma de formularios de

	<p>google, de esta manera, será más fácil generar evidencia de la realización real de la entrevista. Sin embargo, en relación a los pobladores del distrito de Jorge Chávez, la entrevista se realizará de manera presencial pues la zona carece de acceso a internet, se escogerá un espacio público y se tomarán en cuenta todos los protocolos de bioseguridad, así mismo se hará uso de una grabadora de audio para dejar constancia de la entrevista.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finalmente, se procede a transcribir las respuestas otorgadas en la guía de entrevista correspondiente a cada participante.
<p>Ficha de análisis de contenido</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En relación a la ficha de análisis de contenido, en primer lugar, se realizará la búsqueda, selección y descarga de artículos en base a los indicadores del estudio, cabe resaltar que son 2 revisiones de artículos por indicador, así mismo cada artículo poseerá un código en base a su subcategoría y número de sub indicador, en este caso la categoría 1 posee 3 subcategorías, con un total de 24 sub indicadores, por tanto, se tendrán 48 artículos analizados. Por otro lado, la categoría 2 goza de 2 subcategorías, pero solo en la segunda se aplicará la ficha de análisis de contenido, dicha subcategoría cuenta con un total de 6 sub indicadores, por ello serán analizados 12 artículos. En suma, son 60 sub indicadores, a lo que corresponderá analizar 60 artículos. - Una vez descargada la totalidad de material bibliográfico requerido por sub indicador, se procederá a observar cada artículo para sintetizar y transcribir la información más relevante a un formato de ficha de análisis de contenido, en total se obtendrán 60 fichas de análisis de contenido.
<p>Ficha de observación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En cuanto a la ficha de observación, primero, se identifican y seleccionan los lugares o elementos a observar. En este caso, se eligieron los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez, los cuales son: el Centro Poblado de Lucmapampa (CPL) y el Centro Poblado de Macas (CPM).

-
- Segundo, se elabora la ficha de observación en base a la categoría, subcategoría, indicadores y subindicadores del tema de estudio. En la presente investigación se tomaron como criterios de observación a los subindicadores correspondientes a la dimensión espacial que caracteriza la fragmentación urbana, estos son: el emplazamiento, vías y movilidad, forma y espacio, equipamiento e infraestructura, vivienda y arquitectura, finalmente los dispositivos de seguridad.
 - Tercero, se establece el día, hora y lugar para ir a la ubicación del objeto de estudio a observar. La observación de cada sector tendrá una duración de entre 10 a 15 minutos, por otro lado, se realizará aproximadamente el día 30 del mes de marzo, el medio elegido para movilizarse a los sectores del distrito de Jorge Chávez es el transporte privado, por ser accesible y el que más ahorra tiempo.
 - Seguido, un día antes al programado para la observación, se recopilan y alistan los instrumentos de apoyo tales como lapiceros, hojas, cámara fotográfica, celular, para el respectivo registro tanto de apuntes como fotográfico.
 - Por último, el día establecido se procede a ir al lugar a realizar la observación, acompañada del uso de los instrumentos de apoyo llevados, es decir, a la toma de fotos y apuntes para el final llenado de la ficha de observación.

Nota. Datos de elaboración propia.

Finalmente, la información obtenida será sometida a la **triangulación**, que conforme a Hernández et al. (2014) es una técnica para analizar datos que consiste en utilizar dos o más métodos de recolección de información para comparar y comprobar la concordancia o discrepancia de cada postura o enfoque de las fuentes de información a las que se recurrieron, en este sentido, el presente estudio hace uso de 2 técnicas de recolección de datos por cada subcategoría, con el fin de poder contrastar ambos resultados y obtener una conclusión confiable.

3.7. Rigor científico

En este apartado se hace referencia al ***rigor científico***, este permite comprobar y confirmar la calidad y veracidad de la investigación, así como de sus resultados, a través de la especificación de 4 criterios. Acorde a, Erazo (2011) en una investigación cuantitativa el rigor científico corresponde a la validez y confiabilidad, sin embargo, el presente estudio pertenece a una investigación cualitativa, por tanto, es necesario describir los siguientes criterios:

El primer criterio es la ***dependencia o consistencia lógica*** de los resultados, esto quiere decir que si distintos investigadores recolectan información equivalente obtendrán resultados similares, según Hernández et al. (2014) existe una dependencia interna, esta contiene artículos donde los investigadores generan información similar, con los mismos resultados. Así mismo, se define la dependencia externa, que contiene estudios donde los investigadores conciben sus propios instrumentos y generan información similar o distinta, pero en el mismo ambiente y tiempo.

A continuación, se presentan los artículos o tesis con dependencia interna del presente trabajo de investigación según la variable de estudio, del mismo modo se establecen los criterios de similitud de cada investigación seleccionada.

Tabla 38

Tabla de similitud de dependencia interna

Título	Carátula	Variable dependiente
La fragmentación territorial y el desarrollo de las regiones del Perú		Fragmentación urbana
Autor		Similitud
Rene Alfredo, Calderón Vilca		El estudio comparte similares lineamientos teóricos que la presente investigación, define la fragmentación urbana como la división del espacio urbano en pequeñas unidades territoriales constituidas por ley, con poca población, limitadas vías de comunicación y distancias que impiden el acceso a equipamientos urbanos.
Año		
2019		
Lugar		Fuente
Arequipa - Perú		http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9999

Título	Carátula	Variable dependiente
La ciudad hispanoamericana fragmentada versus su sostenibilidad		Fragmentación urbana
Autor		Similitud
Mirosława Czerny Andrzej Czerny		El estudio establece como la principal causa de la fragmentación urbana de un territorio urbano a la distancia física, psicológica y social. Así mismo, establece que la distancia física crea territorios urbanos fragmentados que no tienen acceso a servicios y equipamientos urbanos.
Año		
2020		
Lugar		Fuente
Medellín		https://doi.org/10.22395/seec.v23n54a3

Título	Carátula	Ambas variables
Plan de regeneración urbana integral como solución a la degradación y marginalidad urbana en el Pasaje San Antonio, distrito Chiclayo.		Fragmentación urbana Espacios comerciales
Autor		Similitud
Enrique Alonso, Yi Ramos		Es estudio propone el mejoramiento de los Barrios fragmentados a través de la implementación y conexión de equipamientos urbanos (en la tesis de desarrollaron básicamente la propuesta de Centros Educativos y Mercados) aportan a la integración de la población y a la mejora del acceso a servicios urbanos.
Año		
2018		
Lugar		Fuente
Chiclayo, Perú		http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12423/1403

Título	Carátula	Variable independiente
Mercado Municipal para El Municipio de Santa Cruz Verapaz, Alta Verapaz.		Espacios comerciales
Autor		Similitud
José Fernando. Batz Cazún		La investigación diseña una propuesta de arquitectura comercial que logra el florecimiento cultural del distrito, en base a criterios como el color y texturas que deben tomarse en cuenta pues dan un aporte al edificio.
Año		
2020		
Lugar		Fuente
Guatemala		http://www.repositorio.usac.edu.gt/13467/

Nota. Datos de elaboración propia.

Consecutivamente, se enumeran los artículos o tesis con dependencia externa del presente estudio según el tipo de variable, en este caso se seleccionaron exploraciones realizadas en lugares cercanos al sector de estudio, no existen investigaciones del mismo sector, esto evidencia el abandono en el que se encuentra el distrito de Jorge Chávez en cuanto a interés de investigación.

Tabla 39

Tabla de similitud de dependencia externa

Título	Carátula	Variable independiente
Estrategias de integración al entorno urbano en el diseño de espacios de arquitectura para ventas al por menor en La esperanza, La Libertad, Perú, 2020	 <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO CARRERA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE INTERIORES. "ESTRATEGIAS DE INTEGRACION AL ENTORNO URBANO EN EL DISEÑO DE ESPACIOS DE ARQUITECTURA PARA VENTAS AL POR MENOR EN LA ESPERANZA, LA LIBERTAD, PERÚ, 2020"</p> <p>Trabajo de investigación para optar el grado de: Bachiller en Arquitectura</p> <p>Autora: Geraldine Astrid Rojas Segura</p> <p>Asesor: Arq. Alberto Carlos Llanos Chuapimama Trujillo - Perú 2020</p>	Espacios comerciales
Autor		Similitud
Geraldine Astrid, Rojas Segura		El lugar de estudio corresponde al departamento de La Libertad, ubicado cerca de Cajamarca.
Año		El estudio implementó el diseño de un Mercado en base a criterios como color, alturas, texturas, etc., como estrategia de integración urbana
2020		
Lugar		Fuente
Trujillo, Perú	https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_bf58d60734d6d6e8d43533ffeea28100	

Título	Carátula	Variable dependiente
Nivel de relación de la fragmentación territorial con el desarrollo de las regiones del Perú	 <p>NIV. 09 (1) 67-82. Enero-Julio 2020. ISSN 2254-0448 REVISTA DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO, PUNO, PERÚ</p> <p>NIVEL DE RELACIÓN DE LA FRAGMENTACIÓN TERRITORIAL CON EL DESARROLLO DE LAS REGIONES DEL PERÚ NATURAL REGENERATION IN CLEARS INDUCED BY FOREST USE IN THE ALEGRIA SECTOR - MADRE DE DIOS REGION René Alfredo Calderón Vilca¹, Flor Nelith Asillo Ruelas², Edwin Fredy Calderón Vilca³</p> <p>¹ Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de pedagogía, Arequipa, Perú. ² Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de pedagogía, Puno, Perú. ³ Universidad Nacional del Altiplano, Instituto de Estudios Puno, Perú.</p> <p>RESUMEN Comenzando el análisis del crecimiento socioeconómico de las regiones que afecta directamente a las poblaciones que viven en zonas de difícil acceso, la búsqueda de una mejor planificación de una población, se analiza a la geografía social o sociografía que abarca el estudio de las ciudades y sus territorios. El objetivo es conocer el nivel de fragmentación territorial con el Desarrollo de las Regiones del Perú. El diseño de la pesquisa incluye a una investigación no experimental, de tipo intencional, descriptiva y correlacional. La población está constituida por los 28 regiones involucradas por Ley. Los datos analizados fueron extraídos del CENSO 2017, documentado por INEI y registros estadísticos de organismos gubernamentales. El análisis de los resultados permitió determinar los siguientes conclusiones: 1) La fragmentación territorial tiene una relación positiva fuerte y muy significativa con el Desarrollo de las Regiones del Perú. 2) A mayor fraccionamiento del territorio regional superior es el subdesarrollo de las regiones del Perú desde la perspectiva social, a mayor subdesarrollo social es el desarrollo social. 3) El factor geográfico influye significativamente en el desarrollo de las regiones del Perú.</p> <p>PALABRAS CLAVE: Fragmentación territorial, desarrollo de regiones, desarrollo urbano.</p> <p>ABSTRACT Being the dominant socio-economic growth of the regions that directly affects populations living in areas of difficult access and the search for a new organization for the population, we have the social geography or sociography that addresses the study of cities and their territories. The objective is to check the level of urbanity of Territorial Fragmentation with the Development of the Regions of Peru. The research design is due to a non-experimental</p>	Fragmentación urbana
Autor		Similitud
René Alfredo Calderón Vilca, Flor Nelith Asillo Ruelas, Edwin Fredy Calderón Vilca		El estudio identifica que cuanto más fraccionado se encuentra el territorio regional mayor es el subdesarrollo de las regiones del Perú; igualmente, cuanto más está cohesionado un territorio urbano mayor es el desarrollo social.
Año		
2020		
Lugar		Fuente
Perú	https://journal.ceprosimad.com/index.php/ceprosimad/article/view/105	

Nota. Datos de elaboración propia.

En este punto, para asegurar el alcance de dicho criterio, se enfatizó en la aplicación de un enfoque netamente objetivo del estudio, dejando de lado las creencias y opiniones propias especialmente durante el proceso de interpretación de los resultados de la investigación, así mismo, los instrumentos se aplicarán de la misma manera a los entrevistados que corresponda.

Por otro lado, la investigación se vuelve creíble a partir del momento en que se realizan las entrevistas, pues la experiencia y conocimiento de los entrevistados otorgan confiabilidad y calidad a los resultados y conclusiones del estudio, este es el criterio de **credibilidad**, que en base a, Suárez (2007) hace referencia a la capacidad de los investigadores para comprender e interpretar las opiniones de los distintos expertos a los que se consultaron durante el proceso de recolección de datos, este aspecto vuelve a los resultados fidedignos y fáciles de comprobar.

Tabla 39

Tabla de rigor científico - credibilidad

Participantes	Credibilidad
Arq. Carlos Morales Dávila	Las respuestas del arquitecto surgen de la experiencia como Arquitecto con un máster realizado en Bélgica sobre asentamientos humanos (urbanismo), especializado en temas urbanos (planes urbanos y consultoría urbana). Además los datos recolectados se sometieron a triangulación no solo con las demás opiniones sino también con las demás fuentes de información, que en este caso fueron artículos científicos
Arq. Carlos Muñoz Velásquez	Las respuestas del arquitecto surgen de la experiencia como Arquitecto especialista en el proceso de planificación de la gestión, desarrollo de proyectos, políticas urbanas e instrumentos de valorización de la tierra para financiar el desarrollo urbano. Formado por la Unidad de Planificación del Desarrollo del Reino Unido.
Arq. Javier Montenegro León	Las respuestas del arquitecto surgen de la experiencia como Arquitecto con maestría en Gestión Pública. Además los datos recolectados se sometieron a triangulación no solo con las demás opiniones sino también con las demás fuentes de información.
Arq. Carlos Díaz Chávez	Las respuestas del arquitecto surgen de la experiencia como Arquitecto con más de cinco años de práctica en diseño arquitectónico y gestión municipal.
Arq. Daniela Romero Rivadeneyra	Las respuestas del arquitecto surgen de la práctica profesional como Arquitecta con más de cinco años de

	experiencia en gestión de proyectos comerciales, residenciales, supervisión de obra y diseño.
Arq. Luis Moreno Reyes	Las respuestas del arquitecto surgen de la práctica profesional como Arquitecta con más de cinco años de experiencia en gestión y diseño de proyectos comerciales (Mallplaza, Mall Aventura, Aventura Plaza).

Nota. Datos de elaboración propia.

En tercer lugar, se ubica la **auditabilidad o confirmabilidad**, criterio que conforme a las ideas de Suárez (2007) se refiere a la manera en que una investigación puede ser seguida y realizada con facilidad por otro investigador. Para el logro de este criterio, el presente trabajo detalla de manera específica y puntual los procesos que se siguieron, así como las fuentes a las que se recurrieron, también se precisa la documentación completa y ordenada de la estructura del estudio, para el uso y realización de futuras investigaciones.

Por último, se define el criterio de **transferibilidad o aplicabilidad**, este otorga a la investigación la capacidad de relacionar los resultados del escenario de estudio a otros escenarios similares (Erazo, 2011). Para ello, en el trabajo se describen a detalle los componentes, circunstancias y fenómenos ocurridos en el contexto donde se realiza la investigación, así poder transferir los resultados del escenario en cuestión a otros espacios con características lo más similares posibles.

3.8. Método de análisis de la información

La presente investigación desarrollará distintos **métodos de análisis**, cada uno dependerá del proceso de recolección de datos aplicado y el instrumento, acorde a los investigadores de la Universidad del Sur (2021) esta es la etapa donde el investigador somete los datos recopilados a ciertos procedimientos con el fin de resolver los objetivos del estudio. A continuación, se detallan de manera ordenada las operaciones a realizar para analizar cada instrumento obtenido.

Tabla 40

Método de análisis de datos según instrumento

Instrumento	Método de análisis de la información
Guía de entrevista	- Una vez obtenidas las respuestas de la entrevista realizada, estas son interpretadas por el investigador, es

	<p>decir, son analizadas las respuestas, esto involucra la transcripción de la idea del entrevistado con otras palabras, pero sin perder el sentido original.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Finalmente, se comparan las respuestas de los distintos especialistas para revelar si existen características similares o diferentes desde el punto de vista de cada uno.
Ficha de análisis de contenido	<ul style="list-style-type: none"> - En este caso, para partir con el análisis de este instrumento es necesario contar con las fichas de análisis de contenido totalmente resueltas con datos de artículos confiables. - Luego, se procede a la comparación de los datos cualitativos obtenidos de cada artículo los que fueron sintetizados en cada ficha. - Finalmente, se establece un punto de vista, este puede ser la elección de una postura sobre un determinado artículo, o la integración del contenido de 2 o incluso los 3 artículos.
Ficha de observación	<ul style="list-style-type: none"> - En primer lugar, se deben tener todos los formatos de las fichas de observación completos. - En segundo lugar, se continúa con el análisis descriptivo de cada fotografía tomada en el proceso de observación, esto implica detallar las características, diferencias, particularidades, etc., de lo visualizado. - Finalmente, se realiza la organización de la descripción con el fin de recopilar lo más relevante.

Nota. Datos de elaboración propia.

3.9. Aspectos éticos

En este apartado, se especifican aquellos factores que determinan el valor de la investigación, según, Viorato & Reyes (2019) los **aspectos éticos** hacen referencia al proceso que siguió la investigación, donde el método científico pudo ser aplicado de manera ética, es decir, correctamente. Es así que se identifican los siguientes principios: beneficencia, autenticidad, veracidad, seguimiento del estilo APA, consentimiento informado.

Como primera evidencia ética del estudio, se ubica el principio de **beneficencia**, en base a las ideas de los estudiosos de la Dirección de Investigación del Gobierno de México (2017) dicho término involucra realizar cualquier acción con la intención principal de producir beneficios. Tal es el caso de esta investigación, pues se realiza con el objetivo de aportar a la solución de un

problema real ocurrido en el distrito de Jorge Chávez, ello conlleva a la concepción de diversos beneficios para sus habitantes.

Por otro lado, se evidencia el principio de **autenticidad**, que comprende el no plagio ni autoplagio (Espinoza, 2020), esto quiere decir que no se han copiado ninguna de las partes del trabajo, ni con trabajos de investigación de diferentes autores ni con trabajos propios de anterioridad.

Así mismo, el trabajo de investigación expresa su **veracidad**, pues todos los datos determinados son reales y obtenidos producto de procedimientos realizados en un tiempo y contexto actual (Espinoza, 2020), en otras palabras, ninguno de los instrumentos del estudio fueron falseados.

De igual forma, se siguieron los lineamientos establecidos para la carrera de Arquitectura, principalmente el seguimiento de la estructura del **estilo APA**. Esta es una guía metodológica para redactar citas bibliográficas, referenciar figuras y tablas (Centro de Escritura Javeriano, 2020), esto permite otorgar el crédito correspondiente a los distintos autores por sus aportes teóricos al trabajo de investigación.

En adición, se presentó a cada participante el **documento de consentimiento informado**, actualmente dicho formato es parte indispensable de la ética de la investigación, expresa la conformidad del entrevistado en su participación en la investigación (Parra & Briceño, 2013), esto quiere decir que, solo de estar de acuerdo con los valores expresados en las guías de entrevista, los entrevistados serían parte del proceso de investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se exponen los **resultados** de la investigación en base a cada objetivo específico propuesto. Acorde a Sánchez et al. (2018) los resultados corresponden a la parte de la investigación donde se presentan los hallazgos producto del análisis de la información obtenida durante el estudio. Es decir, son los descubrimientos de la investigación, en este caso, los resultados provienen de una interpretación pues los instrumentos utilizados fueron cualitativos. En el presente estudio se usaron tres tipos de instrumentos de investigación tales como la Guía de entrevista semiestructura a diferentes especialistas, la Ficha de análisis de contenido de diferentes artículos científicos y la Ficha de observación de cada Centro Poblado del distrito de Jorge Chávez, cada instrumento permitió el recojo de información relevante para su consecuente interpretación y comparación.

Del mismo modo, en este apartado se muestra la **discusión**, en base a las ideas de Arispe et al. (2020) este es un proceso en el que se contrastan los descubrimientos de la propia investigación con los de los antecedentes, es decir, que primero se obtienen los resultados y luego estos son interpretados para darles sentido; finalmente, estos hallazgos son contrastados con los resultados de estudios similares para establecer diferencias o similitudes, estas deben sustentarse con discursos bien fundamentados; en este caso se desarrolla la discusión en base a cada instrumento por cada objetivo específico e indicador, de esta etapa se desprenden las recomendaciones y conclusiones.

Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.

Para el logro de este primer objetivo específico fue necesaria la implementación de una subcategoría con cinco indicadores, esto se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 41*Subcategorías del objetivo específico 1*

SUBCATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS		
Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)	Diseño exterior	Entrevista	Análisis documental	Guía de entrevista semiestructurada	Ficha de análisis de contenido
	Ambientación				
	Diseño interior				
	Dimensión social				
	Integración al entorno				

Nota. Elaboración propia

Para el análisis de la primera subcategoría: **dimensiones del ambiente del establecimiento comercial** y sus respectivos indicadores: **diseño exterior, ambientación, diseño interior, dimensión social e integración al entorno**, se aplicaron dos instrumentos de recolección de datos, tanto la guía de entrevista semiestructurada a arquitectos especialistas en diseño comercial como la ficha de análisis de contenido de artículos científicos de diferentes autores, los que nos permitieron generar los resultados del primer objetivo específico.

En este sentido, se expone la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 1: diseño exterior**, le corresponde solo una pregunta, la que fue aplicada a tres arquitectos especialistas en diseño comercial, así mismo, se presentan las interpretaciones por cada respuesta y la posterior comparación de las tres opiniones por pregunta.

Tabla 42*Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 1*

Título			
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
OBJETIVO ESPECÍFICO 1			
Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.			
Categoría 1	Espacios de uso comercial	Especialistas en Arquitectura Comercial (EAC)	
Sub-categoría 1	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)	EAC 1	Arq. Díaz Chávez, Carlos.
		EAC 2	Arq. Moreno Reyes, Luis Andrés
Indicador 1	Diseño exterior	EAC 3	Arq. Romero Rivadeneyra, Daniela
PREGUNTA 1			

<p>Teniendo en cuenta la influencia del diseño exterior de los espacios comerciales sobre el éxito de los mismos. ¿Cuáles son las características en cuanto a forma, tamaño, color y materialidad, que deben tener los rótulos, escaparates, entradas y fachadas de un establecimiento comercial para una zona campestre como Jorge Chávez?</p>		
RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
<p>1. Altura de edificación según contexto inmediato - 1 a 2 pisos.</p> <p>2. Entre los materiales podrías jerarquizar el mármol por ser fuente principal de la Provincia - se puede apreciar en la plaza de armas de Celendín, además del agua ya que tenemos la Atuyunga, central hidroeléctrica.</p>	<p>Es una pregunta compleja, en líneas generales un equipamiento comercial debe ser más grande que la edificación promedio ya que necesita ciertas alturas para implementar la arquitectura y especialidades que se requieren en este rubro y cierta longitud de recorridos horizontales para que funcione adecuadamente. En cuanto a forma, las áreas deben ser regulares, las formas extrañas no ayudan a implementar tiendas funcionales. Si se puede experimentar en circulaciones, espacios comunes y fachada. Es importante utilizar materiales de la zona y/o afines para que el edificio no se vea como algo extraño en la ciudad. La materialidad exterior debe ser en gran proporción sobria, pero con acentos de transparencias en los ingresos, se debe ver llamativo hacia el exterior y acogedor en el interior. Una vez dentro el espacio debe ser iluminado y limpio, no debe confundir al visitante, el recorrido debe ser casi intuitivo. Cada sector o rubro debe tener un color o material diferenciador, no es lo mismo una zona de restaurantes donde se puede usar ladrillo y madera, a una zona de juegos donde debe ser colorido y lúdico, etc. Aprovechando el entorno yo generaría espacios donde la vegetación pueda ser protagonista del equipamiento comercial, se podría trabajar en superficies de suelo como verticales. Existe un mundo infinito de posibilidades pero siempre se debe ser consecuente con la función y el entorno donde se emplaza un edificio.</p>	<p>El edificio debería reflejar la identidad de los pobladores, se podrían utilizar materiales de la zona y respetar la escala del contexto, pero al mismo tiempo reflejando modernidad y una arquitectura interesante que invite a los pobladores a utilizar los espacios. Por tratarse de un espacio comercial en una zona rural, podría este ser más abierto e integrado al exterior y no un centro comercial como los que hay en la ciudad.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto hace mención de 2 aspectos importantes a considerar respecto al diseño exterior de un espacio comercial, estos son la altura, debe respetar el contexto inmediato; así mismo, la materialidad, proponiendo el uso de elementos propios de la zona como el mármol y la implementación de elementos de agua.</p>	<p>El arquitecto hace mención de 5 aspectos indispensables a considerar en el diseño exterior de un establecimiento comercial, el primero corresponde al volumen, establece que la altura del elemento arquitectónico debe ser mayor a la del entorno promedio debido a los requerimientos espaciales de dicho equipamiento; así mismo, menciona que, debe poseer largos y anchos no muy cortos, pues es necesario crear recorridos y circulaciones limpias para que el establecimiento funcione. En segundo lugar, menciona la forma, según el arquitecto esta debe ser regular ya que las formas sinuosas impiden el correcto funcionamiento de las tiendas comerciales. En tercer lugar, el arquitecto se refiere a la materialidad, por ejemplo, para la zona de restaurantes propone el uso de ladrillo y madera, para los ingresos el uso de elementos transparentes. Seguidamente, menciona la aplicación del color, fachadas con tonos sobrios pero llamativos para el público, espacios interiores con tonos cálidos que acojan al usuario, y espacios de juego con tonos coloridos. Finalmente, el arquitecto se refiere a la integración de vegetación por ser un elemento existente en el entorno el cual debe aprovecharse.</p>	<p>La arquitecta hace mención de 4 aspectos a considerar para el diseño exterior de un establecimiento comercial. Primero, la identidad, la fachada debe reflejar las costumbres e historia del lugar, pero con un toque moderno. Luego, la materialidad, emplear elementos propios de la zona. En tercer lugar, las alturas, establece que debe respetarse la escala del entorno inmediato. Finalmente, propone el uso de espacios más abiertos que integren el exterior con el interior.</p>

COMPARACIÓN

Para esta pregunta, los 3 arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coincidieron respecto a la materialidad, el hacer uso de elementos propios de la zona para las fachadas. Del mismo modo, el arquitecto EAC2 y EAC3 concuerdan en que se debe diseñar el equipamiento comercial de manera que este se integre al entorno a través de la creación de espacios más abiertos donde la vegetación existente sea protagonista. Sin embargo, en relación a la escala, los arquitectos EA1 y EA3, recomendaron respetar la altura de las edificaciones del entorno, mientras que, el arquitecto EA2 menciona que la altura de la edificación debe ser mayor que las edificaciones promedio. Por otro lado, los arquitectos se complementan pues la arquitecta EA3 hace mención de la identidad, que debe ser reflejada en el diseño exterior, así mismo, el arquitecto EA2 se refiere a que los recorridos y circulaciones no deben ser muy cortas, las formas deben ser regulares, los colores para el exterior deben ser sobrios pero llamativos y para interiores optar por colores cálidos y acogedores.

En conclusión, para el diseño exterior de un establecimiento comercial en el distrito de Jorge Chávez debe considerarse: la altura del entorno inmediato (1 - 3 pisos); la materialidad debe proponerse en base a los insumos propios de la zona como el mármol, piedra, madera, agua; los volúmenes deben ser de preferencia regulares para el correcto funcionamiento de los locales comerciales; en cuanto al color, en la fachada se debe emplear colores neutros pero que sean capaces de atraer la atención del público y en zonas de juego o estancia colores cálidos con toques coloridos, por otro lado, proponer espacios exteriores con cierto grado de abertura que integre a la vegetación; finalmente, todo lo que se proponga debe expresar la identidad de los pobladores del distrito.

Nota. Datos de elaboración propia.

Acorde a la opinión de expertos, en relación a la primera subcategoría, e **indicador 1: diseño exterior**, es relevante el análisis del entorno inmediato para identificar alturas predominantes, sistemas constructivos más usados y materiales propios de la zona. Del mismo modo, respecto a la forma, se ha observado la preferencia por volúmenes rectangulares por la facilidad que otorgan estos para distribuir el mobiliario y las actividades comerciales; en cuanto al color, las fachadas deben poseer tonos neutros pero atractivos para el transeúnte; finalmente, se recomienda la consideración de espacios abiertos al exterior que integren la vegetación.

Recapitulando, el diseño exterior transmite la primera impresión, por tal motivo, debe expresar directamente la identidad del distrito, esto se logra conservando las proporciones, modos de construir, materialidad, colores, formas, y hasta mediante el aporte del diseño de espacios exteriores al mantenimiento e integración de las especies forestales del lugar.

Extendiendo el análisis del primer indicador ya antes mencionado: se muestran las **fichas de análisis de contenido**, en este caso se consultaron dos artículos científicos.

Tabla 43

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 1)

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°1
		Título de investigación:		
		Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento		Shop Front & Commercial Frontage		Referencia Bibliográfica
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Tipo de documento	Artículo científico	https://acortar.link/SSULph
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Gales - 2017	
Fuente: https://acortar.link/SSULph				
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
NIVELES DE PERCEPCIÓN DE LOS ESCAPARATES			Aporte a la investigación	
<p>(1) La percepción de un edificio cambia a medida que uno se acerca. El ojo primero identifica el contorno y carácter general de la calle. Luego se observa la propiedad individual, su forma y proporciones. Finalmente se nota el estilo y detalles de puertas y ventanas, colores y texturas. Los diseñadores de escaparates deben considerar la percepción desde el nivel más amplio de la calle, hasta el más específico. Un diseño eficiente genera interés y armonía al espectador en cada etapa de percepción.</p>			<p>(2) Los escaparates de la edificación comercial deben percibirse como una parte integral del edificio. La escala, las proporciones, el carácter y los materiales de los nuevos elementos (rótulos) deben relacionarse con los de todo el edificio y entre sí. Los frentes de las tiendas tradicionales generalmente tienen proporciones verticales y un marco sólido para aportar un marco fuerte a la ventana de visualización que complementa la apariencia general del edificio, los edificios que usan ventanas amplias con grandes áreas de acristalamiento en la planta baja, sin divisiones ni características de encuadre, dan una sensación incómoda donde los pisos de arriba parecen estar volando pues se ven sin soporte.</p>	
Los autores del presente artículo hacen referencia a los niveles de percepción de una edificación, en este caso estos son tres y dependen de lo que se empieza a apreciar de una fachada conforme uno empieza a acercarse a la edificación. Los diseños de los escaparates deben plantearse teniendo en consideración cada nivel. En el último nivel donde se perciben los detalles de las puertas y ventanas debe tomarse en cuenta la elección de divisiones o elementos estructurales que sean capaces de enmarcar y dar una sensación de base al establecimiento, es decir, evitar áreas grandes de cristal pues estas no definen ni dan identidad a la fachada.				

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 44

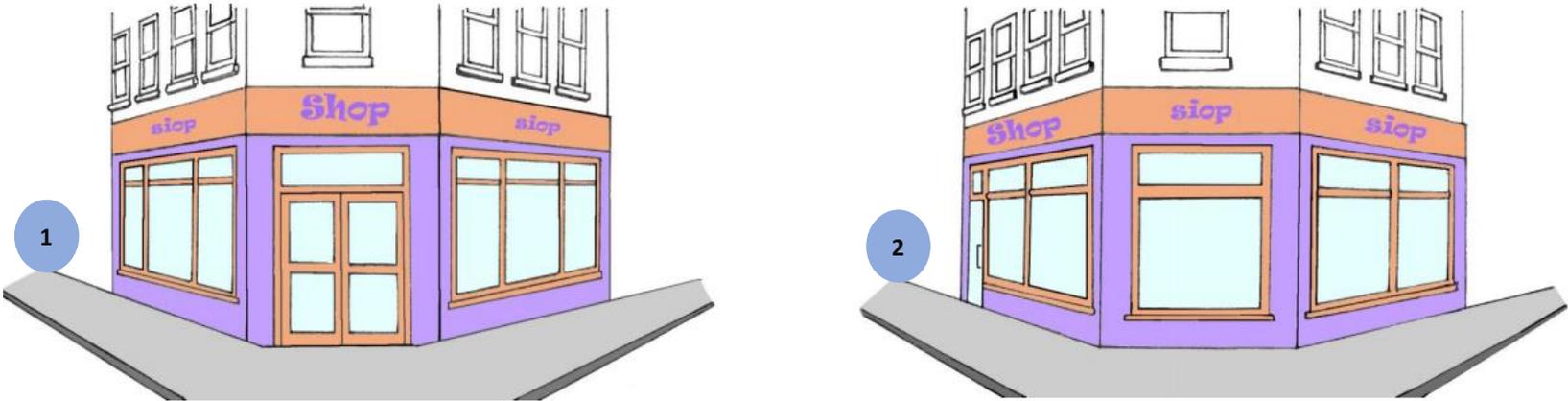
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°1.1
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Shop Front & Commercial Frontage		Referencia Bibliográfica
Autor Abertawe, Dinas a Sir	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/SSULph
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Gales - 2017	
		
Fuente: https://acortar.link/SSULph		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO DE ENTRADAS		Aporte a la investigación
<p>(1) Las puertas plegables crean una conexión más abierta entre el interior y el exterior y permiten que las actividades sociales se desarrollen en la calle. (2) En las entradas, las divisiones horizontales y verticales como vigas y columnas agregan detalles y limitan la cantidad de vidrio que se reemplazará si se rompe.</p>	<p>Las entradas deben garantizar el acceso para todos. Los usuarios de la edificación comercial incluyen personas con discapacidades, y también personas con sillas de paseo o cochecitos. El acceso debe relacionarse con aquellos que usan sillas de ruedas, aquellos con otros con problemas de movilidad como reumatismo o artritis, mujeres embarazadas y personas mayores, así como personas ciegas o deficientes visuales.</p>	<p>Cuando las puertas tengan dos hojas, debe ser posible que una silla de ruedas, o un cochecito pueda entrar por una puerta sin tener que abrir ambas. Las puertas batientes bidireccionales son útiles para aquellos a quienes les resulta difícil abrir una puerta hacia ellos. Deben evitarse las puertas giratorias. Las puertas sólidas de entrada no permiten la visibilidad al interior de la tienda lo que desincentiva el uso y contribuye al problema de los frentes inactivos/muertos.</p>
<p>Los autores del presente artículo hacen referencia a las consideraciones que se deben tener para el diseño de las entradas. Prohíben el uso de puertas giratorias, pero recomiendan el uso de puertas plegables traslucidas pues tienen la capacidad de dar una sensación de abertura, visibilidad e integración con el exterior, del mismo modo, plantean el uso de divisiones en los ingresos. Por otro lado, recomiendan incluir en el dimensionamiento de puertas la accesibilidad para todo tipo de usuario.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 45

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 3)

 UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°1.2
Título de investigación:				
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1:				
Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento		Shop Front & Commercial Frontage		Referencia Bibliográfica
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Tipo de documento	Artículo científico	https://acortar.link/SSULph
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Gales - 2017	
				
Fuente: https://acortar.link/SSULph				
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO DE ENTRADAS EN ESQUINA			Aporte a la investigación	
<p>Las edificaciones comerciales en esquinas tienen un impacto particular en la calidad de la calle, ya que suelen ser las más destacadas por su doble fachada. Como tal, es particularmente importante que se diseñe una fachada de alta calidad en ambos lados. Al diseñar el frente de la tienda, se debe prestar exclusiva atención a proporcionar acceso en la parcela de la esquina (1). Siempre que sea posible, proporcionar la entrada en la esquina, pues llamará la atención de los peatones en ambas calles. Si se ha ubicado una entrada en la esquina, es aceptable proporcionar una entrada adicional a cada lado de la unidad. Las entradas mal colocadas reducen la legibilidad del edificio para los usuarios (2).</p>			<p>Los autores del presente artículo hacen referencia a la ubicación de las entradas en un lote situado en esquina. En este caso, se recomienda la creación de un ochavo en donde se emplazaría tal entrada, esta es una manera de atraer la atención de ambos lados de la calle. Además, hace énfasis en el hecho de que una fachada mal diseñada, con accesos mal ubicados degrada la imagen e identidad del establecimiento comercial y de la misma calle pues el consumidor adquiere la sensación de desorientación, lo que conlleva al no uso de los espacios.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 46

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 4)

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°1.3
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento	Shop Front & Commercial Frontage		Referencia Bibliográfica	
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Tipo de documento	Artículo científico	
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Gales - 2017	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
ELEMENTOS DE SEGURIDAD PARA LAS ENTRADAS			Aporte a la investigación	
<p>(1) Las medidas de seguridad deben elegirse tanto por su eficacia como por su imagen. Se debe tener en cuenta el impacto de las medidas de seguridad en la calle por la noche. Es mejor si los escaparates de las tiendas son visibles por la noche e internamente iluminados con luz baja adecuada, esto mejora el aspecto de los escaparates y permite hacer compras fuera de horario. Así mismo, aumenta la seguridad y la protección al actuar como elemento disuasorio del robo.</p>			<p>Los autores del presente artículo hacen referencia a la elección de elementos de seguridad con porcentajes de visibilidad al interior, pues los enrollables sólidos contribuyen a la transformación de la calle en zonas inseguras con baja iluminación.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 47

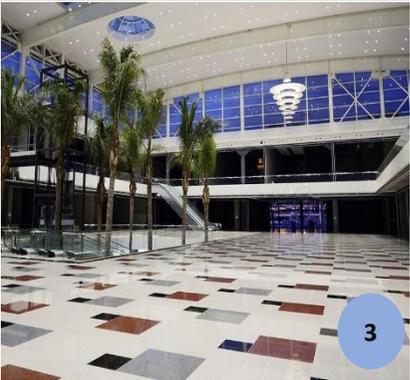
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 5)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°1.4
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Shop Front & Commercial Frontage	
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Referencia Bibliográfica
Palabras claves	retail market, exterior design	https://acortar.link/SSULph
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Gales - 2017	
		Para la elección de materiales y colores en fachadas, se debe tener en cuenta el estilo arquitectónico de la construcción y utilizar materiales apropiados y paletas de colores, de esta manera, diseños modernos a menudo pueden integrar con éxito la fachada general del edificio. (2) Consideraciones tales como el uso apropiado del contraste de color entre el marco y la puerta, y la puerta y la manija promueven la identidad de la edificación y su entorno.
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
MATERIALIDAD Y COLORES EN FACHADAS	Aporte a la investigación	
(2) El uso de materiales tradicionales como la madera es un punto de partida común para todos los escaparates. (1) Al utilizar una gama de materiales no complementarios y colores se da a la edificación una apariencia fragmentada.	Se promoverá el uso de pavimentos táctiles en la entrada de un comercio para ayudar a las personas con discapacidad visual.	
	Los autores del presente artículo hacen referencia al tipo de materiales a elegir para el tratamiento de fachadas, estos deben responder al estilo arquitectónico de la edificación y del entorno, y usar una paleta de colores complementarios para mantener una identidad y unidad.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 48

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 6)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°1.5
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Shop Front & Commercial Frontage	
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Referencia Bibliográfica
Palabras claves	retail market, exterior design	https://acortar.link/SSULph
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Gales - 2017	
 <p>1</p>	 <p>2</p>	 <p>3</p>
Alfombra. Fuente: https://www.c-sgroup.es/blog/shopping-centre-entrance-matting-for-bentall-centre/	Revestimiento de vinilo. Fuente: https://maderame.com/suelos-vinilo-uso-comercial/	Piso de mármol. Fuente: https://www.tinostone.com/es/marmol-en-centros-comerciales/
		 <p>4</p>
		Piso de concreto. Fuente: https://psiconcreto.com/piso-de-concreto-guia-completa/
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
TIPOS DE REVESTIMIENTO PARA PISOS Y SU INFLUENCIA	Aporte a la investigación	
Los tipos de revestimientos predominantes para pisos en espacios comerciales son alfombras, pisos de vinilo, baldosas de cerámica o mármol. Cada tipo de superficie del piso da una impresión específica. Por ejemplo, los pisos de concreto simple (4) serán utilizados para transmitir una imagen sencilla y de bajo costo; los pisos de vinilo (2) transmiten una imagen de mayor o menor elegancia en función de su calidad, brillo, color y diseño. Las baldosas cerámicas y los suelos de mármol de buena calidad (3) generalmente proyectan una imagen de lujo o exclusividad, sin embargo, en India, esto lo proyectan las alfombras (1) , pues sólo se usan en espacios comerciales exclusivos.	Los autores del presente artículo hacen referencia a los tipos de revestimiento para suelo más utilizados y la imagen que refleja en cada espacio. Entre estos se definen la alfombra (para ingresos), el vinilo (zonas de transición o locales comerciales de venta de ropa), mármol (zonas comunes o espacios más que requieran expresar lujo y elegancia) y concreto o adoquines (zonas exteriores).	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 49

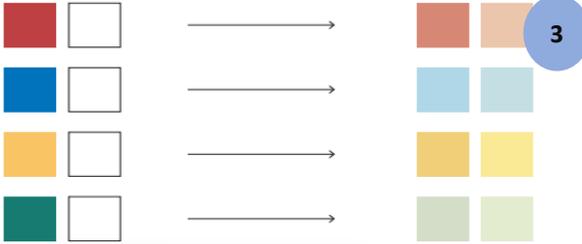
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1 (pág. 7)

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO			FAC N°1.6
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 1: Diseño exterior	
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.			
Nombre del Documento	Shop Front & Commercial Frontage		Referencia Bibliográfica
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Tipo de documento	Artículo científico
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Gales - 2017
			
Fuente: https://acortar.link/SSULph			
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado			
CONSIDERACIONES PARA EL DISEÑO DE FACHADAS COMERCIALES		Aporte a la investigación	
<p>Para establecer los criterios de diseño de la fachada del espacio comercial es necesario analizar el contexto de la calle. Comprender el contexto local ayuda a resaltar la escala, las proporciones y las características de la zona. La calidad de una calle impacta sobre las personas a la hora de elegir visitar un área e influye en el tiempo que permanecen. Espacios comerciales que tienen uniformidad en su carácter (escala, proporciones, materiales, estilo y detalles) tienden a tener un sentido más fuerte de identidad y atraen a la gente. Por ello, es importante buscar patrones consistentes a lo largo de la calle o zonas adyacentes como la disposición repetida de columnas, pilares o ventanas, o la línea continua de vigas. Una fachada mal diseñada puede degradar la calidad de una calle comercial.</p>		<p>(1) Cuando el espacio comercial se ubica en una calle donde no se observan alturas de construcción y divisiones de lotes regulares, se debe identificar la edificación predominante en escala y proporción, este será el edificio clave con jerarquía en la calle o zona. Dicha jerarquía debe respetarse, por tanto, al diseñar los frentes, la escala de las inmuebles comerciales no debe ser mayor.</p>	<p>(2) Cuando una fachada se extiende más de dos unidades de lotes en el primer nivel, los rótulos y fachadas deben dividirse del mismo modo en secciones en lugar de extenderse por todo el frente de la edificación, esta es una manera de mantener las proporciones de la calle.</p>
<p>Los autores del presente artículo hacen referencia a la necesidad de analizar el contexto y configuración de la calle donde se propone edificar un equipamiento comercial, es indispensable conocer la escala, proporciones, materiales, estilo y detalles de las construcciones adyacentes, para implementar en la fachada del proyecto, componentes que respeten tal contexto, esto reforzará la identidad de la población. La calidad del perfil de una calle determina su intensidad de uso. Cabe resaltar, que de no existir alturas regulares o edificaciones aledañas, se debe realizar el mismo proceso de análisis con las construcciones más cercanas con el fin de identificar la edificación de mayor jerarquía y con protagonismo del distrito, para utilizarlo como el componente arquitectónico clave a respetar.</p>			

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 50

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE1

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°2
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 1: Diseño exterior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Cambridge Market Square Concept Design		Referencia Bibliográfica
Autor NEUBAU Market Stall Architecture	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/C1TkWZ
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Inglaterra - 2021	
 		
Fuente: https://acortar.link/C1TkWZ		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
MÉTODO DE SELECCIÓN DEL COLOR PARA EL EXTERIOR	Aporte a la investigación	
Independientemente del patrón o el material, los espacios comerciales del Mercado en Cambridge se han caracterizado por su color (1) (2) , su atributo es ser colorido, esto otorga a la plaza del mercado una visual vitalidad. El objetivo de la propuesta fue perfeccionar los actuales colores matizando los colores originales. Así es que, los colores primarios se mezclaron con el blanco para dar como resultado tonalidades más suaves (3) , lo que permitiría una correspondencia visual con las paletas de la arquitectura circundante (4) , sin eliminar el colorido de los puestos.	 	
Fuente: https://acortar.link/C1TkWZ		
Los autores del presente artículo hacen referencia al proceso de elección de colores que siguieron para la restructuración del Mercado minorista de Cambridge. Este mercado está compuesto por puestos organizados en torno a una pileta, cada puesto tiene una cubierta de lino plastificado con franjas de color rojo, azul, naranja y verde. Parte de la propuesta de restructuración implica la reubicación de algunos de estos puestos, así como la modificación de dichos colores en las cubiertas. Para ello, se efectuó la observación de las edificaciones de la ciudad, así se estableció una gama de colores, los cuales en su mayoría correspondían a tonos pasteles, por tal motivo, la propuesta fue combinar los 4 colores primarios existentes con el color blanco para conseguir tonos más suaves que no rompan con la arquitectura del entorno y a la vez poder conservar la vitalidad visual del lugar.		

Nota. Datos de elaboración propia.

De acuerdo al análisis documental, en base a la primera subcategoría, e **indicador 1: diseño exterior**, se observaron consideraciones a tener en cuenta en relación a la concepción externa de un espacio comercial, en primer lugar, la manera en que se perciben las edificaciones comerciales desde el exterior se da a través de tres niveles, cada una depende de lo que se empieza a apreciar de un frente conforme uno se acerca, en este sentido, las fachadas deben plantearse teniendo en consideración cada nivel. En el último nivel se distinguen los detalles de las puertas y ventanas, aquí debe tomarse en cuenta la elección de divisiones o elementos estructurales capaces de enmarcar y dar una sensación de base al establecimiento. Así mismo, es indispensable conocer la escala, proporciones, paleta de colores, materiales, estilo arquitectónico y detalles de las construcciones adyacentes, para implementar en la fachada del proyecto elementos que respeten tal contexto, esto reforzará la identidad de la población. Una manera de seleccionar los colores es a través de la observación de las edificaciones de la ciudad, así se establecería una gama de colores, los cuales serían la base de tonos a utilizar. La misma importancia tienen los tipos de revestimiento para suelo, dentro de los más utilizados en espacios comerciales se encuentran: las alfombras (para ingresos), el vinilo (zonas de transición o locales comerciales de venta de ropa), mármol (zonas comunes o espacios que requieran expresar lujo) y concreto o adoquines (zonas exteriores), sin embargo, el contexto influye en esta elección.

En segundo lugar, respecto a las entradas, no es recomendable el uso de puertas giratorias, en su lugar, pueden ser puertas plegables traslucidas ya que dan una sensación de abertura, visibilidad e integración con el exterior. Por otro lado, si el predio está ubicado en esquina, se exhorta la creación de un ochavo en donde se situaría tal entrada, esto atraería la atención de ambos lados de la calle.

En tercer lugar, sobre los elementos de seguridad para los locales comerciales que dan a la calle, deben elegirse persianas enrollables tipo reja con porcentajes de visibilidad al interior, pues los enrollables sólidos contribuyen a la percepción de inseguridad.

En síntesis, el diseño exterior de un espacio comercial debe considerar aspectos como los distintos niveles de percepción desde fuera, la escala, proporciones, colores, materiales, estilos arquitectónicos y detalles de las

construcciones del entorno, los tipos de revestimiento para suelo y el uso de puertas plegables y persianas enrollables tipo reja que permitan la visibilidad al interior, pues la calidad de una fachada complementa la calidad del perfil de una calle y esta determina la intensidad de uso que se le dé.

Discusión por indicador: diseño exterior

Entonces, realizando un cotejo entre los resultados derivados de las opiniones de expertos y los resultados de la revisión de artículos, en torno al **indicado 1: diseño exterior**, de acuerdo a los especialistas existen cinco criterios a considerar en la etapa de planificación del espacio exterior y fachadas de un equipamiento comercial, abarcando desde la implementación de sistemas constructivos vernáculos, integración al entorno por medio de espacios abiertos con vegetación, conservación de la escala promedio de las edificaciones contiguas, preferencia por volúmenes regulares para facilitar la disposición del mobiliario, elección de tonos sobrios para las fachadas que provoquen el interés pero que se relacionen con el todo y colores cálidos para las zonas más sociales que transmitan cobijo al usuario, todo lo que en conjunto debe expresar la identidad de la población; por otra parte, del análisis documental, se han observado algunos criterios similares a los ya mencionados, por ejemplo, el hecho de determinar la escala, colores, materiales y estilo de la arquitectura colindante para respetar el contexto y reforzar la identidad del lugar. No obstante, la documentación relaciona el nivel de visibilidad hacia el interior como una estrategia de integración al exterior, desde esta perspectiva recomienda el uso de puertas y elementos de seguridad traslucidos, así mismo, contempla consideraciones adicionales tales como los tipos de revestimiento para suelos y la necesidad de conceptualizar las fachadas desde cada nivel de percepción.

En seguida, se presenta la **guía de entrevista semiestructurada** del **indicador 2: ambientación**, con sus respectivas interpretaciones y comparación, a este indicador le corresponden cinco preguntas, las cuales fueron aplicadas a los mismos especialistas en diseño comercial citados anteriormente.

Tabla 51

Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 1

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 2	Ambientación
Sub-categoría 1	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)		
PREGUNTA 2			
<p>Todo entorno posee ruidos molestos. Por ejemplo, en el distrito de Jorge Chávez tales ruidos son producto del sonido de las motos y los animales de granja. En su opinión ¿Qué estrategias arquitectónicas se pueden aplicar en un equipamiento comercial en Jorge Chávez para lograr el confort auditivo?</p>			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
<p>1. Realizar estudio ambiental y ver el ruido a cuantos decibeles alcanza y verificar si está dentro de lo normado para este uso.</p> <p>2. Analizar dirección de vientos predominantes.</p> <p>3. Se puede hacer uso de cercos vivos para controlar el ruido.</p> <p>4. Considerar retiros.</p>	<p>Si la idea es evitar que los ruidos exteriores ingresen al edificio, lo más adecuado es bloquear ese/esos lados con muros ciegos y vegetación. Lo ideal sería hacer un estudio acústico para determinar cómo debe ser la arquitectura.</p>	<p>El paisajismo es una herramienta interesante para reducir la contaminación sonora, ciertos árboles cuando se ubican adecuadamente pueden ayudar a amortizar los ruidos molestos. Además, se pueden considerar materiales porosos en algunas paredes.</p>	
INTERPRETACIÓN			
<p>El arquitecto hace mención de la necesidad de un estudio del ruido en el distrito para determinar los niveles de decibeles a los que alcanza, en caso de que estos se encuentren en un rango elevado, propone la disposición de retiros, así como el análisis de los vientos predominantes para implementar cercos vivos en las zonas que lo requieran, es decir, el uso de la vegetación como barrera acústica.</p>	<p>El arquitecto propone identificar las zonas exteriores donde se producen los ruidos más fuertes a través de un estudio del ruido, para ubicar en dichos lugares muros vegetales que sirvan de bloqueo acústico.</p>	<p>La arquitecta hace mención del uso de la arquitectura paisajista como estrategia arquitectónica para controlar el ruido ambiental, así mismo, propone el uso de materiales porosos para las paredes de las zonas donde mayores ruidos molestos se presenten.</p>	
COMPARACIÓN			
<p>Para esta pregunta, los 3 arquitectos, EAC1, EAC2 y EAC3 coincidieron totalmente, todos los especialistas establecen la necesidad de un estudio acústico de la zona, así mismo, proponen como estrategias arquitectónicas para controlar el ruido ambiental, el uso de elementos vegetales propios de la arquitectura paisajista. Sin embargo, tanto el arquitecto EA1 como la EA3 complementan la estrategia ya mencionada pues propone otras más, por ejemplo, el arquitecto EA1 para aislar el ruido plantea la creación de retiros en las zonas que sean necesarias; del mismo modo, la arquitecta EA3 propone el uso de materiales porosos en paredes por su capacidad de absorción, lo que reduciría también el ruido.</p> <p>En síntesis, para controlar el ruido ambiental en un establecimiento comercial en el distrito, primero se debe realizar un estudio acústico con el cual se determinarían los decibeles máximos a los que alcanza la zona, luego de haber identificado los puntos donde el ruido es mayor, se pueden aplicar estrategias arquitectónicas como: el uso de retiros, la implementación de barreras vegetales o criterios de la arquitectura paisajista, y la aplicación de materiales porosos en paredes.</p>			

PREGUNTA 3		
<p>El distrito de Jorge Chávez se ubica en una zona rural, por ello una de las principales actividades que se realizan es la explotación y crianza de ganado, a esta situación, se le suma la proximidad de vertederos de basura, en acequias o bordes de ríos, ambas situaciones han generado la presencia de malos olores, que, aunque no son tóxicos, pueden provocar malestar y molestias respiratorias. A su criterio, ¿Qué estrategias arquitectónicas se pueden aplicar en una edificación comercial en Jorge Chávez para lograr el confort olfativo?</p>		
RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar si existe alguna planta de tratamiento de residuos sólidos administrados por la entidad municipal. 2. Según la determinación del predio en donde se pretende edificar el proyecto verificar las pendientes para la adecuada evacuación de aguas de lluvia y así evitar el estancamiento de aguas. 3. Cercos vivos. 4. Uso de vegetación que emiten fragancias por las tardes. 	<p>Se puede tomar en cuenta las zonas de malos olores para ubicar el edificio lo más lejos posible y/o controlar por medio de muros ciegos que ingrese. Sin embargo, los olores exteriores solo se controlan de 3 maneras; hermetizando el interior, filtrando el aire que ingresa al edificio y empleando aromas artificiales agradables.</p>	<p>Se deben evaluar las fuentes de malos olores y evitar aberturas hacia esas zonas. Además, considerar vegetación en los exteriores como barrera y una buena ventilación dentro del centro.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto hace mención de la necesidad de realizar un estudio previo sobre la existencia en el distrito de una planta de tratamiento de residuos sólidos de gestión municipal para la disposición de los residuos eliminados en acequias o bordes de ríos que emiten malos olores; también, establece indispensable el análisis de las pendientes del predio donde se ubicaría el equipamiento comercial para la correcta evacuación del agua de lluvia. En cuanto a estrategias arquitectónicas propone la implementación de vegetación pues está es capaz de emitir aromas agradables al olfato, además, la frondosidad de algunas especies sirve de barrera ante malos olores.</p>	<p>El arquitecto hace mención de un estudio previo de las zonas con malos olores en el predio elegido y plantea la ubicación del equipamiento comercial en la parte más alejada de donde se originan estos olores. Así mismo, propone el uso de muros ciegos a modo de barrera del mal olor, también, la hermetizarían del espacio interior, la filtración del aire al interior y el uso de fragancias artificiales.</p>	<p>La arquitecta hace mención de una evaluación previa de las fuentes de malos olores, en estas zonas propone el cerramiento de los volúmenes o espacios. Del mismo modo, propone como estrategias arquitectónicas para controlar el mal olor, crear barreras vegetales en exteriores y espacios ventilados en interiores.</p>
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC2 y EAC3 coinciden en la necesidad de una evaluación previa del predio donde se edificaría el establecimiento comercial en relación a las fuentes de malos olores del mismo modo, los arquitectos EAC2 y EAC3, coinciden en disponer en lo menos posible de aberturas en el volumen que se ubique en tal lugar, es decir en el cerramiento, sin embargo, el arquitecto EAC3 propone el alejamiento total del volumen principal de la zona donde se desarrollan malos olores. Por otro lado, los 3 arquitectos coinciden en la necesidad de ubicar vegetación y muros ciegos para controlar olores incómodos. En este caso, también, cada arquitecto complementa a los otros, por ejemplo, el arquitecto EAC1 va más allá de proponer solo arquitectura y plantea solucionar el problema de raíz, a través de la identificación de plantas de tratamiento de residuos sólidos para eliminar las fuentes de malos olores en el distrito, además, el mismo arquitecto, hace mención de la necesidad de establecer pendientes o medios para la evacuación de las aguas de lluvia, pues su estancamiento sería también una fuente de mal olor. Por otra parte, el arquitecto EAC2, plantea la filtración del aire al interior del establecimiento y el uso de aromas artificiales. Por último, la arquitecta EAC3 propone diseñar cuidadosamente los espacios con énfasis en los criterios de ventilación.</p> <p>En conclusión, para controlar los malos olores producidos por el entorno del distrito de Jorge Chávez se necesita primero, identificar las fuentes de dichos olores, luego, de ser posible disponer de una entidad pública para la correcta eliminación de los residuos sólidos, en caso los olores sean producidos por vertederos de basura en acequias, pero de no lograrse, se plantea el uso de fragancias tanto artificiales como naturales como lo son las barreras vegetales, el uso de muros ciegos, la aplicación en menor proporción de aberturas en los volúmenes, la filtración del aire ya sea de manera artificial (por medios mecánicos), o natural (a través de una ventilación eficiente). Así mismo, es importante diseñar con pendientes que permitan la evacuación de las aguas de lluvia de todo el establecimiento comercial.</p>		

PREGUNTA 4		
<p>En cuanto a la temperatura, el distrito alcanza una temperatura máxima de 16°C y una mínima de 5°C. ¿Cuál es la temperatura mínima y máxima que debe tener un establecimiento comercial? ¿De qué manera se puede lograr dicha climatización en un equipamiento comercial en Jorge Chávez?</p>		
RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
<p>1. A mi criterio un aprox. de 15 grados es confortable. 2. Se puede mantener esa temperatura. Por ejemplo, usando materiales propios del sector como con el adobe y/o tapial que son buenos conductores del calor sobre todo por la noche. 3. Tener paneles solares. 4. Aplicar efecto invernadero.</p>	<p>Yo apostaría por arquitectura bioclimática, va a depender que tanto énfasis le otorguen al tema. Los especialistas pueden determinar formas y materiales que combinados van a permitir obtener un confort térmico adecuado.</p>	<p>Las temperaturas interiores deberían estar dentro de los rangos de confort térmico establecidos. Además, para evitar el uso excesivo de calefacción hay ciertos criterios bioclimáticos que se deben considerar, como el asoleamiento, la dirección del viento y los materiales para las fachadas; teniendo esto como herramienta para generar un espacio más acogedor, que pueda brindar calor en las épocas frías sin usar tanta energía.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto menciona que la temperatura confortable en un establecimiento comercial en el distrito, en base a su experiencia, sería 15°C. Así mismo, propone como estrategia para mantener dicha temperatura en los espacios comerciales, el uso de materiales constructivos como el adobe o tapial, pues tienen propiedades térmicas, también, plantea el uso de paneles solares e implementar la estrategia de efecto invernadero.</p>	<p>El arquitecto hace mención del análisis e implementación de la arquitectura bioclimática como estrategia para lograr una temperatura confortable dentro de un establecimiento comercial en el distrito.</p>	<p>La arquitecta menciona que la temperatura dentro de un establecimiento comercial debe encontrarse dentro de los rangos establecidos para el logro del confort térmico, pero no establece un mínimo definido. Por otro lado, se refiere a la implementación de criterios de la arquitectura bioclimática para la climatización del espacio, tales como el asoleamiento, vientos predominantes y materiales constructivos con capacidad de conducción térmica, pues por la temperatura del lugar se necesita aprovechar el calor del día para disminuir el frío por las noches.</p>
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, todos los arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coinciden en que la climatización en un equipamiento comercial en el distrito se lograría a través de la implementación de criterios de la arquitectura bioclimática. Sin embargo, el arquitecto EAC1 da mayor aporte, pues menciona en base a su criterio una temperatura de 15°C para lograr el confort en la edificación comercial, así mismo, hace referencia sobre el uso de materiales con capacidad de conducción térmica como el adobe y tapial, y la estrategia de efecto invernadero, que también permite el calentamiento de un espacio.</p> <p>En conclusión, la temperatura mínima dentro de un establecimiento comercial es de 15°C, por otro lado, para el logro de una temperatura similar o superior en una zona fría como el distrito, pueden implementarse estrategias como el efecto invernadero, el diseño en base a las condiciones climáticas, o el uso de materiales con propiedades térmicas como el sistema tradicional de tapial y adobe.</p>		

PREGUNTA 5		
En cuanto a la iluminación ¿Qué tipo de luz recomienda para el diseño de espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez y de qué manera debería desarrollarse en el proyecto?		
RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
1. Iluminación natural en espacios exteriores. 2. Iluminación mecánica en los stands y áreas de servicio.	Normalmente los edificios comerciales son cerrados hacia el exterior, pero con la gran potencia visual de la zona se debería buscar abrir en determinadas áreas los espacios sobretodo en pisos altos para que nada bloquee la visual. Es muy importante también trabajar la luz cenital. Sobre iluminación artificial, la disposición y cantidad de luminarias quedan a criterio del proyectista de iluminación, siempre bajo el criterio de no tener menos de 450 luxes en los espacios de circulación.	La luz siempre es importante en retail. Los productos deben estar bien iluminados para que el cliente se sienta atraído a ellos. Cosas como el color de la luz son importantes también pues pueden hacer que los productos resalten y se vean mejor (se vean más ricos o sanos).
INTERPRETACIÓN		
El arquitecto hace mención del aprovechamiento de la iluminación natural en espacios más abiertos a exteriores y la iluminación artificial para los locales comerciales y zonas complementarias.	El arquitecto recomienda no cerrar los espacios ubicados en los pisos más altos, para no bloquear la visibilidad y sobre todo para aprovechar el ingreso de luz por la cubierta e iluminar de manera natural el interior. Así mismo, reconoce un mínimo de 450 luxes para la iluminación de espacios de circulación interior, los cuales deben alcanzarse por medio del uso de iluminación artificial.	La arquitecta menciona la importancia de la elección del tipo de luz a considerar en los proyectos comerciales, reconoce que el tipo de color reflejado por la luz sobre los productos, modifica la percepción de los usuarios ya sea para bien o para mal.
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC1 y EAC2 coinciden en que se debe aprovechar al máximo la iluminación natural en el equipamiento comercial, mientras que, el EAC1 propone la creación de más espacios al aire libre exteriores, el EAC2 plantea la concepción de espacios interiores descubiertos. Del mismo modo, ambos concuerdan en el uso de elementos artificiales para iluminar los locales comerciales, áreas de servicios y pasillos de circulación interior, incluso el EAC2 determina bajo su experiencia una dotación mínima de 450 luxes para estos tipos de espacios. Por otro lado, la EAC3 aporta a las demás opiniones reconociendo la importancia del tipo de luz con que se iluminan la mercadería, el tipo de color que proyecte cada luminaria generará un impacto diferente sobre la percepción de cada usuario, que al final provocará la compra o no.</p> <p>En conclusión, lo luxes mínimos recomendados para zonas de circulación en espacios comerciales es de 450 luxes, por otro lado, se debe aprovechar al máximo la iluminación natural que ofrece el lugar, esto puede lograrse mediante la integración de espacios al aire libre, o mediante la omisión de cubiertas en algunas partes. Respecto a la iluminación artificial, es necesaria en todos los espacios con mayor cerramiento, especialmente en las zonas donde se exhibe la mercadería, pues influye en la elección de los consumidores.</p>		
PREGUNTA 6		
En cuanto a la zona sucia ¿Dónde se recomienda ubicar los espacios de limpieza de los establecimientos comerciales para evitar el cruce de circulaciones y malos olores?		
RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
1. Lejos de los stands, patios de comida, parques. 2. Deberá contemplar acceso vehicular para camión recolector de basura.	En los equipamientos comerciales siempre hay que ubicar una zona de carga y descarga, en dicha zona se ubican los cuartos de basura seca y húmeda. El volumen se calcula en función a la cantidad y tamaño de las tiendas, se ubica de preferencia en	En lo posible debería existir un ingreso de servicio para la recepción de mercadería, abastecimiento, almacenaje y espacios de limpieza. Este debería tener una buena ventilación para evitar que los olores ingresen a las zonas públicas. Además, debería

3. Evaluar vientos predominantes.	el primer nivel para que el servicio de recojo de residuos municipal no tenga mayor problema con su trabajo.	encontrarse en la zona menos favorable, la que tiene menos visuales, altura o espacialidad, pero si accesible desde la calle.
INTERPRETACIÓN		
El arquitecto hace mención de tres criterios a considerar para ubicar los espacios de limpieza o de recolección de residuos, en primer lugar, debe estar alejado de ambientes como puestos, patio de comidas y parques, luego, debe ubicarse en un área donde pueda ingresar el camión recolector de basura, finalmente, el lugar debe gozar de buena ventilación para ello se deben analizar la dirección de vientos.	El arquitecto recomienda que los espacios de limpieza deben ubicarse en el primer nivel, en el área de carga y descarga, donde puede acceder con facilidad el camión de recolector de basura. Además, menciona dos tipos de basura en base a su composición, estos son residuos secos y residuos húmedos, por último, establece que el área de estos espacios se calcula en base al porcentaje de área de las tiendas.	La arquitecta menciona que se debe considerar un ingreso independiente para la zona de servicio, esta zona debe contemplar la recepción de productos, áreas para el almacenamiento, y los espacios de limpieza, en cuanto a la ubicación de estos, la experta identifica tres criterios a tener en cuenta, el primero es que debe ser el área con mayor ventilación posible para la renovación continua del aire, segundo, debe ser la zona menos favorable en cuanto a visuales, altura y espacialidad pues otros ambientes son los que deben aprovechar estas condiciones, por último, debe ser el espacio más accesible desde el exterior para el recojo de los residuos y su posterior traslado.
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, los tres arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coinciden en que el primer criterio para ubicar los espacios de limpieza es la accesibilidad, pues debe ser fluido el modo de ingreso del camión recolector de basura al establecimiento. Del mismo modo, el EAC1 y EAC3 admiten como otro criterio la buena ventilación para ello se recomienda el análisis de vientos. Por otra parte, el EAC2 y EAC3 concuerdan en que los espacios de limpieza deben implementarse en la zona de carga y descarga o zona de servicio, lugar que debe tener un ingreso diferenciado e independiente. Finalmente, la EAC3 aporta y complementa las opiniones de los demás, pues determina un criterio adicional, según la especialista se debe considerar el área con menos beneficios en cuanto a visuales o espacialidad ya que la función del espacio requerido no lo demanda.</p> <p>En síntesis, es obligatorio el emplazamiento de los espacios de limpieza en la zona de carga y descarga o de servicio con un ingreso independiente, teniendo en cuenta que debe ser la parte más accesible para la entrada y salida del camión recolector de basura, la zona con mayor ventilación y la menos favorecida respecto a visuales o condiciones espaciales.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

De acuerdo, al análisis de las contestaciones de los expertos en diseño comercial, en relación **al indicador 2: ambientación**, existen cinco elementos que influyen en la ambientación de un establecimiento comercial, el primero, responde al sonido, para el control de ruidos en la zona deben identificarse los decibeles a los que alcanza la zona y los puntos donde el ruido es mayor, para la posterior ejecución de estrategias arquitectónicas, tales como: el uso de retiros, barreras vegetales o la aplicación de materiales porosos en paredes.

El segundo elemento está relacionado a los aromas, para el control de olores incómodos se debe identificar el origen, si los olores son producidos por vertederos de basura, disponer de un ente público para su eliminación, de lo contrario, se pueden incorporar algunas estrategias arquitectónicas como el uso de fragancias naturales derivadas de la vegetación, muros ciegos, la aplicación en menor proporción de aberturas en los volúmenes, la filtración del aire de manera natural por medio de una eficiente orientación hacia la dirección de los vientos y la consideración de pendientes para la evacuación de aguas en zonas donde llueve.

Como tercer elemento interviene la temperatura dentro de un establecimiento comercial, esta debe ser como mínimo 15°C aproximadamente, para lograr ello en una zona fría, deben implementarse estrategias de la arquitectura bioclimática donde se aprovechen las condiciones climáticas del sector para la ganancia de calor en los espacios, por ejemplo, el uso de invernaderos, la orientación en base a asoleamiento, vientos o el uso de materiales con propiedades térmicas como el tapial y el adobe.

En el cuarto lugar, intercede la iluminación, lo luxes mínimos recomendados para zonas de circulación en espacios comerciales es de 450 luxes, conviene aprovechar al máximo la iluminación natural, proponer mayores espacios al aire libre o eliminar las cubiertas en algunas partes internas. Por otro lado, en todos los espacios cerrados o interiores, especialmente donde se exhiben los productos es indispensable la proyección de sistemas de iluminación artificial.

Para finalizar, se considera el emplazamiento de los espacios de limpieza en la zona de carga y descarga o de servicio con un ingreso autónomo, debe ser la parte más accesible para la circulación del camión recolector de basura, con mayor ventilación y entornos menos favorables tanto visual como espacialmente.

En resumen, para la ambientación del espacio comercial se contemplan aspectos como sonido, aromas, temperatura, iluminación y la ubicación de espacios de limpieza. Para abordarlos, todos requieren de un estudio previo según su condición, por ejemplo, el estudio de fuentes de contaminación acústica y ambiental en el caso de los dos primeros factores, el estudio del asoleamiento y tipos de luces en el caso de la iluminación y el análisis de la accesibilidad vial, vientos

predominantes y visuales en relación a la ubicación de los espacios de limpieza. Una vez obtenida dicha información se pueden plantear estrategias arquitectónicas ya sea para corregir las situaciones desfavorables o aprovechar las favorables, por ejemplo, el uso de retiros, barreras vegetales, aplicación de materiales porosos, muros ciegos, menor abertura en los volúmenes, filtración del aire de manera natural o artificial, son maneras de controlar el ruido y olores ambientales; así mismo, considerar la arquitectura bioclimática sirve para la climatización y temperatura del ambiente interior comercial; por otro lado, proponer espacios más abiertos promueve el aprovechamiento de la iluminación natural y la iluminación artificial en espacios de exhibición o circulación; finalmente, ubicar la zona más accesible, con mayor ventilación y menores condiciones favorables visuales nos permite ubicar de manera eficiente la zona de limpieza en una edificación comercial.

De la misma manera, en correspondencia al **indicador 2; ambientación**, se presentan las **fichas de análisis de contenido**, se vio conveniente el uso de cuatro fichas por la cantidad de información relevante para el estudio, pero las referencias corresponden solo a tres artículos científicos.

Tabla 52

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1 (pág. 1)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°3
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 2: Ambientación
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Store layout and design		Referencia Bibliográfica
Autor Ignou	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/axX28r
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2020	
 <p>MUSICA CLÁSICA</p> <p>Fuente: https://acortar.link/FgNue7</p>	 <p>MUSICA ELECTRÓNICA</p> <p>Fuente: https://acortar.link/5wKIta</p>	Además de la vista, el oído tiene un mayor efecto sobre los sentidos de los usuarios del espacio comercial.
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
ESTRATEGIA ARQUITECTÓNICA PARA LOGRAR EL CONFORT AUDITIVO	Aporte a la investigación	
El uso de hilo musical en las tiendas minoristas se ha utilizado durante generaciones. Un fondo musical creará un ambiente más relajante y animará a los clientes a permanecer más tiempo en el espacio comercial. Por ejemplo, una tienda de ropa para hombres que vende ropa para adultos reproducirá música clásica, que es relajante y anima a los clientes a comprar más tiempo y seleccionar productos más caros. Pero, la misma música no será consistente en una tienda de moda que vende ropa deportiva a los más jóvenes.	Los autores del presente artículo hacen referencia al uso de los distintos géneros musicales como herramienta para incitar a los consumidores a comprar, además, para disminuir los ruidos ambientales. Se observa que la elección de melodías depende directamente del rubro comercial del establecimiento y del tipo de usuario.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 53

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°3.1
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 2: Ambientación
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Store layout and design	Referencia Bibliográfica
Autor	Ignou	Tipo de documento
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año
		Artículo científico
		Estados Unidos - 2020
		https://acortar.link/axX28r
		
Árbol de limón provoca una sensación de pulcritud y frescor. Fuente: https://acortar.link/XNYtPC	El olor del Pino suscita confort y relajación. Fuente: https://acortar.link/A2wgfQ	El olor de la canela favorece la actividad neuronal, y acaba con el cansancio. Fuente: https://acortar.link/WergSF
	El aroma de la flor de lavanda reduce la ansiedad y sube el ánimo. Fuente: https://acortar.link/USjqOC	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
ESTRATEGIA ARQUITECTÓNICA PARA LOGRAR EL CONFORT OLFATIVO	Aporte a la investigación	
El diseño efectivo de una tienda es aquel que apela a la vista, el oído, el olfato y el tacto. El olfato también tiene efecto sobre los sentidos del comprador, este sentido está más relacionado con la memoria y las emociones. Por lo tanto, los diseñadores de espacios comerciales lo utilizan para provocar en los clientes el "estado de ánimo" adecuado. Por ejemplo, en una empresa de Walt-Disney en EE. UU. se utiliza el olor de galletas recién horneadas para relajar a los clientes y proporcionarles una sensación de calidez. El confort olfativo se puede lograr a través de tres maneras: la reducción de olores desagradables, la ventilación de olores desagradables y la inserción de olores agradables.	Los autores del presente artículo hacen referencia al uso de especies vegetales aromáticas (limón, pino, canela, lavanda) como herramienta para controlar olores molestos o simplemente para lograr el confort olfativo dentro o fuera de los establecimientos, además, se enumeran algunas especies vegetales especificando que tipo de sensación produce cada aroma.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 54

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°4
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 2: Ambientación
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento		Shop Front & Commercial Frontage		Referencia Bibliográfica
Autor	Abertawe, Dinas a Sir	Tipo de documento	Artículo científico	https://acortar.link/SSULph
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Gales - 2017	
 <p style="text-align: center;">1</p> <p>Mercado Tirso de Molina Fuente: https://acortar.link/N2Os19</p>		<p>La iluminación debe considerarse como parte del diseño general y no como una adición posterior. (1) La iluminación sutil añade vitalidad a la escena nocturna de la calle, sin embargo, la iluminación mal pensada y diseñada puede producir lo contrario, se debe evitar la iluminación excesiva, ya que puede alterar el equilibrio de la luz al entrar, y producir un conflicto con alumbrado público, evitar los letreros luminosos de caja, son llamativos, pero no elegantes. Por lo general, las luces intermitentes, parpadeantes, las pantallas en movimiento, o iluminación dominante que crea centros de luz y áreas de sombra, no se considerarán aceptables.</p>		 <p style="text-align: center;">2</p> <p>Mercado de Navidad de Vitoria-Gasteiz Fuente: https://acortar.link/nBzel9</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
ILUMINACIÓN DE LAS FACHADAS		Aporte a la investigación		
<p>(1) La iluminación de escaparates contribuye a un entorno nocturno seguro. Se debe integrar la iluminación discreta para resaltar las características arquitectónicas del edificio.</p>		<p>(2) Iluminación externa: idealmente, las fuentes de luz deben estar ocultas y dirigidas cuidadosamente hacia la fachada, evitando el deslumbramiento. Los tipos de lámparas adecuadas podrían incluir focos de tungsteno, lámparas de tungsteno de bajo voltaje y focos LED, brazos metálicos con cuello de cisne y tubos fluorescentes ocultos.</p>		
<p>(2) Iluminación externa: idealmente, las fuentes de luz deben estar ocultas y dirigidas cuidadosamente hacia la fachada, evitando el deslumbramiento. Los tipos de lámparas adecuadas podrían incluir focos de tungsteno, lámparas de tungsteno de bajo voltaje y focos LED, brazos metálicos con cuello de cisne y tubos fluorescentes ocultos.</p>		<p>Los autores del presente artículo hacen referencia al tipo de iluminación que debe proyectarse para las partes exteriores de las edificaciones comerciales. En este sentido, debe evitarse la iluminación recargada, parpadeante o en movimiento, el autor recomienda que la iluminación sea discreta, sutil y pareja pues no debe crear centros de luz con áreas de sombra, ya que esto promueve la percepción de inseguridad de la calle, es así que propone el uso de focos de tungsteno, lámparas de tungsteno de bajo voltaje y focos LED, brazos metálicos con cuello de cisne y tubos fluorescentes ocultos.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 55

Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 2 del OE1

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO				FAC N°5			
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 2: Ambientación			
Objetivo específico 1:							
Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.							
Nombre del Documento		Recommended Lighting Levels in Buildings			Referencia Bibliográfica		
Autor		Archtoolbox		Tipo de documento		Artículo científico	
Palabras claves		Lighting, architecture, design		País - Año		EE.UU. - 2021	
						https://acortar.link/RvRoSJ	
TIPO DE HABITACIÓN	NIVEL DE LUZ (PIE VELAS)	NIVEL DE LUZ (LUX)	DENSIDAD DE POTENCIA DE ILUMINACIÓN IECC 2021 (WATTS POR SF)	TIPO DE HABITACIÓN	NIVEL DE LUZ (PIE VELAS)	NIVEL DE LUZ (LUX)	DENSIDAD DE POTENCIA DE ILUMINACIÓN 2021 (WATTS POR SF)
Cafetería - Comer	20-30 FC	200-300 lux	0.40	Laboratorio (Profesional)	75-120 FC	750-1200 lux	1.33
Aula - General	30-50 FC	300-500 lux	0.71	Biblioteca - Pilas	20-50 FC	200-500 lux	1.18
Sala de conferencias	30-50 FC	300-500 lux	0.97	Biblioteca - Leer / Estudiar	30-50 FC	300-500 lux	0.96
Corredor - General	5-10 CF	50-100 lux	0.41	Muelle de carga	10-30 FC	100-300 lux	0.88
Corredor - Hospital	5-10 CF	50-100 lux	0.71	Vestibulo - Oficina/General	20-30 FC	200-300 lux	0.84
Dormitorio - Vivienda	20-30 FC	200-300 lux	0.50	Vestuario	10-30 FC	100-300 lux	0.52
Espacio de exhibición (museo)	30-50 FC	300-500 lux	0.31	Salón / Sala de descanso	10-30 FC	100-300 lux	0.59
Gimnasio - Ejercicio / Entrenamiento	20-30 FC	200-300 lux	0.90	Sala Mecánica / Eléctrica	20-50 FC	200-500 lux	0.43
Gimnasio - Deportes / Juegos	30-50 FC	300-500 lux	0.85	Oficina - Abierta	30-50 FC	300-500 lux	0.61
Cocina / Preparación de alimentos	30-75 FC	300-750 lux	1.09	Oficina - Privada / Cerrada	30-50 FC	300-500 lux	0.74
Laboratorio (Aula)	50-75 FC	500-750 lux	1.11	Estacionamiento - Interior	5-10 CF	50-100 lux	0.15
				Baño / Inodoro	10-30 FC	100-300 lux	0.63
				Ventas al por menor	20-50 FC	200-500 lux	1.05
				Escalera	5-10 CF	50-100 lux	0.49
				Trastero - General	5-20 FC	50-200 lux	0.38
				Taller	30-75 FC	300-750 lux	1.26
Fuente: https://acortar.link/RvRoSJ				Fuente: https://acortar.link/RvRoSJ			
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado							
ILUMINACIÓN				Aporte a la investigación			
Proporciona los niveles de luz recomendados del Manual de iluminación de Illuminating Engineering Society of North America (IESNA) y los niveles de densidad de potencia de iluminación por espacio para el año 2021.				Los autores del presente artículo hacen referencia a los niveles de luz recomendados según el tipo de espacio, por ejemplo para zonas de venta de comida, cocinas de 200-300lux, para zona de juegos de 300-500lux, corredores 50-100lux y zonas para ventas al por menor 200-500lux.			

Nota. Datos de elaboración propia.

En conformidad al proceso de revisión de artículos científicos que se realizó, acorde a la primera subcategoría, e **indicador 2: ambientación**, se utiliza el sonido de la música como herramienta para influir en la decisión de compra, y a la par, para disminuir los ruidos ambientales, la elección del género y melodías obedece al tipo de mercadería y tipo de consumidor, por otro lado, se adopta el uso de especies vegetales con aroma a modo de barreras como herramienta para controlar olores molestos o simplemente para lograr una comodidad olfativa dentro o fuera de los establecimientos, además, se enumeran algunas especies vegetales especificando que tipo de sensación produce el aroma de cada una, (limón: frescor, pino: relajación, canela: reduce el cansancio, lavanda: sube el ánimo); finalmente, se identifican los niveles de luz para espacios tales como corredores (50-100lux), zonas de venta de comida y cocinas (200-300lux), zona de juegos (300-500lux), y especialmente zonas para ventas al por menor (200-500lux); por tanto, se exhorta al uso de focos de tungsteno, lámparas de tungsteno de bajo voltaje, focos LED, brazos metálicos con cuello de cisne y tubos fluorescentes ocultos, las luminarias que conviene manejarse para las partes exteriores de las edificaciones comerciales, no debe ser recargada, parpadeante o en movimiento, se recomienda que sea oculta, tenue y pareja, no generar áreas de sombra, ya que esto suscita al aumento de la inseguridad.

En síntesis, se puede lograr el confort auditivo a través de la implementación de sonidos o música de distintos géneros, y el olfativo por medio de la proyección de vegetación aromática a modo de barrera; así mismo, conviene iluminar los espacios interiores con luz cenital o natural y los exteriores con luces tenues capaces de resaltar la arquitectura de la edificación y los productos que sean exhibidos en las fachadas, estos deben alcanzar los niveles de luz recomendados, sin provocar núcleos de deslumbramiento o sombra, tampoco competir con el alumbrado público.

Discusión por indicador: ambientación

A continuación, se procede con la comparación de resultados derivados tanto de las guías de entrevista como de la revisión de artículos, en torno al **indicador 2: ambientación**, de acuerdo a los expertos, en cuanto a sonidos y aromas, en caso se perciba ruidos y malos olores, es importante identificar las

fuentes de origen y los puntos donde el problema es mayor, para la posterior ejecución de estrategias arquitectónicas, tales como: uso de música, uso de retiros, barreras vegetales aromáticas o la aplicación de materiales porosos en paredes y la ventilación natural; respecto a la temperatura dentro de una edificación comercial, debe ser como mínimo 15°C, en un clima frío deben implementarse técnicas para la ganancia de calor, como el uso de invernaderos, orientación en base al asoleamiento y vientos o el uso de materiales como el tapial y el adobe, por otro lado, para zonas de circulación se recomienda 450 luxes, de preferencia incorporar la iluminación natural; asimismo, se deben ubicar los espacios de limpieza en la zona de servicio o de carga y descarga con un ingreso separado, este lugar debe ser accesible, ventilado y en lo posible ubicarse en la zona menos propicia para otros ambientes; en este aspecto, en relación al análisis documental, se han observado algunos criterios similares a los ya mencionados, por ejemplo, el hecho de utilizar especies vegetales a modo de barreras como herramienta para controlar malos olores o simplemente para el confort olfativo dentro o fuera de los establecimientos. Sin embargo, la documentación revisada difiere en cuanto al nivel de luz recomendado para zonas de circulación, en este caso, se establece un nivel de 50-100lux, además, los autores de la documentación analizada, establecen alcances adicionales en comparación de las opiniones de los especialistas, por ejemplo, en cuanto al uso de la música como herramienta para influir en la decisión de compra y respecto a la iluminación, se recomienda específicamente el uso de focos o lámparas de tungsteno de bajo voltaje, focos LED, brazos metálicos con cuello de cisne y tubos fluorescentes.

En seguida, se exponen las guías de entrevista en relación al **indicador 3: diseño interior**, al que pertenece solo una pregunta.

Tabla 55

Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 1

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 3	Diseño interior
Sub-categoría 1	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)	Sub-indicadores	Función
			Forma
PREGUNTA 7			
Respecto al diseño interior del establecimiento comercial ¿Cuál de estos dos criterios: función o forma considera más relevante para diseñar espacios comerciales? ¿Por qué?			

RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
Ambos criterios son importantes de acuerdo al concepto	Siempre es importante un equilibrio de ambos en cualquier tipo de proyecto. En retail aproximadamente es un 65% función y un 35% forma, este último porcentaje ha aumentado considerablemente con los años, las tendencias del retail van hacia el retailtainment donde claramente la experiencia del cliente gana protagonismo.	Función. Es muy importante que un espacio comercial considere las necesidades de los vendedores, de lo contrario se creará desorden y los usuarios ya no tendrán una buena experiencia de compra.
INTERPRETACIÓN		
El arquitecto menciona que tanto la función, distribución interior y forma de un equipamiento comercial son criterios relevantes a considerar.	El arquitecto ubica en primer lugar a la función con un 65% pues está de moda la tendencia de combinar actividades comerciales minoristas con actividades de entretenimiento donde la experiencia de los usuarios influye en su decisión de visita al lugar y compra; por otro lado, en segundo lugar ubica a la forma de los espacios comerciales con un 35%, sin embargo, menciona el crecimiento constante que está teniendo su priorización en los últimos años.	La arquitecta menciona que la función es más importante que la forma al momento de conceptualizar un proyecto arquitectónico comercial pues del diseño y distribución interior depende la experiencia de los usuarios así como del hecho de proponer espacios en base a sus necesidades.
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC2 y EAC3 coinciden en que la función es el factor más relevante para el diseño de una edificación comercial, pues de su desarrollo depende el programa arquitectónico con los ambientes establecido de acuerdo a las necesidades de cada usuario, así mismo porque cumplir la función es el primer objetivo del diseño arquitectónico. Por otro lado, el EAC1 difiere, y menciona que ambos criterios, es decir, tanto forma como función son importantes y se complementan.</p> <p>En síntesis, tanto la forma como la función son criterios importantes a contemplar durante el proceso de diseño de un equipamiento comercial, sin embargo, la función va ganando mayor peso pues el éxito de proyectos comerciales actualmente depende de la calidad y tipos de espacios que se ofrecen, las características espaciales, distribución, recorridos, integración al entorno, espacios para el entretenimiento y sociabilización que complementen la actividad de compra, mejoran la experiencia del usuario y aumenta su interés por volver.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

De acuerdo, al análisis de las contestaciones de los expertos en diseño comercial, en relación **al indicador 3: diseño interior**, tanto la forma como la función son aspectos a deliberar durante el proceso de diseño interior de un establecimiento comercial, esto quiere decir que, ambos son de relevancia, pues todo proyecto es conceptualizado para cumplir una función que al final va satisfacer una necesidad, pero a la vez debe ser atractivo para su aceptación visual. La priorización de la función ante la forma, por ejemplo implica un proceso de diseño basado netamente en los aspectos tanto cualitativos como cuantitativos de los ambientes del programa arquitectónico, la zonificación, flujos, circulaciones, y el resultado final sería tal cual la forma, lo contrario ocurriría si la función siguiera a la forma, pues se plantearía primero un patrón formal y a este se incorporaría o adaptaría todos los aspectos antes mencionados de la función, sin embargo, para

espacios comerciales es más importante priorizar la función, pues al presente el éxito de este tipo de equipamientos proviene de su calidad y diversidad espacial, espacios que complementen la actividad comercial, optimizan la experiencia de compra de las personas, aumentan el interés y la frecuencia de uso del sitio.

Así mismo, se muestran las fichas de análisis de contenido del presente **indicador 3: diseño interior**, por la importancia de la información encontrada se desarrollaron en total nueve fichas, pero fueron cinco los documentos consultados para este caso.

Tabla 57

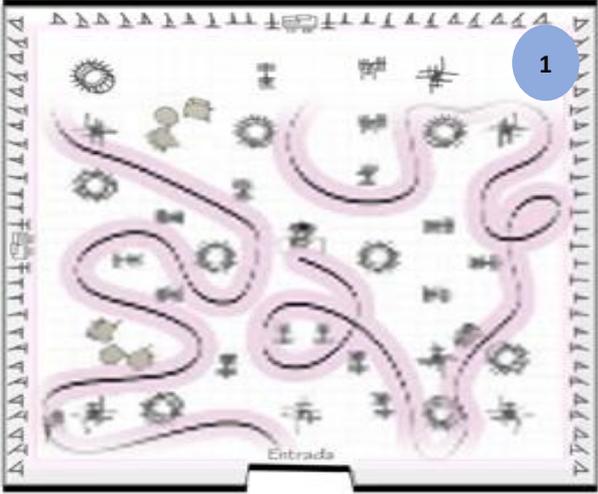
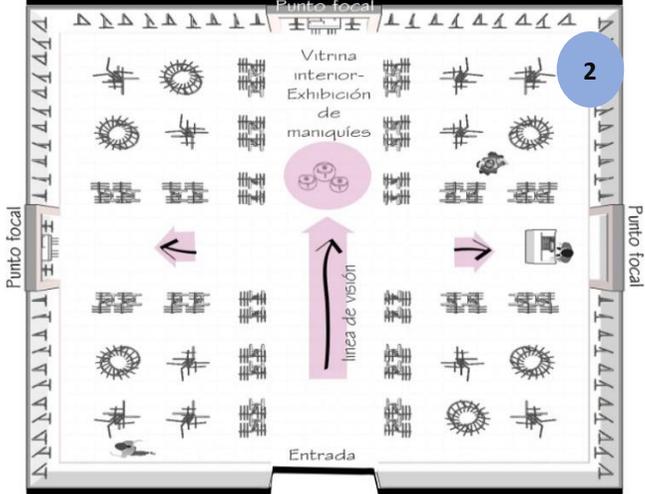
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 1)

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°6				
<p>Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.</p>						
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior				
<p>Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.</p>						
Nombre del Documento	Store layout and design	Referencia Bibliográfica				
Autor	Ignou	Artículo científico				
Palabras claves	retail market, exterior design	Estados Unidos - 2020				
<p>Tipos de espacios requeridos:</p> <p>1) Locales comerciales con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espacio para mercadería en el piso: Área de venta principal donde se encuentra la mercadería pantalla, se requiere de góndolas u otro mobiliario. - Espacio para mercadería en la pared: Demanda el uso de accesorios como cascadas, sistema de suspensión para exhibir prendas, estantes de vidrio para guardas mercadería, en las paredes también se exhiben carteles. - Trastienda: Es el área utilizada para la recepción de mercancías. Los grandes almacenes tenían hasta un 50% del espacio comercial asignado a la trastienda, lo que se ha reducido a un 20%. Las tiendas más pequeñas han ido reduciendo también este espacio al 10%, 5% o menos del espacio comercial. <p>2) Pasillos, áreas de servicio y otras áreas no comerciales: Se debe prever un pasillo principal, este puede desarrollarse con sub-pasillos que dirijan a diferentes secciones y departamentos. El pasillo principal tiene que ser lo suficientemente ancho para el flujo de los usuarios durante las horas pico. En las tiendas grandes, el pasillo principal tiene un ancho de 4.50m. Los pasillos ocupan hasta el 15% del área total de venta al por menor.</p> <p>3) Oficina y otras áreas funcionales: Se deben prever oficinas y otros espacios funcionales, tales como cabina del gerente, oficina para asistentes y personal, sala de capacitación, sala de descanso para los asociados de ventas, comedor para el personal con autoservicio, dispensador de té/café/bebidas frías, instalaciones de baño para clientes y empleados, estos espacios están ubicados en el entrepiso, en la parte trasera o en las esquinas.</p>						
<p>Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN INTERIOR</th> <th>Aporte a la investigación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>El diseño de un espacio comercial debe ser de lo más acogedor. El espacio debe proporcionar organización, claridad y armonía entre los materiales y función de la edificación, se tiene que evidenciar las diferentes secciones según categorías. Esto hace la experiencia de compra de los consumidores divertida, fluida y efectiva. Por ejemplo, los siropes de chocolate estarán cerca de las secciones de helados y pasteles. En el caso de Mercados tradicionales se deben organizar los puestos en base a tres zonas: la zona húmeda, semi húmeda, seca.</p> </td> <td> <p>Los autores del presente artículo hacen referencia sobre los tipos de espacios que deben considerarse dentro de un equipamiento comercial, enumerando en primer lugar, a los locales comerciales, estos están conformados por espacio para mercadería en piso, pared y la trastienda, en segundo lugar, menciona a los pasillos, áreas de servicio y otras áreas no comerciales; finalmente, identifica los espacios para oficinas y otras áreas como sala de descanso, comedor, servicios higiénicos para el personal, entre otros ambientes que aporten al funcionamiento de la edificación. Por otro lado, se hace referencia a la distribución interior de puestos por secciones o categorías de productos reconociendo tres zonas: la zona húmeda, semi húmeda, seca.</p> </td> </tr> </tbody> </table>			DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN INTERIOR	Aporte a la investigación	<p>El diseño de un espacio comercial debe ser de lo más acogedor. El espacio debe proporcionar organización, claridad y armonía entre los materiales y función de la edificación, se tiene que evidenciar las diferentes secciones según categorías. Esto hace la experiencia de compra de los consumidores divertida, fluida y efectiva. Por ejemplo, los siropes de chocolate estarán cerca de las secciones de helados y pasteles. En el caso de Mercados tradicionales se deben organizar los puestos en base a tres zonas: la zona húmeda, semi húmeda, seca.</p>	<p>Los autores del presente artículo hacen referencia sobre los tipos de espacios que deben considerarse dentro de un equipamiento comercial, enumerando en primer lugar, a los locales comerciales, estos están conformados por espacio para mercadería en piso, pared y la trastienda, en segundo lugar, menciona a los pasillos, áreas de servicio y otras áreas no comerciales; finalmente, identifica los espacios para oficinas y otras áreas como sala de descanso, comedor, servicios higiénicos para el personal, entre otros ambientes que aporten al funcionamiento de la edificación. Por otro lado, se hace referencia a la distribución interior de puestos por secciones o categorías de productos reconociendo tres zonas: la zona húmeda, semi húmeda, seca.</p>
DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN INTERIOR	Aporte a la investigación					
<p>El diseño de un espacio comercial debe ser de lo más acogedor. El espacio debe proporcionar organización, claridad y armonía entre los materiales y función de la edificación, se tiene que evidenciar las diferentes secciones según categorías. Esto hace la experiencia de compra de los consumidores divertida, fluida y efectiva. Por ejemplo, los siropes de chocolate estarán cerca de las secciones de helados y pasteles. En el caso de Mercados tradicionales se deben organizar los puestos en base a tres zonas: la zona húmeda, semi húmeda, seca.</p>	<p>Los autores del presente artículo hacen referencia sobre los tipos de espacios que deben considerarse dentro de un equipamiento comercial, enumerando en primer lugar, a los locales comerciales, estos están conformados por espacio para mercadería en piso, pared y la trastienda, en segundo lugar, menciona a los pasillos, áreas de servicio y otras áreas no comerciales; finalmente, identifica los espacios para oficinas y otras áreas como sala de descanso, comedor, servicios higiénicos para el personal, entre otros ambientes que aporten al funcionamiento de la edificación. Por otro lado, se hace referencia a la distribución interior de puestos por secciones o categorías de productos reconociendo tres zonas: la zona húmeda, semi húmeda, seca.</p>					

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 58

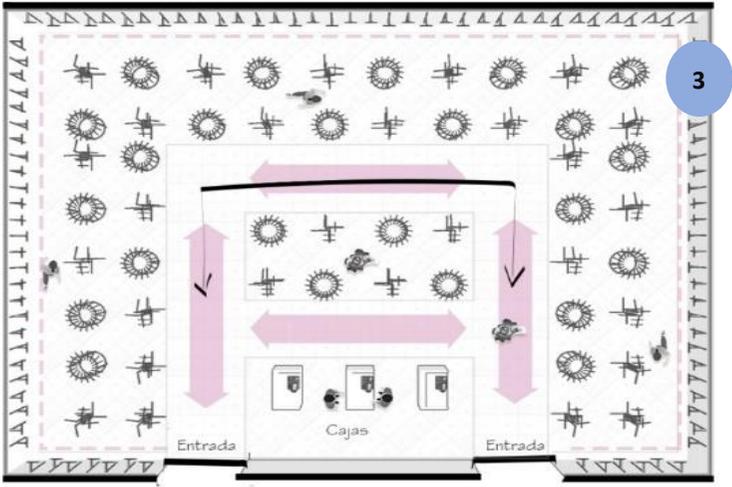
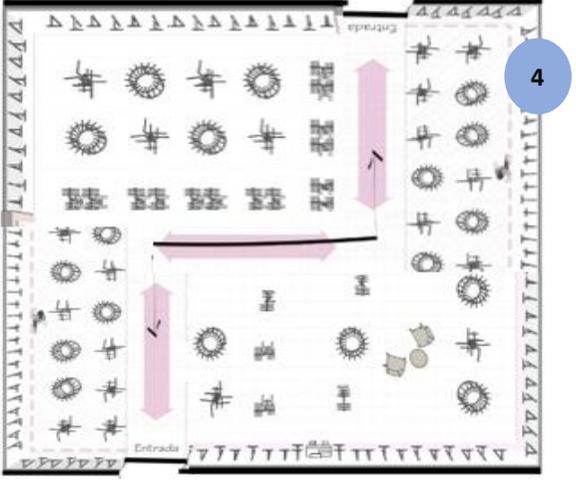
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°6.1
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Store layout and design	
Autor	Ignou	Referencia Bibliográfica
Palabras claves	retail market, exterior design	https://acortar.link/axX28r
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Estados Unidos - 2020	
 <p style="text-align: right; font-size: 24px; color: blue; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; display: inline-block; margin-right: 5px;">1</p>	 <p style="text-align: right; font-size: 24px; color: blue; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; display: inline-block; margin-right: 5px;">2</p>	<p>Hay cuatro tipos básicos de diseño en base a la circulación:</p> <p>1) Flujo libre: lo utilizan las tiendas pequeñas que venden una sola categoría de producto. En este tipo de diseño, los accesorios y la mercancía se agrupan de manera libre, funciona para un área de hasta 460m2.</p> <p>2) Cuadrícula: común en supermercados, farmacias y tiendas de conveniencia. En este diseño, los accesorios y los mostradores se colocan en largas filas. Los clientes se mueven a través de una fila de mostradores y entran en otra desde el punto adyacente. El cliente se ve obligado a ir por todo el espacio en busca de elementos específicos.</p>
Imágenes de: https://acortar.link/WrGgIL		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
CIRCULACIÓN EN ESPACIOS COMERCIALES	Aporte a la investigación	
La circulación en un establecimiento comercial se diseña según el tipo de productos en venta, una circulación bien definida ayuda a garantizar que los clientes se trasladen de una sección a otra de manera eficiente. Los clientes deben estar expuestos al máximo número de categorías de productos y departamentos durante su recorrido.	Los autores del presente artículo hacen referencia al tipo de distribución interior de las tiendas o locales comerciales, en este caso se describen el tipo de flujo libre que no tiene una organización específica, y el tipo cuadrícula, donde la distribución de los estantes se da en largas filas, por lo general se aprecian ejes.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 59

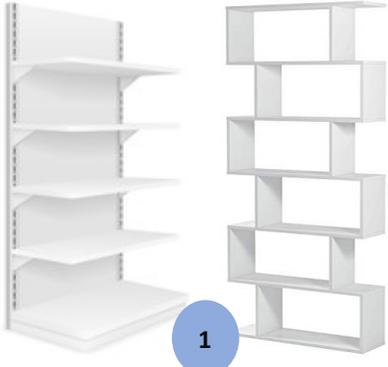
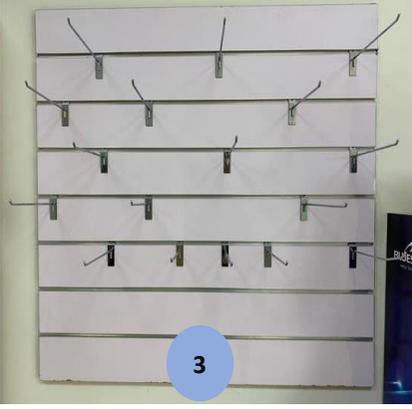
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 3)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°6.2
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Store layout and design		Referencia Bibliográfica
Autor Ignou	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/axX28r
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2020	
		<p>3) Bucle: lo usan las tiendas departamentales. Cubre todo el perímetro de la tienda. Comienza desde la puerta principal o entrada, que es el pasillo principal, luego recorre todo el perímetro interno de la tienda, y termina en la parte delantera de la tienda. Esta distribución expone a los clientes a la mayor cantidad posible de mercancías, el ancho del pasillo debe permitir la apreciación de mercancía a ambos extremos y el flujo de clientes, con el fin de impulsar las compras cruzadas.</p> <p>4) La columna vertebral: combina el diseño de flujo libre, el diseño de cuadrícula y el diseño de bucle de cierta manera. En este diseño hay un solo pasillo que lleva a los clientes desde la entrada principal hasta la parte trasera de la tienda y es el mismo pasillo el que trae de vuelta a los clientes al frente. Es utilizado por tiendas de tamaño mediano, desde 185m².</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
CIRCULACIÓN EN ESPACIOS COMERCIALES	Aporte a la investigación	
La circulación en un establecimiento comercial se diseña según el tipo de productos en venta, una circulación bien definida ayuda a garantizar que los clientes se trasladen de una sección a otra de manera eficiente.	Los autores del presente artículo hacen referencia al tipo de distribución interior de las tiendas o locales comerciales, en este caso se describen el tipo bucle, la circulación se da por el perímetro y al contorno de un espacio central, y el tipo columna vertebral, este es una combinación de todos los tipos de distribución ya mencionados.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 62

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 4)

		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°6.3
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento Store layout and design		Referencia Bibliográfica		
Autor Ignou	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/axX28r		
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2020			
 <p>Fuente: https://acortar.link/Xoggbm</p>	 <p>Fuente: https://acortar.link/2E011K</p>	 <p>Fuente: https://acortar.link/mrE6Qi</p>	 <p>Fuente: https://acortar.link/xP5Z1t</p>	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
TIPOS DE ACCESORIOS Y MOBILIARIO PARA EXPOSICIÓN DE MERCADERÍA		Aporte a la investigación		
Existe variedad de accesorios para la exhibición de mercaderías: 1) Estanterías: flexibles, fáciles de mantener 2) Accesorios para colgar: se utiliza principalmente en prendas para colgar prendas en bastidores redondos, cuatro vías, barras instaladas en góndolas o en sistemas de pared. 3) Accesorios de fijación: varillas pequeñas insertadas en góndolas o sistemas de pared, puede ser de labor intensiva para exhibir/mantener, pero da una apariencia limpia/ordenada. 4) Accesorios plegables: para artículos de línea blanda, se puede plegar y apilar en estantes o mesas - crea una imagen de alta moda.		El autor del presente artículo hace referencia a los tipos de accesorios y mobiliario para exposición de productos en las tiendas, identifica de esta manera a las estanterías, y a diversos tipos de accesorios, que se diferencian por el tipo de mecanismo y ubicación, por ejemplo se menciona a los accesorios para colgar, a los de fijación y por último a los plegables.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 61

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°7
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	International flagship stores: An exploration of store atmospherics and their influence on purchase behaviour	Referencia Bibliográfica
Autor	Blazquez, Marta; Boardman, Rosy; Xu, Luyu	https://acortar.link/778Gpg
Palabras claves	retail market, exterior design	Inglaterra - 2019
		
Fuente: https://acortar.link/wbcFaf	Fuente: https://acortar.link/4g15yh	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
SEÑALES ATMOSFÉRICAS QUE INFLUYEN EN LA FUNCIÓN DEL ESPACIO COMERCIAL	Aporte a la investigación	
Existen un grupo de señales atmosféricas relacionadas con el diseño de los espacios comerciales, que influyen en los usuarios. Dentro de las principales que influenciaron de manera positiva a ciertos usuarios tenemos: el mobiliario para decorar y exhibir los productos (1), así mismo, los sofás y áreas de descanso (2). Los muebles y la forma en que se colocaron dentro de un espacio comercial juegan un papel importante en el diseño y en la experiencia de compra. Las áreas de descanso son importantes porque permiten a los consumidores relajarse y seguir comprando después de una pausa, también permiten que los amigos o familiares tengan la capacidad de descansar mientras los otros navegan.	Los autores del presente artículo hacen referencia al grupo de señales atmosféricas de un espacio comercial, esto es nada más que los elementos del establecimiento que influyen de manera positiva en la experiencia de compra de los usuarios, se identificaron los siguientes: el mobiliario para decorar y exhibir los productos y el mobiliario para el descanso o estancia como los sofás, así como la distribución y forma de cada uno de ellos.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 62

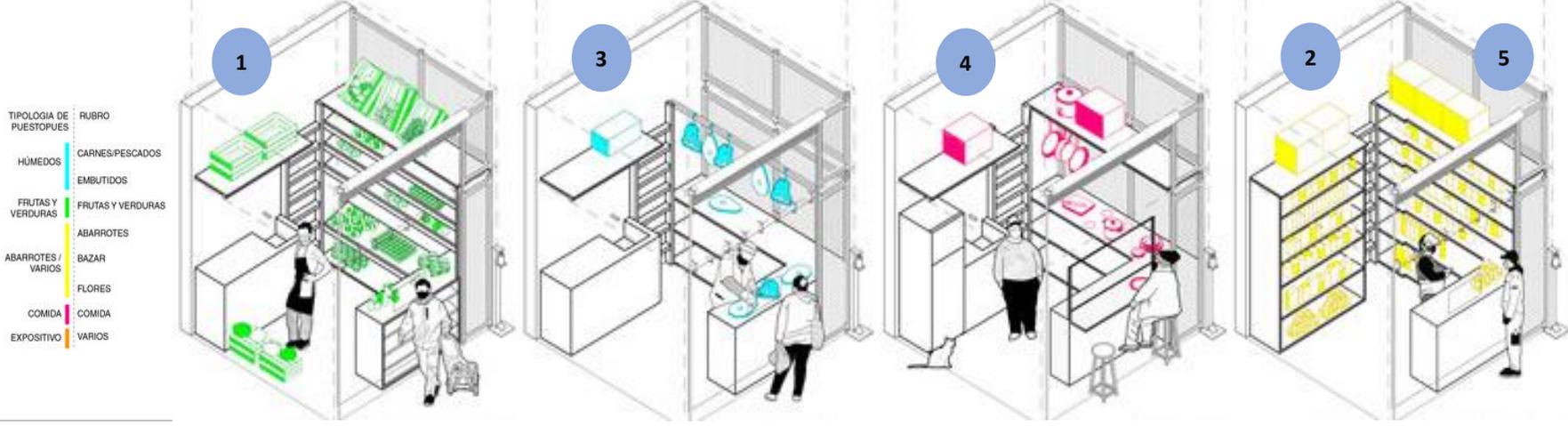
Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°8
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Cambridge Market Square Concept Design	Referencia Bibliográfica
Autor	NEUBAU Market Stall Architecture	Tipo de documento
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año
		Artículo científico
		Inglaterra - 2021
		https://acortar.link/C1TkWZ
 <p style="text-align: center;">1</p>	 <p style="text-align: center;">2</p>	Es necesario incluir un grado de flexibilidad en los espacios para implementar distintos usos. Se deben identificar los usos potenciales, para luego, definir tanto los usos cotidianos como los no frecuentes. Usos potenciales: Usos de las artes y la tecnología. * Proyecciones de luz * Eventos de artes (pintura) * Naturaleza Oculta Usos de entretenimiento de temporada * Noches de cine/festival de cine * Eventos de temporada * Luces de Navidad * Eventos deportivos * Días de diversión familiar * Música en vivo/Conciertos Usos del titular del puesto de mercado * Mercados nocturnos o temáticos * Talleres/ferias
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
IDENTIFICACIÓN DE USOS COTIDIANOS Y USOS POTENCIALES		Aporte a la investigación
Usos cotidianos a pequeña escala: se dan en cualquier momento del día: Áreas para sentarse y comer, pequeños eventos espontáneos (2). Usos que necesitan un área dedicada, se dan durante el día o la noche: Conferencias/eventos académicos, eventos del día de diversión familiar, eventos artísticos y proyecciones de luz interactivas Usos a gran escala: se necesita un área abierta grande para su uso después de las 6pm (1) El área de los puestos de mercado temporales sería despejada para crear un espacio de eventos: Gran cine al aire libre, eventos escenificados como conciertos, música en vivo, eventos deportivos		Los autores del presente artículo hacen referencia a la necesidad de identificar los usos cotidianos y potenciales para proponer el programa arquitectónicos del establecimiento.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 63

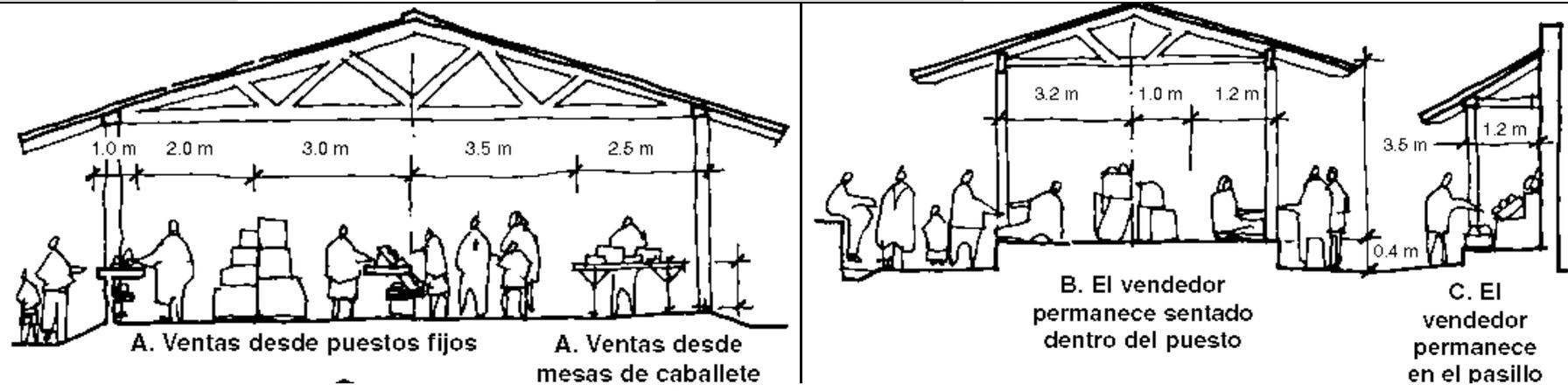
Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 1)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°9
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Planning and designing RURAL MARKETS	Referencia Bibliográfica
Autor	Tracey, John	Tipo de documento
Palabras claves	stalls markets sections	Artículo científico
	País - Año	Roma - 2003
		https://acortar.link/qGfS8V
		
Fuente: https://acortar.link/EHHxNX		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: SECCIONES DE UN MERCADO		
Las diferentes secciones de un mercado se pueden configurar de la siguiente manera:	<ol style="list-style-type: none"> 1) zonas comerciales al por menor de frutas y hortalizas frescas. 2) venta de carnes, pescados, aves y huevos. 3) venta de abarrotes, cereales y especias. 4) venta de alimentos cocinados. 	<ol style="list-style-type: none"> 5) otras ventas no alimentarias, como ropa y artículos para el hogar. 6) áreas de circulación general (interna y externa) 7) otros usos, como almacenamiento, administración, estacionamiento y baños públicos. En la mayoría de los mercados rurales, el área de estacionamiento para las bicicletas, motocicletas y animales son una prioridad mayor que el estacionamiento para automóviles privados.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 64

Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°9.1
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Planning and designing RURAL MARKETS	
Autor	Tracey, John	Tipo de documento
Palabras claves	stalls markets sections	Artículo científico Roma - 2003 Referencia Bibliográfica https://acortar.link/qGfS8V
		
Fuente: https://acortar.link/qGfS8V		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
DISEÑO DE PUESTOS DE MERCADO	Aporte a la investigación	
El diseño de los puestos de mercado dependerá de si los locales son cerrados o abiertos y qué método es habitual para la venta de productos. Una forma de entender esto es mirar la disposición y el espacio necesario como una sección transversal. Hay tres formas en que los vendedores pueden usar sus espacios de venta: A: El comerciante se para detrás de un puesto fijo o mesa de caballetes. Los productos se pueden almacenar y exhibir tanto bajo el puesto y detrás del comerciante. B: El comerciante se sienta en el puesto y atiende al cliente extendiendo el brazo sobre el producto. C: El comerciante se para en el pasillo y atiende al cliente desde mercaderías expuestas detrás. Estas disposiciones se pueden aplicar a puestos fijos abiertos o con cerradura. El ancho mínimo de un puesto debe ser 1,5-1,8 metros.	Los autores del presente artículo hacen referencia al diseño de los puestos de venta en un mercado, es así que mencionan tres tipologías en base a la ubicación de los productos y del vendedor. En primer lugar, el puesto donde el comerciante se ubica entre dos exhibidores de productos, la segunda, es el puesto donde el vendedor atiende sentado y sus productos se exhiben delante en el piso y detrás de él, finalmente, el puesto donde el negociante se ubica parado delante de sus mercancías y vende.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 65

Ficha n°5 de análisis de contenido del indicador 3 del OE1

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°10
Título de investigación:		
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 3: Diseño interior
Objetivo específico 1:		
Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Rediseño arquitectónico del Mercado Central de la ciudad Machala, Provincia de El oro.	Referencia Bibliográfica
Autor	Molina, Pamela	Tipo de documento Tesis
Palabras claves	stalls markets sections	País - Año Ecuador - 2018
https://acortar.link/T1PHVH		
		
Fuente: https://acortar.link/T1PHVH		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
SECTORIZACIÓN DE ÁREAS DEL MERCADO	Aporte a la investigación	
Tipos de puesto según la zona: Zona húmeda: Carnicería, pollería, mariscos, marranerías, lácteos, embutidos, comidas, comedores, refresquerías, venta de huevo. Zona semi húmeda: Frutas, verduras, hortalizas, flores. Zona seca: Tiendas de ropa y zapatos	La autora del trabajo de investigación hace referencia a la sectorización de áreas de un mercado, estas se clasifican según zonas, zonas que se diferencian por la necesidad del recurso agua para la manipulación o mantenimiento de algunos productos, en primer lugar, la zona húmeda, conformada por los puestos de venta de carnes, aves, mariscos, cerdo y lácteos; en segundo lugar, la zona semi húmeda, que alberga a los puestos de venta de frutas, verduras, hortalizas y flores, por último, la zona seca, que comprende los puestos donde se venden ropa o zapatos.	

Nota. Datos de elaboración propia.

A continuación, sobre el **indicador 3: diseño interior**, se presenta como resultado del análisis de la bibliografía desplegada, que existe una dependencia directa de los espacios que se proponen en el programa arquitectónico con el correcto funcionamiento de una edificación comercial, por tal motivo, se debe realizar un análisis previo para identificar los usos tradicionales y potenciales de la población para establecer una propuesta que beneficie y sirva tanto a comerciantes como consumidores.

Específicamente se reconocieron ciertas zonas para un equipamiento comercial, estas son las zonas de venta, pasillos, áreas de servicio y otras áreas funcionales como almacenamiento, administración, estacionamiento y baños públicos. Es importante que las unidades de venta se sitúen en base a la categoría de los productos ofrecidos, es decir según secciones: la zona semi húmeda con tiene la sección de venta de frutas, hortalizas y la sección de venta de hierbas; la zona húmeda, a la sección de venta de carnes, aves, pescados, embutidos, productos lácteos y alimentos cocinados; y la zona seca, a la sección de venta de abarrotos, cereales, especias y productos no alimentarios como ropa, artículos para el hogar, entre otros.

Así mismo, se debe tener en cuenta el tipo de mobiliario para exhibición y para descanso en las zonas complementarias; del mismo modo, de acuerdo al contexto es necesario entender las modalidades de venta del lugar, para considerar el tipo de espacio comercial a proponer, estos pueden ser locales o puestos de venta, en caso de locales o tiendas, son cuatro los tipos de distribución del mobiliario (flujo libre, cuadrícula, bucle y columna vertebral), en el caso de puestos de venta existen tres maneras de cómo se desarrolla la dinámica comercial (en vendedor se ubica parado entre dos módulos de exhibición, el vendedor se ubica sentado entre dos módulos de exhibición, y el vendedor se ubica delante de un módulo de exhibición).

En resumen, un equipamiento comercial, debe contener en su programación arquitectónica las siguientes zonas: zona de venta, pasillos, áreas de servicio, almacenamiento, administración, estacionamiento y baños públicos, también recordar que es necesaria la agrupación de las unidades comerciales en base al

tipo de secciones de la mercadería, estas secciones también pueden agruparse en base a zonas: zona seca, húmeda y semi húmeda, se diferencian porque ciertos productos necesitan de agua para su manipulación, mantenimiento y venta, por otro lado, seleccionar correctamente el tipo de mobiliario para exhibición y descanso así como su distribución en el espacio, todos estos aspectos intervienen en el funcionamiento eficiente de una edificación comercial por ello son importantes.

Discusión por indicador: diseño interior

Seguidamente, se exterioriza la confrontación de resultados de ambos instrumentos, estos son las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, conforme al **indicador 3: diseño interior**, de acuerdo a los expertos, el diseño interior depende del énfasis que se le dé a la conceptualización tanto de la forma como de la función, sin embargo, para equipamientos comerciales es más importante priorizar la función, contemplando aspectos cualitativos y cuantitativos de los ambientes, zonificación, circulaciones, entre otra cosas, pues el éxito de estas construcciones proviene de su diversidad espacial, si un espacio funciona eficientemente, la experiencia de compra de los consumidores es mejor; criterios similares se pudieron observar del análisis documental, pues la información obtenida solo hace alusión a los aspectos que influyen en el funcionamiento de un equipamiento comercial, tales como la obligación de realizar un estudio previo en base a la modalidad de venta que se desarrollan en el sector, definición del tipo de uso comercial, tipos de mobiliario según los ambientes necesarios, caracterización de locales o puestos de venta y la agrupación de productos en base a las secciones según zona seca, húmeda y semi húmeda.

A continuación, se expone la guía de entrevista en relación al **indicador 4: dimensión social**, correspondiéndole también una pregunta.

Tabla 66

Ficha de guía de entrevista del indicador 4 del objetivo específico 1

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 4	Dimensión social
Sub-categoría 1	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)	Sub-indicadores	Clientes
			Personal de ventas

PREGUNTA 8		
<p>Para el diseño de todo proyecto se realiza en primer lugar el análisis de la dimensión social. En su opinión ¿Quiénes son los usuarios a tener en cuenta para el diseño de un establecimiento comercial distrital? ¿Cuáles serían los requerimientos arquitectónicos de cada uno?</p>		
RESPUESTAS		
EAC1	EAC2	EAC3
<p>1. Los usuarios: población de Jorge Chávez, sucre, José Gálvez y Macas. 2. Mercado central.</p>	<p>A nivel general y por la escala del distrito considero que todos los habitantes de Jorge Chávez son potenciales clientes. Yo me enfocaría en hacer un edificio inclusivo priorizando a los niños y ancianos en el diseño de accesos, circulación y espacios de ocio.</p>	<p>La población del distrito. Específicamente: los trabajadores o vendedores: un puesto donde puedan realizar sus funciones con comodidad. Los proveedores: un ingreso por donde puedan entregar su mercadería de forma ordenada. Los visitantes o compradores: un espacio limpio, ordenado y que brinde una experiencia de compra agradable.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto menciona que los usuarios potenciales para el proyecto comercial sería la población del distrito de Jorge Chávez, esto incluye a los habitantes de Macas y Lucmapampa, además, incluye a los ciudadanos del distrito cercado de Sucre y José Gálvez, así mismo, define como requerimiento arquitectónico el diseño de un Mercado central.</p>	<p>El arquitecto menciona que los usuarios potenciales serían los ciudadanos del distrito de Jorge Chávez y sus respectivos centros poblados, en cuanto al requerimiento arquitectónico, recomienda el diseño de un establecimiento comercial inclusivo con espacios de ocio, pensando las circulaciones y accesos con especial énfasis en las necesidades de niños y ancianos.</p>	<p>La arquitecta menciona que los usuarios de un establecimiento comercial son los vendedores, los proveedores y los consumidores. Así mismo define los requerimientos espaciales para cada uno, el primero necesita de puestos cómodos, el segundo, ingresos para abastecer de mercadería y el tercero, espacios limpios y distribuidos de manera ordenada.</p>
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, todos los arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coinciden en que los usuarios potenciales del equipamiento comercial serían los pobladores del distrito de Jorge Chávez, sin embargo, el EAC1 propone que la edificación tenga un alcance mayor, pues establece como usuarios a los distritos adyacentes, Sucre y José Gálvez. Por otro lado, en cuanto al requerimiento arquitectónico, el EAC1 recomienda el diseño de un Mercado Central, el EAC2 no define el equipamiento, pero menciona el carácter inclusivo que debe tener el espacio comercial en relación a accesos y circulaciones para niños y ancianos, así mismo, la EAC3 no define un equipamiento, pero menciona la necesidad de puestos de venta, por tanto, hace alusión a un Mercado minorista. Cabe resaltar que, la EAC3, aporta mayor información pues enumero a tres potenciales usuarios y sus necesidades, vendedores (puestos de venta eficientes), proveedores (zonas para carga y descarga de mercadería) y compradores (un equipamiento de fácil acceso y circulación, correctamente distribuido).</p> <p>En resumen, los usuarios potenciales del espacio comercial serían los pobladores del distrito de Jorge Chávez, y distritos aledaños como Sucre y José Gálvez, incluyendo a personas de todas las edades, esto quiere decir, niños, adultos y ancianos, en cuanto al tipo de usuario, estos son los comerciantes, proveedores y consumidores. Así mismo, el tipo de edificación comercial sería un Mercado central o minorista inclusivo, con puestos de venta, zona de carga y descarga y circulaciones que permitan el tránsito fluido dentro y fuera.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

De acuerdo, al estudio de las respuestas de los expertos, conforme **al indicador 4: dimensión social**, son tres los usuarios a tener en cuenta para el diseño de una edificación comercial, estos son los vendedores, proveedores y consumidores, del mismo modo, la población a la que abastecería sería a la del distrito de Jorge Chávez, distrito de Sucre y distrito de José Gálvez. Por otro lado, la necesidad arquitectónica es de un Mercado central o minorista en que se desarrollen puestos de venta minorista, espacios de carga y descarga accesibles, todo bajo una distribución de circulación fluida tanto para personas jóvenes como para adultos mayores.

En síntesis, el distrito requiere de la implementación de un Mercado minorista, este debe conceptualizarse bajo una dimensión social donde intervienen los proveedores, comerciantes y compradores, estos pueden ser del mismo distrito de Jorge Chávez o de los distritos adyacentes, tales como Sucre y José Gálvez, por su cercanía.

Continuando con el análisis del **indicador 4: dimensión social**, se presentan las fichas de análisis de contenido de este indicador, en este caso se realizaron seis fichas correspondientes a referencias de dos artículos científicos.

Tabla 67

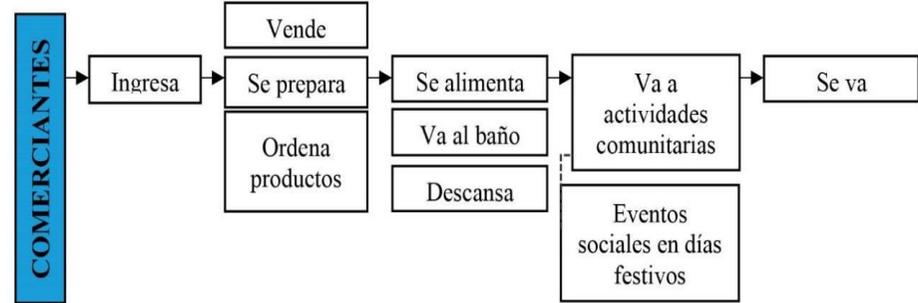
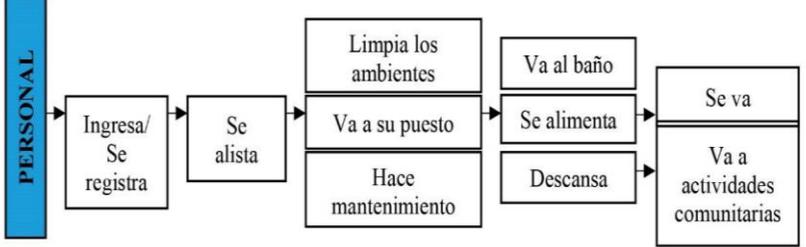
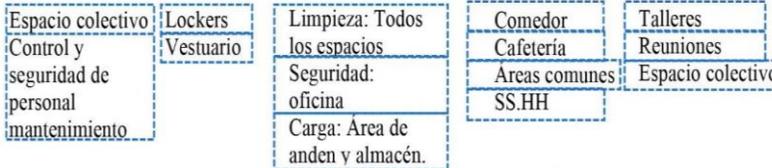
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 1)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°11
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 4 : Dimensión social
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Centro Mercantil de Abastos en Chíncha Alta		Referencia Bibliográfica
Autor Yataco, Ángel	Tipo de documento Tesis	https://acortar.link/Je1Tn6
Palabras claves stalls markets sections	País - Año Perú - 2022	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;">  <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p> </div> <div style="width: 50%;"> <div style="display: flex;">    </div> <p style="text-align: center;">Fuente: Registro fotográfico propio.</p> </div> </div>		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación IDENTIFICACIÓN DE USUARIOS DEL ESPACIO COMERCIAL		
Usuarios internos: Son residentes del espacio comercial (1) Comerciantes (2) Personal de mantenimiento (3) Personal administrativo	Usuarios externos: Son usuarios que permanecen de manera temporal. (4) Público (5) Proveedores	Usuarios internos/externos: (6) Personal de carga y descarga (7) Hijos

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 68

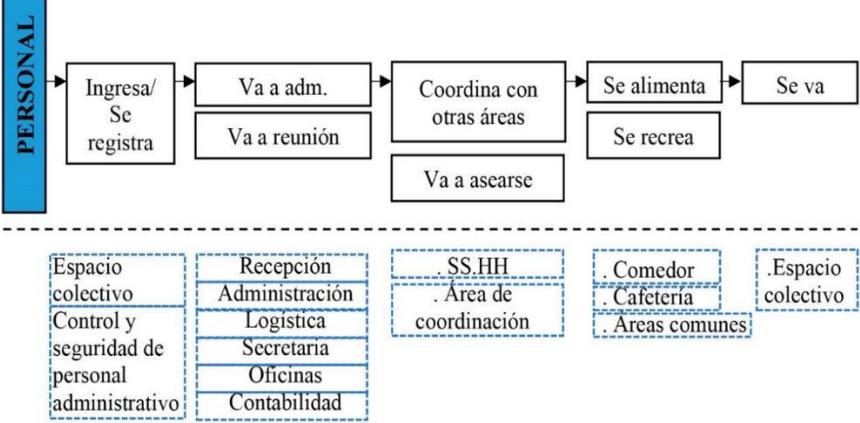
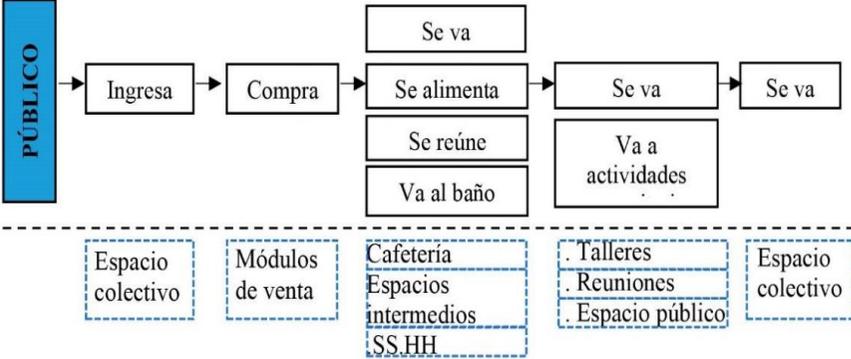
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 2)

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°10.1
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 4 : Dimensión social
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Centro Mercantil de Abastos en Chinchá Alta	Referencia Bibliográfica
Autor	Yataco, Ángel	Tipo de documento Tesis
Palabras claves	stalls markets sections	País - Año Perú - 2022
		
 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p>		 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
IDENTIFICACIÓN DE USUARIOS DEL ESPACIO COMERCIAL		Aporte a la investigación
Usuarios internos: (1) Comerciantes Son las personas que transcurren la mayor parte del día dentro de la edificación comercial (12 a 14 horas)	Usuarios internos: (2) Personal de mantenimiento Son las personas que se encargan de la limpieza, seguridad, mantenimiento y recepción de productos.	El autor de la investigación hace referencia a los comerciantes y personal de mantenimiento como usuarios internos del establecimiento comercial, del mismo modo, establece una secuencia de actividades que estos desarrollarían con sus respectivos ambientes.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 69

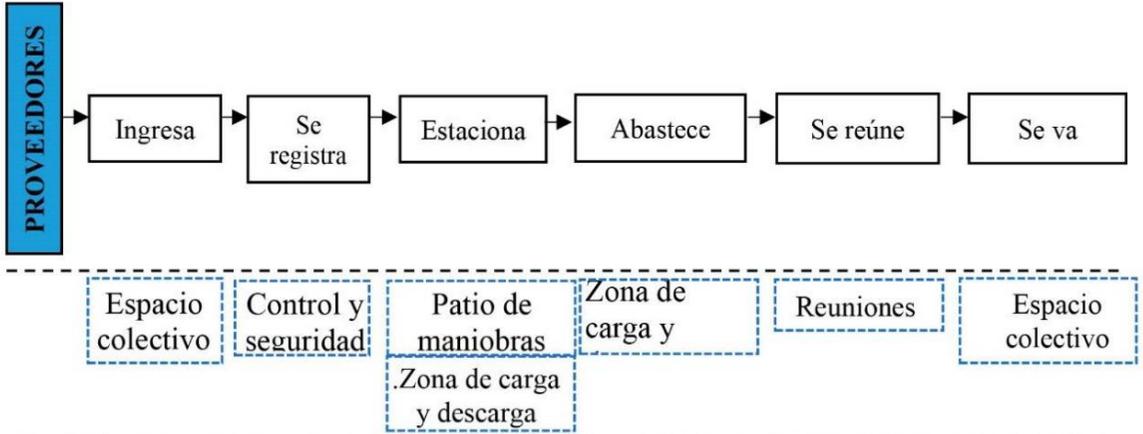
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 3)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°10.2
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 4 : Dimensión social
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Centro Mercantil de Abastos en Chincha Alta		Referencia Bibliográfica
Autor Yataco, Ángel	Tipo de documento Tesis	https://acortar.link/Je1Tn6
Palabras claves stalls markets sections	País - Año Perú - 2022	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;"> <p>PERSONAL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p> </div> <div style="width: 48%;"> <p>PÚBLICO</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p> </div> </div>		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
IDENTIFICACIÓN DE USUARIOS DEL ESPACIO COMERCIAL		Aporte a la investigación
Usuarios internos: (2) Personal administrativo Son los profesionales que se encargan de la planeación, organización y dirección de las actividades del equipamiento comercial.	Usuarios externos: (4) Público Son las personas que asisten al establecimiento comercial para comprar, estos pueden ser temporales (van diario) o eventuales (van eventualmente).	El autor de la investigación hace referencia a un usuario interno: el personal administrativo, y un usuario externo: el público o consumidores. Del mismo modo, identifica las actividades que realizan cada uno de ellos desde su ingreso hasta su salida, con los respectivos ambientes que se necesitan.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 70

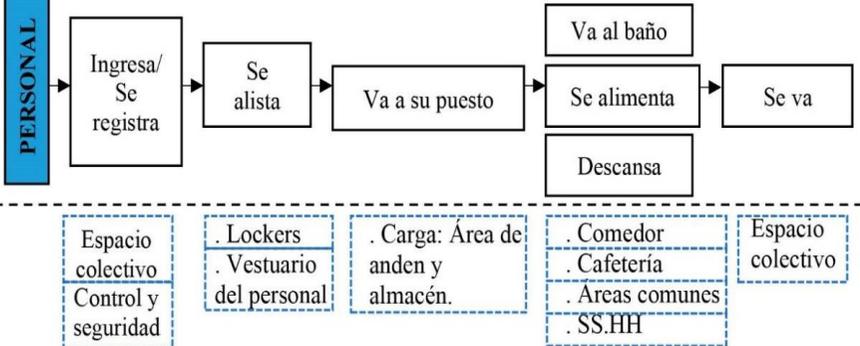
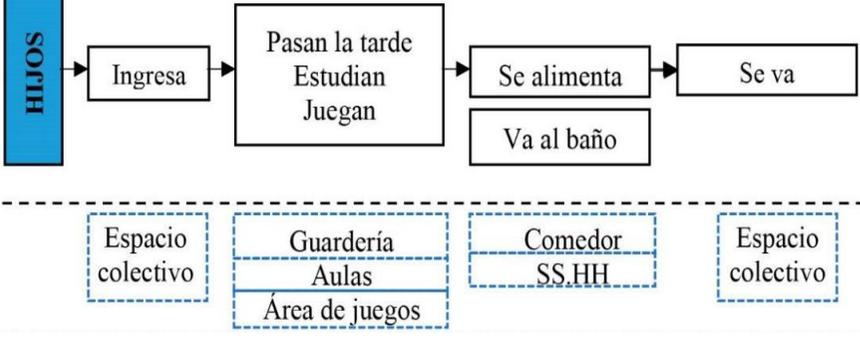
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 4)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°10.3
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 4 : Dimensión social
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Centro Mercantil de Abastos en Chíncha Alta	Referencia Bibliográfica
Autor	Yataco, Ángel	Tipo de documento Tesis
Palabras claves	stalls markets sections	País - Año Perú - 2022
 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p>		 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/tnAM3g</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
IDENTIFICACIÓN DE USUARIOS DEL ESPACIO COMERCIAL		Aporte a la investigación
Usuarios externos: (5) Proveedores Son las personas que se encargan de proveer de productos al mercado o establecimiento comercial.	Por lo general, estas personas ingresan al establecimiento con camiones pues transportan mercadería, solo algunos comercios se encargan de su propio abastecimiento.	El autor de la investigación hace referencia a las personas que se encargan de transportar la mercadería hacia el establecimiento comercial, estos requieren de una zona de carga y descarga de fácil acceso y salida.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 71

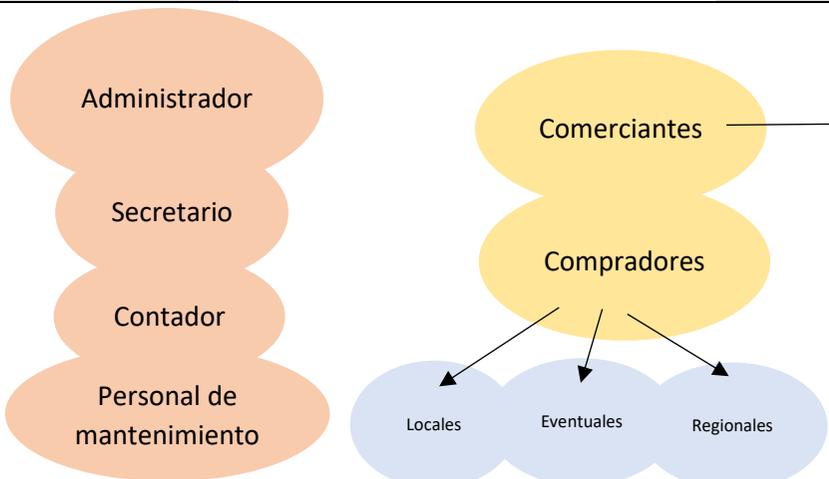
Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1 (pág. 5)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°10.4
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 4 : Dimensión social
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Centro Mercantil de Abastos en Chíncha Alta		Referencia Bibliográfica
Autor Yataco, Ángel	Tipo de documento Tesis	https://acortar.link/Je1Tn6
Palabras claves stalls markets sections	País - Año Perú - 2022	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;"> <p>PERSONAL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p> </div> <div style="width: 48%;"> <p>HIJOS</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/Je1Tn6</p> </div> </div>		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
IDENTIFICACIÓN DE USUARIOS DEL ESPACIO COMERCIAL	Aporte a la investigación	
Usuarios internos/externos: (6) Personal de carga y descarga Conformado por las personas que cargan y descargan la mercadería hacia la zona de servicio, y por los estibadores que transportan dicha mercadería hasta los puestos de venta.	Usuarios internos/externos: (7) Hijos: Son los hijos de los comerciantes, normalmente estas personas salen de estudiar y directamente se dirigen hacia la edificación comercial hasta que sus padres terminen completen su horario laboral.	
El autor de la investigación hace referencia a dos usuarios que son internos pero a la vez externos, pues pueden estar en el espacio comercial eventualmente, estos son el personal de carga y descarga y los hijos de los vendedores, quienes también requieren ciertos ambientes por ejemplo, el personal necesita vestuarios mientras que, a los hijos podría beneficiarles la incorporación de áreas comunes con mobiliario tipo académico para que desarrollen sus tareas.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 72

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 4 del OE1

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°11
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 4 : Dimensión social
Objetivo específico 1:		
Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento	Rediseño arquitectónico del Mercado Central de la ciudad Machala, Provincia de El oro.	Referencia Bibliográfica
Autor	Molina, Pamela	Tipo de documento Tesis
Palabras claves	stalls markets sections	País - Año Ecuador - 2018
 <p style="text-align: center;">Fuente: Composición gráfica propia</p>		 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/T1PHVH</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
CLASIFICACIÓN DE LOS USUARIOS DEL MERCADO		Aporte a la investigación
Administrador Secretario Contador Personal de mantenimiento	Comerciantes Compradores: Locales (va diario), eventuales (va a veces), regionales (viene de otras ciudades).	La autora de la investigación hace referencia a dos tipos de usuarios, estos son el personal que vela por el correcto uso de bienes económicos y materiales para el funcionamiento del establecimiento comercial: administrador, secretario, contador, de mantenimiento; y a los que intervienen en el proceso de venta: comerciantes, estos se clasifican según el tipo de mercadería, y compradores, estos pueden ser locales, eventuales y regionales.

Nota. Datos de elaboración propia.

En base al proceso de revisión de la literatura que se realizó, en relación al **indicador 4: dimensión social**, de la primera subcategoría, existen usuarios internos, son los que permanecen mayor parte del tiempo del día en la edificación comercial, así mismo, usuarios externos, que son las personas que hacen uso del establecimiento o asisten de manera temporal o flotante y finalmente, los internos/externos, que hacen uso del equipamiento pero no necesariamente para cumplir una función de compra o venta. En este sentido, se enumeran dentro de los usuarios internos al personal administrativo, de mantenimiento y los comerciantes; respecto a los usuarios internos, estos son el público que asiste sean o no compradores, y los usuarios internos/externos, son los proveedores o personal de carga y descarga y los familiares de los comerciantes que los acompañan durante su jornada laboral, especialmente hijos.

En resumen, dentro de la dimensión social de los espacios comerciales se consideran a todas las personas que hacen uso del equipamiento, tales como personal administrativo, personal de mantenimiento, personal de carga y descarga, consumidores, vendedores, proveedores, el público en general que puede asistir y personas que hacen uso del espacio únicamente como acompañantes de los comerciantes, hijos, sobrinos, hermanos, etc.

Discusión por indicador: dimensión social

Posteriormente, se expone el cotejo de resultados de ambos instrumentos, estos son las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, conforme al **indicador 4: dimensión social**, de acuerdo a los expertos, los usuarios de una edificación comercial son proveedores, compradores y vendedores, pertenecientes al distrito de Jorge Chávez, o aledaños como Sucre y José Gálvez, resultados similares se obtuvieron de la revisión de la literatura pues la información recolectada identifica a los mismos usuarios mencionados, pero adicionando al personal administrativo, de mantenimiento, de carga y descarga y a los hijos de los vendedores que asisten y permanecen en los puestos de venta como acompañantes, muchas veces estos sirven de apoyo o sustituyen al vendedor porque generalmente estas personas no tienen con quien dejar a sus hijos.

En seguida, se procede a presentar la guía de entrevista sobre el **indicador 5: integración al entorno**, donde solo se aplicó una interrogante a los expertos.

Tabla 73

Ficha de guía de entrevista del indicador 5 del objetivo específico 1

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 5	Integración al entorno
Sub-categoría 1	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)	Sub-indicadores	Accesibilidad
			Mobiliario urbano
			Arquitectura vernácula
PREGUNTA 7			
¿Qué estrategias arquitectónicas se deben considerar en una edificación comercial para lograr la integración al entorno e integración social?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
Respetar la arquitectura del entorno dónde se construirá y que los accesos sean para todo público, discapacitados.	Para poder lograr la integración social con el entorno, pues lo primero es ver que el equipamiento no rompa con el entorno, tener en cuenta el diseño, los colores, el tamaño que no rompa con el nivel que ya existe en la zona o sus alturas, por otro lado, también crear espacios bien iluminados y ventilados en donde los visitantes puedan descansar (sentarse) quizás leer un poco, o áreas donde se pueda socializar así como son las áreas de juegos o comida al paso.	La integración al entorno del equipamiento puede lograrse a través del uso de materiales locales, o por medio de la inclusión de colores y alturas de los edificios cercanos. La integración de las personas se puede lograr proponiendo espacios públicos donde ellos puedan descansar, o lugares de encuentro dentro del equipamiento.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto menciona que la integración al entorno y usuarios se logra a través del respeto de las características arquitectónicas de la zona, y por medio de la inclusión de elementos de la arquitectura universal.	El arquitecto menciona que la integración al entorno de un equipamiento comercial se logra a través del respeto por las alturas, y características arquitectónicas típicas del lugar, respecto a la integración social, menciona que deben proponerse espacios para descansar, jugar o comer, correctamente iluminados y ventilados.	La arquitecta menciona que la integración de la edificación al entorno se logra a través de la imitación de patrones de construcción tradicional de la zona, y algunas características más de las construcciones cercanas, por otro lado la sociedad puede sociabilizar a través de espacios de estar.	
COMPARACIÓN			
Para esta pregunta, todos los arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coinciden en que la integración al entorno se alcanza a través del respeto por proporciones, materialidad y otras características formales y espaciales de las construcciones del contexto. Así mismo, el EAC2 y EAC3 concuerdan en que la sociedad puede integrarse y socializar por medio de la implementación de espacios que cumplan funciones siempre y cuando estos cuenten con buena iluminación y ventilación. Por otro lado, el EAC1 proporciona un criterio adicional, pues incluye a la arquitectura universal y accesibilidad como una estrategia para la integración de las personas al espacio.			
En síntesis, la integración de un equipamiento comercial a su entorno se logra a través de la composición de un edificio que contenga iguales o similares características arquitectónicas de la zona, uso de sistemas constructivos tradicionales con materiales vernáculos, del mismo modo, considerar la eliminación de barreras físicas en el espacio e incluir ambientes más sociales para el entretenimiento o simplemente descanso, fomenta la integración de los usuarios.			

Nota. Datos de elaboración propia.

Conforme al análisis de las contestaciones de los expertos en diseño comercial, en relación **al indicador 5: integración al entorno**, una edificación comercial puede integrar a sus usuarios a través de la planificación de espacios para la socialización como áreas de juego, para comer o para el descanso, con una correcta dosificación de la luz, sol, vientos y con criterios básicos de accesibilidad y arquitectura universal; por otra parte, en relación a la integración al entorno, puede lograrse por medio de la mimetización e imitación de las características de las construcciones adyacentes, tales como tamaño, diseño, colores, incluso materialidad, estas peculiaridades expresan la identidad de la zona.

En resumen, la integración de una construcción al entorno urbano se logra a través del estudio del paisaje o contexto, para el reconocimiento de la tipología arquitectónica de los edificios y espacios públicos, con el fin de dotar a la edificación nueva con características idénticas o similares, así mismo deben integrarse ambientes accesibles, bien iluminados y ventilados, que guarden relación a las distintas actividades humanas desarrolladas en la zona para provocar una dinámica social activa y el uso del espacio.

En seguida, se presentan las fichas de análisis de contenido de este **indicador 5: integración al entorno**, en esta oportunidad se desarrollaron en total ocho fichas en base a cuatro artículos científicos distintos.

Tabla 74

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 1)

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°12
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 5: Integración al entorno
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Ten principles for rethinking the mall		Referencia Bibliográfica https://acortar.link/okjJE0
Autor	Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Tipo de documento Libro
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2006
		Un lugar de venta como isla, rodeado por un mar de estacionamiento y apartado de todo excepto de las autopistas, no cumple con las expectativas de los compradores del siglo XXI. Los compradores de hoy exigen una experiencia más urbana, tiendas minoristas amigables para los peatones. Esto se puede lograr a través de una conectividad mejorada, tanto dentro como fuera de la edificación comercial: <ol style="list-style-type: none"> 1) Diseños viales y patrones de circulación mejorados; 2) Áreas de estacionamiento estratégicamente ubicadas con conexiones en las aceras. 3) Señalización que favorezca el movimiento interior y exterior. 4) Mejorar los enlaces peatonales 5) Proporcionar o mejorar el espacio público abierto 6) Establecer usos comunitarios. La esencia de la comunidad es la conexión humana: un sentido de pertenencia a un grupo identificable. lugar y un ámbito público activo. Mejorar las conexiones permitirá que el espacio comercial pueda integrarse al entorno.
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD	Aporte a la investigación	
Proyectos que mejoran la conectividad incluyen: <ul style="list-style-type: none"> ■ Proporcionar transporte público, fragmentación de grandes parcelas y reorientación de caminos y patrones de circulación de vehículos. 	La integración de usos y buenas conexiones requiere un desarrollo que involucre y nunca intimide al peatón, ofreciendo distancias fáciles de caminar entre un uso y otro, reduciendo así la cantidad de espacio que de otro modo sería necesario para estacionamiento en cada negocio.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 75

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°12.1
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 5: Integración al entorno
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Ten principles for rethinking the mall		Referencia Bibliográfica https://acortar.link/okjJE0
Autor Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Tipo de documento Libro	
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2006	
<p>Consideraciones para el estacionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dimensionar estacionamientos y estructuras de primer nivel para una demanda razonable. ■ Use patrones de estacionamiento de acuerdo al contexto de un paisaje para evitar el deterioro visual. ■ Hacer que la experiencia de los peatones sea más interesante fomentando actividades y usos a nivel del suelo alrededor del estacionamiento. ■ Implementar un plan de estacionamiento compartido que servirá para diferentes usos en diferentes momentos. ■ Considere el estacionamiento de bicicletas, motos u otros medios de transporte usado en el lugar. 	 <p style="text-align: center; font-size: small;">Fuente: https://acortar.link/VDvCpn</p>	 <p style="text-align: center; font-size: small;">Mercado de Rubí. Fuente: https://acortar.link/vauroa</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: CONECTIVIDAD Y ACCESIBILIDAD		
<p>El fácil acceso, la alta visibilidad, la sensación de seguridad personal y el estacionamiento adecuado son todas condiciones previas para una venta minorista exitosa. Sin ellos, es probable que fracase el proyecto. Durante años el estacionamiento se ha configurado como campos extensos de pavimento rayado (2). Los centros comerciales convencionales suelen utilizar tres veces más suelo para calles y aparcamientos en superficie que para ir de compras (2). Sin embargo, es esencial planificar y diseñar el estacionamiento para que desempeñe un papel de apoyo, en lugar de dominar el paisaje. El equipamiento, no el estacionamiento, debe ser el protagonista. Demasiado estacionamiento hace que el entorno sea menos amigable para los peatones. Una vez estacionado el automóvil, el camino hasta los demás espacios debe ser agradable (1) la transición es parte importante de la experiencia del lugar.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 76

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 3)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°12.2	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales..		Indicador 5: Integración al entorno	
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica	
Autor		Tipo de documento	
Palabras claves		País - Año	
Ten principles for rethinking the mall		Libro	
Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa		Estados Unidos - 2006	
retail market, exterior design		https://acortar.link/okjJE0	
			
Fuente: https://acortar.link/UXMlp7		Fuente: https://acortar.link/Agk8kG	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado			
Aporte a la investigación: ESTRATEGÍAS PARA LA INTEGRACIÓN AL ENTORNO			
Una manera de unir o integrar a una población es proporcionar un elemento unificador: un elemento que exprese que se ha llegado a un lugar especial, este puede ser una escultura, una fuente, una plaza, el paisajismo también agrega valor y brinda identidad a una sociedad.			

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 77

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 4)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°12.3
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 5: Integración al entorno
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.		
Nombre del Documento Ten principles for rethinking the mall		Referencia Bibliográfica https://acortar.link/okjJE0
Autor Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Tipo de documento Libro	
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2006	
		Para la integración al entorno se debe garantizar el mantenimiento y conservación ecológica a largo plazo del sitio; crear un ambiente contra la expansión y la contaminación. Se debe trabajar con los sistemas naturales que se encuentran en la zona, usarlos para atraer y retener usuarios. Crear áreas de ocio y comedor junto a una zona descubierta (que también puede funcionar como drenaje del sitio); extender los sistemas de senderos locales a través de la edificación comercial; utilizar una arquitectura que refleje la cultura, el clima y el medio ambiente local; desarrollar parques y lugares de reunión que mejoren la función pública del equipamiento.
Fuente: https://acortar.link/Agk8kG		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
ARQUITECTURA PAISAJISTA Y VERNÁCULA EN EL ESPACIO COMERCIAL	Aporte a la investigación	
Los hermosos paisajes son amortiguadores cuando las edificaciones comerciales son adyacentes a viviendas unifamiliares, además son espacios que ofrecen zonas peatonales, conexiones que ayudan a aumentar la habitabilidad de la comunidad.	Los autores del artículo hacen referencia al uso del diseño de paisajes y áreas públicas con conexiones peatonales que permitan la continuidad desde el exterior como estrategia para la integración de un equipamiento comercial al entorno,	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 78

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 1)

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO				FAC N°13
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 5: Integración al entorno
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento		Retail design guidelines		Referencia Bibliográfica
Autor	Dubai Multi Commodities Centre	Tipo de documento	Artículo científico	https://acortar.link/ZoL6vr
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Dubái - 2020	
				La relación entre la fachada comercial y la acera es un elemento clave del diseño, esta relación debe estar pensada para promover y apoyar la caminata, la interacción y la visibilidad de los productos. Es decir, la configuración del edificio con el entorno público debe permitir a los peatones pasear, mirar escaparates y parar para descansar o comer (2). Por ello, se deben albergar amenidades tales como árboles, muebles, entre otros mobiliarios.
Fuente: https://acortar.link/ZoL6vr				
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
TIPOS DE MOBILIARIO PARA ESPACIOS EXTERIORES			Aporte a la investigación	
El mobiliario en zonas al aire libre en espacios comerciales: • Se debe considerar la ubicación de mobiliario como mesas, sillas, estructuras de sombra, tachos de basura y plantas (2).		• Las áreas de descanso deben contener una zona de asientos, esta debe ser atractiva y luminosa, debe permitir una clara visibilidad hacia adentro y hacia afuera (2).	• Debe existir un espacio adecuado para que los clientes y el personal circulen. • El mobiliario en el exterior y señalización se debe ubicar a un mínimo de 1,5 metros del frente del espacio comercial dejando un corredor de circulación despejado (2).	
Los autores mencionan que una manera de lograr la integración de las personas es mediante la habilitación de zonas para la estancia con el correcto mobiliario distribuido de manera eficiente, de manera que permita la circulación fluida de todos los usuarios.				

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 79

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1 (pág. 2)

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°13.1
		Título de investigación:		
		Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 5: Integración al entorno
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento		Retail design guidelines		Referencia Bibliográfica
Autor	Dubai Multi Commodities Centre	Tipo de documento	Artículo científico	
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Dubái - 2020	https://acortar.link/ZoL6vr
				
Fuente: https://acortar.link/ZoL6vr				
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
TIPOS DE MOBILIARIO PARA ESPACIOS EXTERIORES		Aporte a la investigación		
<ul style="list-style-type: none"> Los elementos de sombra pueden ser árboles o materiales textiles ligeros, delgados o sólidos, pero no deben obstruir la vista desde el nivel del suelo a los elementos de señalización ni ocupar áreas de circulación (2). También, se debe evitar cerrar el área de asientos (1). 		<ul style="list-style-type: none"> El mobiliario es preferible que sea de material reciclado y/o material local. El mobiliario no debe representar un peligro para la seguridad (1). 		
		Los autores del presente artículo hacen referencia a las consideraciones a tomar en cuenta para la caracterización de áreas de venta de comida exteriores, en relación a tipo de mobiliario, materialidad y distribución.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 80

Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°14
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial		Indicador 5: Integración al entorno
Objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.				
Nombre del Documento		Cambridge Market Square Concept Design		Referencia Bibliográfica
Autor	NEUBAU Market Stall Architecture	Tipo de documento	Artículo científico	https://acortar.link/C1TKWZ
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año	Inglaterra - 2021	
				
Fuente: https://acortar.link/8eeSY				
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
MOBILIARIO PARA ZONAS EXTERIORES		Aporte a la investigación		
<p>La arquitectura de los mercados actualmente no da la sensación de ser un lugar para quedarse, sentarse y pasar tiempo, es decir para desarrollar actividades de socialización distintas a comprar. Para lograr que un mercado se convierta en un espacio para la integración social debe contener cierta cantidad de mobiliario urbano con una ubicación estratégica. Ejemplo: asientos, obras de arte conmemorativas, señalización, soportes para bicicletas, cubos de basura (contenedores de reciclaje mixtos).</p>		<p>Los autores hacen referencia al aporte que da la integración de mobiliario urbano dentro de las edificaciones comerciales, pues complementan la función de compra con otros usos, como la actividad de sentarse con bancas, estacionarse, con soportes para bicicletas, etc.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 81

Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 5 del OE1

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°15	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	Indicador 5: Integración al entorno	
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez			
Nombre del Documento Planning and designing RURAL MARKETS		Referencia Bibliográfica https://acortar.link/qGfS8V	
Autor Tracey, John	Tipo de documento Libro		
Palabras claves stalls markets sections	País - Año Roma - 2003		
 <p>Fuente: https://acortar.link/CqM675</p>	 <p>Fuente: https://acortar.link/8kcTuA</p>	 <p>Fuente: https://acortar.link/uiXSKP</p>	<p>Es importante que un mercado sea un lugar animado para atraer clientes, para que tanto los comerciantes como los compradores se relajen se crean espacios para cafeterías y puestos de comida cocinada, que deberían concentrarse en los cruces de carreteras y caminos. Se necesitan instalaciones para que el establecimiento sea agradable para los consumidores. Los árboles de sombra existentes deben conservarse y plantarse nuevos árboles, así mismo se deben proporcionar asientos al aire libre, los muros bajos pueden proporcionar asientos apropiados.</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado			
ARQUITECTURA BIOCLIMÁTICA EN EL ESPACIO COMERCIAL	Aporte a la investigación		
<p>Los edificios en las zonas rurales deben construirse utilizando materiales disponibles localmente (1), recursos tales como materiales, artesanos y trabajadores. Se deben evaluar los recursos disponibles y costos. Las construcciones tradicionales también son apropiadas para paredes, techos, enlucidos, y carpintería. Estos métodos sirven para crear estructuras de mercado simples, aunque no siempre es posible utilizarlos porque pueden requerir artesanos expertos.</p>	<p>El autor del artículo hace referencia a la necesidad de espacios para la venta de comida, elementos de sombra naturales, asientos al aire libre, uso de materiales disponibles en el sector, todo ello para el logro de la integración del equipamiento al entorno inmediato y sus usuarios.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

A partir de la revisión de la literatura que se desarrolló, conforme al **indicador 5: integración al entorno**, la integración arquitectónica a un contexto urbano se logra a través de una buena conectividad entre el equipamiento y el exterior con priorización del usuario de a pie, por ejemplo, a través de la creación de caminos que continúen la dirección de calles. Del mismo modo, se puede lograr por medio del uso de materiales locales, para ello debe realizarse una evaluación de los recursos de la zona. Por otro lado, respecto a la integración de las personas, se logra a través de la implementación de usos complementarios al consumo, como zonas para la estancia y recreación donde el tipo de mobiliario y distribución toman un papel importante, del mismo modo, colocar algún elemento atractivo para la población como una escultura, fuente, plaza, hasta un diseño interesante del paisaje con visuales de calidad puede lograr que las personas socialicen en un espacio comercial, en los últimos años la arquitectura paisajista ha tomado importancia, añade valor al lugar y fortalece la identidad social.

En síntesis, la integración de un equipamiento comercial al entorno depende del nivel de conectividad y accesibilidad que tenga este, también depende del tipo de materiales constructivos, conviene utilizar materiales o sistemas constructivos tradicionales del sitio, combinar lo mencionado con el uso de elementos de la arquitectura paisajista otorgará un valor agregado, las áreas verdes otorgan diversos beneficios, entre estos son capaces de mejorar la calidad del aire y, por tanto, la experiencia dentro del espacio. Por otra parte, en relación a la integración social, esta obedece a las actividades que se propongan para el funcionamiento del equipamiento, actividades complementarias al comercio como la recreación o descanso con sus respectivos ambientes y mobiliario, fomentaran la participación de la comunidad en el espacio.

Discusión por indicador: integración al entorno

A continuación, se expone la confrontación de resultados de ambos instrumentos, las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, sobre el **indicador 5: integración al entorno**, según los especialistas, una construcción se vuelve parte de su contexto cuando su arquitectura incluye materiales, patrones, alturas, proporciones, formas, entre otras características arquitectónicas similares a las edificaciones del sector; en este aspecto, la documentación analizada,

concuenda con tales afirmaciones, y del mismo modo, recomienda el uso de materiales locales. Sin embargo, del material bibliográfico se obtuvieron mayores aportes, por ejemplo, para el logro de la integración al entorno, se propone como estrategia la planificación del diseño del paisaje, integrar y aprovechar el recurso natural vegetal en los espacios respetando el medio ambiente para asegurar la preservación ecológica del sitio, otra estrategia recomendada es la accesibilidad, se debe considerar el uso del espacio de usuarios que asisten tanto a pie como con automóvil, sin embargo, el espacio más llamativo debe ser el equipamiento más no los las áreas o caminos para el auto, en este sentido, debe conceptualizarse el diseño teniendo como protagonista a los peatones, desde niños, adultos y ancianos, con discapacidades o no. Por otro lado, respecto al logro de la integración social, los expertos y autores concuerdan en la propuesta de espacios para el ocio, entretenimiento, descanso o recreación con buena accesibilidad, iluminación y ventilación, así mismo, la dotación de estos espacios con mobiliario acorde a la función, teniendo en cuenta el clima del sector, y distribuidos de tal manera que no se interrumpa el flujo de circulación libre, ni se ponga en peligro a los usuarios.

Discusión por objetivo:

De los resultados del **objetivo específico 1: Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales**, estos son:

Para el diseño exterior de un equipamiento comercial, en primer lugar, se debe conceptualizar la fachada desde los tres niveles de percepción pues en cada uno se aprecia algo diferente del frontis, así mismo, considerar el uso de sistemas constructivos y materiales locales, siempre que sea accesible la mano de obra especializada, igualmente, crear espacios abiertos con vegetación, conservar la escala promedio contigua, preferir volúmenes regulares, elegir tonos sobrios para exteriores y cálidos para interiores sociales, usar puertas y elementos de seguridad translucidos para aumentar el nivel de visibilidad hacia el interior, usar revestimiento para suelos como mármol, adoquines, alfombra o vinil dependiendo del contexto y ambiente a revestir, la composición final debe expresar la identidad del sitio.

Para la ambientación de una edificación comercial en cuanto a sonidos, el uso de la música es una herramienta para influir en la decisión de compra dependiendo el tipo de producto que este en venta, por otro lado, para contrarrestar los ruidos molestos se recomienda el uso de retiros, barreras vegetales, aplicación de materiales porosos en paredes y la dotación mayor de ventilación natural, respecto a los aromas, se recomienda utilizar especies vegetales aromáticas a modo de barreras ecológicas como herramienta para controlar malos olores o simplemente para el confort olfativo y la dotación de ventilación natural o artificial dentro y fuera del establecimiento; respecto a la temperatura, debe ser como mínimo 15°C, además, en una zona como el distrito de Jorge Chávez donde predomina el clima frío debe priorizarse la ganancia de calor, para ello se recomienda el uso de invernaderos, estudios de asoleamiento y vientos o el uso de tapial y adobe, por otro lado, en relación a la iluminación, incorporar en los mayores espacios posibles la iluminación natural, los niveles convenientes de luz para zonas de venta de comida y cocinas es de 200-300lux, para zona de juegos 300-500lux, para corredores 50-100lux y para zonas de venta al por menor 200-500lux, al mismo tiempo, se exhorta el uso de focos o lámparas de tungsteno de bajo voltaje, focos LED y tubos fluorescentes, y respecto a los espacios de limpieza, deben ubicarse en la zona de servicio o de carga y descarga con un acceso independiente, accesible y ventilado, en la zona menos favorecedora para otros ambientes.

Para el diseño interior, se debe conceptualizar tanto formal como funcionalmente el espacio comercial, pero priorizar la función, pues la experiencia de compra de los consumidores es mejor cuando los espacios funcionan fluidamente, por tanto, realizar un estudio de la modalidad de venta en el sector para definir el tipo de uso comercial, ambientes, tipos de mobiliario, flujos, circulaciones, así mismo, es importante especificar las características de los locales o puestos de venta y agrupar los productos en base a las secciones según zona seca, húmeda y semi húmeda, en otras palabras, divisar los aspectos tanto cualitativos como cuantitativos necesarios para la función correcta de los ambientes.

Respecto a la dimensión social, los usuarios de una edificación comercial son proveedores, compradores, vendedores, personal administrativo, de

mantenimiento, de carga y descarga y los hijos de los vendedores que frecuentan los puestos de venta y permanecen como acompañantes, en términos generales los usuarios del equipamiento comercial son todos los pobladores del distrito de Jorge Chávez, y distritos aledaños como Sucre y José Gálvez.

Para la integración al entorno, se deben incluir materiales, patrones de abertura, alturas, proporciones, formas, entre otras características arquitectónicas similares de las edificaciones contiguas; incluir en el diseño al paisaje, integrar y aprovechar el recurso natural vegetal para asegurar la preservación ecológica del sitio, así mismo, considerar el uso del espacio para usuarios de a pie y con auto, pero priorizar al peatón; por otro lado, proponer espacios para el ocio, entretenimiento, descanso o recreación con buena iluminación, ventilación y con criterios de accesibilidad para personas de distintas edades y personas con discapacidades; así mismo, plantear el tipo mobiliario, este debe ser coherente al uso del ambiente, y su distribución no debe ocupar áreas de pasillos para mantener una circulación libre, sus características o materialidad deben responder al entorno y conservación ambiental, ninguno de sus componentes debe poner en riesgo la seguridad de los beneficiarios.

Todo lo mencionado se puede comparar con los hallazgos de Rojas (2020), estos resultados son similares pues el estudio determinó que para el diseño de espacios comerciales debe priorizarse la integración al entorno, para ello usar volúmenes puros, favorecer la accesibilidad por medio de la jerarquización de los ingresos y creación de ejes lineales que conecten la circulación del exterior al interior, también se recomienda la implementación de áreas verdes con caminos fáciles de recorrer que sirvan para conectar el equipamiento con el entorno y a la vez para definir y diferenciar lo público de lo privado, así mismo, crear espacios dotados con iluminación y ventilación natural, incorporar elementos arquitectónicos para asegurar la circulación vertical y horizontal de la edificación tales como rampas, ascensores, puentes peatonales y escaleras. Finalmente, en cuanto a materiales, el estudio propone el uso de revestimientos distintos, múltiples texturas en las superficies tanto dentro como fuera hacen evidente la transición del exterior al interior y viceversa, sin embargo, a diferencia de nuestros resultados el autor

identificó que las estructuras más utilizadas para los espacios comerciales son las no convencionales con materiales como el metal y madera.

Ante lo mencionado, se concluye, que se está **parcialmente de acuerdo** con los hallazgos del antecedente, ideas de los entrevistados y artículos observados, pues es cierto que un equipamiento comercial debe diseñarse respetando todas las características arquitectónicas del entorno inmediato tales como alturas, colores, materiales, etc. Así mismo, es cierto que se debe diseñar teniendo en cuenta la vegetación existente y proponer en lo posible la creación de nuevos puntos verdes para la conservación del paisaje, también es importante incluir el uso de sonidos propios de la música u otras fuentes emisoras de melodías, el uso de aromas ya sean naturales o artificiales, el uso de la luz cenital para la máxima iluminación natural de los ambientes, del mismo, se comparte la opinión sobre la priorización del factor funcional del equipamiento sobre el formal, pues la distribución adecuada de los ambientes permite la rápida orientación de las personas en el espacio, y la programación de actividades complementarias al comercio como descanso, recreación o entretenimiento, con ambientes accesibles, con mobiliario urbano adecuado, mejora la experiencia de los usuarios.

Sin embargo, se considera que, si bien en la actualidad los materiales no convencionales como el metal y madera son los más utilizados para las estructuras de los espacios comerciales, no es una norma elegirlos ya que los materiales deberían corresponder a los insumos locales, si los costos de traslado y mano de obra foránea son muy elevados no es una estrategia de diseño viable, además los medios de transporte son las principales fuentes emisoras de CO₂, este gas contamina el medio ambiente, por tanto, deberían utilizarse los sistemas constructivos tradicionales de la zona, o de lo contrario combinar lo tradicional y no tradicional de modo que el impacto negativo sea menor.

Todo lo mencionado se sustenta bajo las doctrinas de Kaheneko (2021) quién estableció que con el avance de la tecnología, los seres humanos disfrutan de beneficios pero también sufren de efectos negativos, pues el consumo energético excesivo destruye el entorno ecológico global, por tal motivo, las personas y profesionales están empezando a preocuparse por el entorno. Como resultado, surge el deseo de retornar a la naturaleza, reconstruir un hogar verde,

proteger el entorno ecológico de los edificios, aplicar materiales locales y utilizar coherentemente los recursos naturales. Muchos edificios hoy en día no responden a los cambios en el entorno, ignoran el calor, la luz natural y aire fresco. El uso de vidrios, luces eléctricas y acondicionadores de aire protegen contra el frío e iluminación, y hace que el ambiente interior sea confortable. Sin embargo, el consumo de energía y el daño al medio ambiente aumenta. Por lo tanto, tenemos que repensar algunas acciones, y buscar el equilibrio entre el entorno artificial hecho por maquinaria y la integración de la naturaleza en los proyectos arquitectónicos.

Por otro lado, se puede realizar un cotejo con los resultados de la investigación de Villegas (2020) donde se establecieron criterios de diseño similares para el diseño del espacio comercial, teniendo en cuenta que en este caso, el objetivo fue lograr la permeabilidad e integración al entorno, es así que, se reconoció el uso de plazas o espacios abiertos con mobiliario acorde a la necesidad, distribuidos secuencialmente en las zonas de puestos fijos y transitorios, para albergar a vendedores ambulantes y promover el intercambio cultural a la hora de consumir. Así mismo, otro criterio similar fue la conectividad, siendo una manera de lograrla el sustraer parte de los volúmenes, especialmente en las partes inferiores aledañas a las vías y organizar los espacios en base a ejes que permitan la continuidad del entorno desde sus diferentes accesos para lograr la integración con el tejido urbano. También, se observó el criterio de accesibilidad, es decir, diseñar espacios para el aparcamiento que no intimiden al peatón. No obstante, este estudio consideró un aspecto que no se observó en las opiniones de los expertos ni en los artículos observados, es el uso de elementos estructurales flotantes de acero en las cubiertas, ya que este material permite mayor abertura y flexibilidad en los espacios interiores.

Al respecto, se determina, que se está **de acuerdo** con lo observado del antecedente mencionado, las opiniones de los especialistas y artículos analizados, pues el diseño de los equipamientos comerciales debe fomentar la integración al entorno, independientemente de que alternativas se incorporen para ello, la principal es la creación de espacios públicos con actividades complementarias al comercio, espacios abiertos tipo plaza con vegetación en los lados colindantes a

las vías de acceso. Así mismo, se comparte la opinión sobre los beneficios de las estructuras de acero, al ser elementos prefabricados pueden cubrir grandes distancias en base a ciertos cálculos, estas distancias permiten la creación de espacios abiertos, ventilados, y con mayor facilidad para el cambio o multifuncionalidad de los ambientes. Por último, se admite la obligación de incluir espacios para estacionamientos y a la vez circulaciones que permitan el flujo libre y seguro de las personas a pie, esto se sustenta conforme a AI (2017) quién estableció que los espacios comerciales deben integrarse perfectamente al entorno, con estacionamientos con caminos rústicos y árboles, en lugar de ser espacios de solo asfalto, la vegetación permite el enfriamiento de las superficies y además es un sistema de sombra natural sobre todo para exteriores y climas calurosos.

Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez.

Para cumplir con el segundo objetivo específico se planteó el uso de una segunda subcategoría: ***lenguaje sensorial en el espacio comercial***, con tres indicadores: ***vista, oído y olfato***, lo mencionado se apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 82

Subcategorías del objetivo específico 2

SUBCATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS	
Lenguaje sensorial en el espacio comercial (Fernández, C. 2017)	Vista	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada	
	Oído			Ficha de análisis de contenido
	Olfato			Ficha de análisis de contenido

Nota. Elaboración propia

Para el estudio de la subcategoría dos: ***lenguaje sensorial en el espacio comercial*** y sus respectivos indicadores: ***vista, oído y olfato***, se emplearon dos instrumentos de recolección de datos, la guía de entrevista semiestructurada a arquitectos especialistas en diseño comercial y la ficha de análisis de contenido de distintos artículos científicos, a través de estos se generaron los resultados del mencionado objetivo específico.

Por tanto, se expone la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 1: vista**, al que le pertenece una pregunta, la que fue consultada a tres arquitectos especialistas en diseño de espacios comerciales, seguidamente, se presentan las interpretaciones y comparación de las tres respuestas.

Tabla 83

Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 2

Título			
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Objetivo específico 2			
Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez			
Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 1	Vista
Sub-categoría 2	Lenguaje sensorial en el espacio comercial. (Fernández, C. 2017)	Sub-indicadores	Iluminación Color
PREGUNTA 9			
La arquitectura posee un lenguaje sensorial, este es percibido por nuestros sentidos, algunos estímulos percibidos por la vista son aquellos derivados de los elementos como la iluminación y el color , estudios han demostrado la influencia positiva de dichos elementos en el uso de espacios comerciales. Desde su punto de vista ¿Cuál de estos dos componentes iluminación o color, considera más relevante para promover el uso de los espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez y consigo la integración de sus usuarios? ¿Por qué?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
El color, es muy importante ya que desde el color podemos representar y expresar sensaciones.	En mi opinión, la luz es un elemento natural incomparable. La tendencia es usarla en la mayor proporción posible. Los equipamientos comerciales no son los más abiertos ni transparentes posibles pero esto está cambiando.	Ambos son importantes y complementarios pues pueden generar distintas sensaciones en los usuarios, por ejemplo, si se quiere un espacio para que la gente se siente con calma y se relaje se van a usar otros colores y materiales a que si es un establecimiento de comida rápida. El color y la cantidad de la luz, los colores y las texturas se suman para generar un espacio que exprese un estado de ánimo y te invite a disfrutarlo de una manera en particular. En un centro como este podrían haber distintas zonas, una en donde haya más iluminación y colores más brillantes para que la gente compre y recorra rápidamente y otro con zona de mesas, colores tierra y materiales cálidos para que la gente descansa, almuerce, disfrute y se integre.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto menciona que el aspecto más influyente en el uso de los espacios comerciales es el color pues sus variables transmiten sensaciones.	El arquitecto menciona que la iluminación es el aspecto que más influye en el uso de los espacios comerciales pues estos requieren de distintos tipos de luz al ser espacios un tanto cerrados, además, recomienda la iluminación natural.	La arquitecta menciona que ambos criterios tanto como iluminación como color son relevantes para aumentar el uso de un espacio comercial, la elección de colores varía dependiendo de la función de cada espacio, recomienda colores brillantes e iluminación mayor para inducir a la compra, y colores tierra con una luz cálida para promover el descanso.	
COMPARACIÓN			

Para esta pregunta, ningún arquitecto coincidió, mientras que para la EAC3 tanto la iluminación como el color son factores importantes para promover el uso de los espacios comerciales, pues establece que son complementarios; para el EAC1, es de mayor jerarquía la consideración de los tipos de colores, del mismo modo, el EAC2 difiere con todos y menciona que la iluminación es más relevante debido a que la tipología comercial por lo general contiene espacios cerrados que requieren de la elección de distintos tipos de luz, pero recomienda el mayor aprovechamiento de la luz natural.

En resumen, factores como iluminación y color son componentes de la arquitectura comercial que actúan como complemento, pues en conjunto son capaces de promover el mayor uso de estos espacios, un determinado color en combinación con mayor o menor iluminación generara distintas sensaciones a los usuarios, estos dependerán del espacio y el objetivo o función del mismo.

Nota. Datos de elaboración propia.

Entonces, según las opiniones de los arquitectos, sobre el **indicador 1: vista**, el diseño de los espacios comerciales en base a criterios de iluminación y color debe realizarse de manera conjunta, teniendo en cuenta que el tipo de iluminación puede modificar la manera en que se aprecia determinado color, es decir, las tonalidades pueden variar si se le aplica mayor o menor luz a un ambiente, esto conlleva también a provocar una sensación distinta en los usuarios, por tanto, deben proponerse de manera combinada y según la función del espacio.

En resumen, la elección de criterios de color y tipos de iluminación para fomentar el uso de un equipamiento comercial debe conceptualizarse de manera vinculada, ambos criterios son relevantes, uno tiene influencia sobre el otro, además, varían según las características espaciales (aberturas y cerramientos) y funcionales (venta, descanso, recreación, mantenimiento, etc.) de cada ambiente.

Posteriormente, se despliegan las fichas de análisis de contenido del presente **indicador 1: vista**, en total se plasmaron cuatro fichas sobre cuatro artículos científicos distintos.

Tabla 84

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°16
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial
Indicador 1: Vista		
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez		
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica
Store design: Visual complexity and consumer responses		https://acortar.link/xtNPbe
Autor	Jang, Ju Yeun; Baek, Eunsoo; Yoon, So Yeon; Choo, Ho Jung	Tipo de documento
Palabras claves	retail market, exterior design	Artículo científico
		País - Año
		China - 2018
		
Fuente: https://acortar.link/xtNPbe		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: COMPLEJIDAD VISUAL DEL ESPACIO COMERCIAL		
La complejidad visual de una tienda se define por dos dimensiones, la estética, que se define por los patrones de paredes, pisos, techos o muebles y dimensión funcional, definida por la distribución de la tienda. Los consumidores exteriorizan un mayor entusiasmo en una tienda con alta complejidad visual (2), y menor en una de complejidad visual baja (1), por tanto, mientras más alta sea la complejidad visual en una tienda puede producirse un mayor impacto positivo en los consumidores.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 85

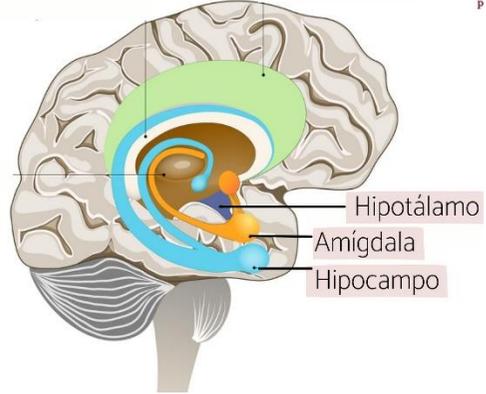
Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°17
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial	Indicador 1: Vista
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Retail store design and customer satisfaction of selected supermarkets in Kampala district Uganda	Referencia Bibliográfica
Autor	Nakato, Sarah	https://acortar.link/mU6Lrb
Palabras claves	retail market, exterior design	
	Tipo de documento Tesis	
	País - Año Uganda – 2012	
 		
Fuente: https://acortar.link/dqdimU		Fuente: https://acortar.link/9CTuNi
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
INFLUENCIA DEL COLOR EN LOCALES COMERCIALES		Aporte a la investigación
Se ha demostrado que las personas se sienten físicamente atraídas por los colores cálidos, por lo que los colores cálidos son una buena opción de color para atraer clientes a una tienda minorista. Los colores cálidos son apropiados para escaparates y entradas de tiendas, así como para situaciones de compra asociadas con compra por impulso.		Los colores cálidos son la mejor opción para llamar la atención de los consumidores, prioridad en entradas.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 86

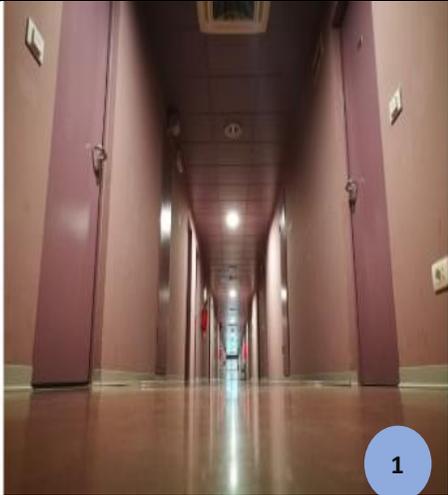
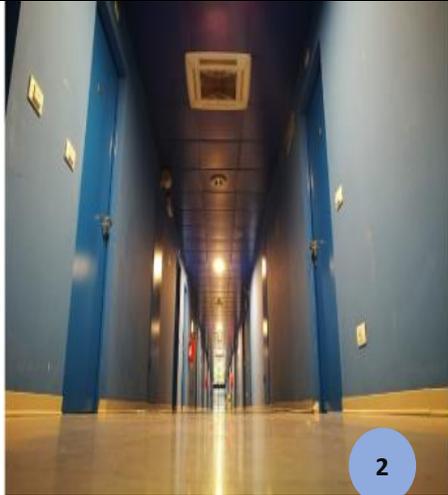
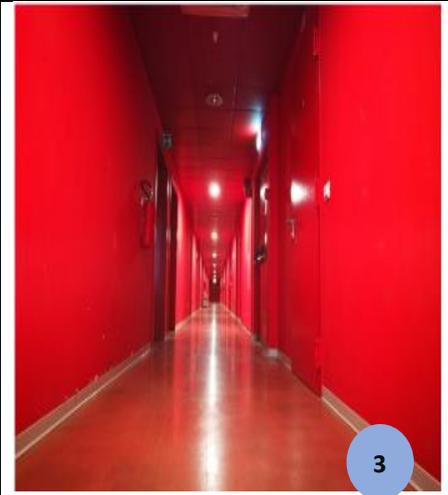
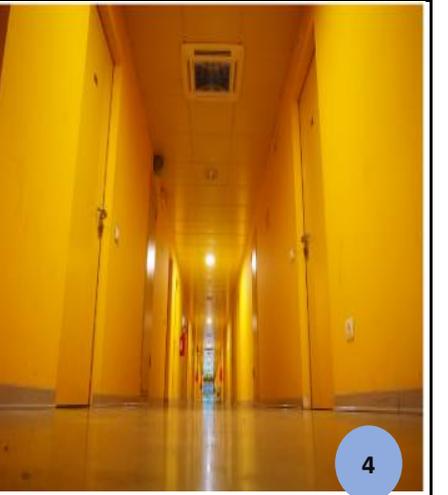
Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°18				
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.						
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial		Indicador 1: Vista				
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez								
Nombre del Documento		Senses of place : architectural design for the multisensory mind		Referencia Bibliográfica				
Autor		Spence, Charles		Tipo de documento				
Palabras claves		lighting color architecture		País - Año				
				Artículo científico				
				Inglaterra - 2020				
				https://acortar.link/e4h1qV				
1	Curvilínear	High	Open	Enclosed	Low	Open	Enclosed	Ver formas angulares, incluso brevemente, desencadena una respuesta de miedo en la amígdala, la parte del cerebro que está involucrada en la emoción.
		Rectilínear	Open	Enclosed		Open	Enclosed	
		Fuente: https://acortar.link/e4h1qV				Fuente: https://acortar.link/DDoPY7		 <p>Hipotálamo Amígdala Hipocampo</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado								
Aporte a la investigación: PERCEPCIÓN VISUAL DEL ESPACIO Y SU INFLUENCIA								
<p>La luz natural mantiene nuestro bienestar psicológico, durante el periodo de invierno es cuando más necesitamos de este elemento natural. Los neurocientíficos han demostrado que tenemos una preferencia natural por las formas curvas, ya sea en el espacio interior o en el mobiliario. En este sentido, las formas curvilíneas promueven nuestro deseo de acercamiento que las formas rectilíneas, es decir, las formas angulares, son percibidas como amenazantes, y por lo tanto liberan una respuesta de evitación, del mismo modo, los objetos o mobiliario con formas angulares, son elegantes y sofisticados, pero reprimen los impulsos lúdicos y las formas redondas hacen lo opuesto. Por ejemplo, una mesa circular o elíptica convierte una sala de estar de un espacio para la interacción tranquila a un espacio para la conversación y el juego, la altura del techo también interviene sobre las respuestas de acercamiento o alejamiento. Sin embargo, también la percepción visual del espacio también está influenciada por el color y la iluminación.</p>								

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 87

Ficha n°4 de análisis de contenido del indicador 1 del OE2

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°19	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial	Indicador 1: Vista	
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez			
Nombre del Documento Interior Color and Psychological Functioning in a University Residence Hall		Referencia Bibliográfica	
Autor Costa, Marco; Frumento, Sergio; Nese, Mattia; Predieri, Iacopo	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/DDoPY7	
Palabras claves Color, architecture	País - Año Italia - 2018		
 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">1</div>	 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">2</div>	 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">3</div>	 <div style="text-align: center; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">4</div>
Fuente: https://acortar.link/DDoPY7			
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado			
Aporte a la investigación: COLOR EN EL ESPACIO Y SU INFLUENCIA			
El estudio dio como resultado la preferencia de la población por tonos azules en lugar de tonos amarillos (2). La explicación parte del aprecio por las cosas que tiene un significado para nosotros. Por ejemplo, el agua es importante para sobrevivir y el agua tiende a ser azul, por ello es un color preferido; del mismo modo, la comida podrida es peligrosa para la salud y los alimentos podridos tienden a ser verdosos- amarillo, por ello, este color es en gran parte poco apreciado. Los colores púrpura y amarillo fueron calificados como los que más distraen (1), y el blanco como el que menos distrae. Los colores interiores con peores efectos en el estudio eran rojo y naranja, estos tonos son colores de onda larga por tanto pueden causar mayor excitación, este estado podría afectar negativamente el desempeño en tareas donde se requiere de concentración, pero son recomendados para espacio lúdicos (3) (4). El color azul con un nivel de luminosidad adecuado y un techo blanco es preferido en las áreas de estudio.			

Nota. Datos de elaboración propia.

Partiendo de la revisión de la literatura elaborada, en base al **indicador 1: vista**, de la segunda subcategoría, los espacios comerciales pueden desarrollar una complejidad visual, esta comprende la parte estética, que tiene que ver con la caracterización de las superficies del espacio, así como de los muebles; por otra parte, se encuentra la parte funcional, que tiene que ver con la distribución de los elementos ya mencionados. Locales comerciales con mayor complejidad visual influyen positivamente en los consumidores.

En relación a la influencia de los colores sobre las personas, las personas prefieren los colores cálidos, son recomendados para atraer clientes, son adecuados para escaparates y entradas de tiendas, así como para promover la compra por impulso, es por ello, que los colores rojo y naranja causan mayor exaltación, esto influye negativamente en lugares donde se requiere de concentración, pero son convenientes para espacios de juego o entretenimiento. Por otro lado, los colores que más distraen son el púrpura y amarillo el que menos distrae es el blanco. Así mismo, las personas prefieren tonos azules en lugar de tonos verdosos – amarillos para espacios de estudio o para la lectura.

En relación a la iluminación, la luz natural promueve el bienestar psicológico, espacios donde se aprovecha este elemento natural son preferidos por las personas, especialmente en la estación de invierno donde los espacios interiores tienen a oscurecerse más.

Otro factor influyente que es percibido por la vista es la forma, se ha demostrado que las personas prefieren las formas curvas, ya sea en el espacio interior o en el mobiliario. En este sentido, las formas curvilíneas promueven nuestro deseo de acercamiento a diferencia de las formas rectilíneas o angulares, pues estas son percibidas como amenazantes, y por lo tanto provocan una respuesta de evitación, del mismo modo, los objetos o mobiliario con formas angulares, son elegantes y sofisticados, pero reprimen las actividades lúdicas, el efecto contrario producen las formas curvilíneas. Por ejemplo, una mesa redonda convierte una sala de estar, de un lugar para la participación tranquila a un espacio para la conversación y el juego, sin embargo, esta percepción visual también depende del color, altura e iluminación del espacio.

En síntesis, en la percepción visual del espacio comercial intervienen los colores, formas, alturas e iluminación del espacio, cabe resaltar que la forma incluye tanto la forma de los elementos estructurales como del mobiliario. Específicamente, los usuarios prefieren colores cálidos como rojo y naranja para zonas de circulación, zonas de recreación y entretenimiento, este color también es capaz de inducir la compra impulsiva por tanto se recomienda su implementación en los espacios para la venta, por otro lado, para espacios tranquilos donde se puede desarrollar la lectura o simplemente la observación conviene el uso de colores en tonos azules o blancos. Es usual también que los usuarios prefieran espacios con iluminación natural, con formas y mobiliarios curvilíneos, pues estos inducen el acercamiento al ambiente. Las combinaciones de todos los elementos mencionados en un espacio comercial expresan un nivel de complejidad visual, la documentación refiere que se prefieren los ambientes con complejidad visual alta, esto quiere decir, que las personas eligen interactuar con espacios que tengan patrones estéticos (formas, colores, alturas, iluminación del espacio y mobiliario) y funcionales (distribución) complejos.

Discusión por indicador: vista

En esta parte, se presenta el cotejo de los hallazgos de los instrumentos utilizados, es decir, de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en torno al **indicador 1: vista**, conforme a los arquitectos, el color y la iluminación de un espacio comercial influye de manera conjunta en el comportamiento de los usuarios, ambos criterios son relevantes, sin embargo, su elección dependerá de las características espaciales (aberturas y cerramientos) y funcionales (venta, descanso, recreación, mantenimiento, etc.) de los espacios; al respecto, de la revisión de la literatura, se obtuvieron resultados similares, pues la influencia de los colores sobre las conductas de las personas varía cuando un determinado color se mezcla con distintos tipos de iluminación, formas, alturas o aberturas, así como, con distintos tipos de organización de los mobiliarios. Cabe resaltar, que ambos resultados coinciden en la recomendación de tonos cálidos entre rojos y naranjas para espacios comerciales.

Continuando con la investigación, se expone la **guía de entrevista semiestructurada**, correspondiente al **indicador 2: oído**, con dos preguntas, luego, se muestran las interpretaciones y cotejo entre las opiniones de los expertos.

Tabla 88

Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 2

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 2	Oído
Sub-categoría 2	Lenguaje sensorial en el espacio comercial. (Fernández, C. 2017)	Sub-indicador 1	Ruido ambiental
PREGUNTA 10			
<p>En cuanto a la percepción del sentido del oído, algunos sonidos pueden ser placenteros y otro no, por ejemplo, los ruidos molestos provenientes del exterior de una edificación corresponden al ruido ambiental. Como se indicó anteriormente, en Jorge Chávez tales ruidos son producto del sonido de las motos y los animales de granja. En su opinión ¿De qué manera, afectaría a los usuarios del distrito, el no controlar el ruido ambiental en los espacios comerciales?</p>			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
<p>1. Si no hay confort por la existencia de ruido la población que ocupe este edificio se retirará y de esta manera no sería sostenible nuestro proyecto comercial.</p>	<p>Los espacios comerciales deben permitir al cliente abstraerse por un momento del exterior, en ese sentido si no se controla el ruido molesto exterior la experiencia del visitante no será la mejor y esto puede determinar el éxito de la propuesta.</p>	<p>Si el ruido es muy fuerte puede generar molestias en los usuarios y hacer que no quieran permanecer mucho tiempo en esos espacios, es por esto que es importante encontrar soluciones arquitectónicas para controlarlo.</p>	
INTERPRETACIÓN			
<p>El arquitecto hace mención a la necesidad obligatoria de controlar el ruido, pues este provocaría el fracaso de la edificación comercial, pues la población evitaría el uso de dichos espacios.</p>	<p>El arquitecto hace mención a la necesidad obligatoria de controlar el ruido ambiental, pues este interviene en el logro del correcto funcionamiento del establecimiento, entendiendo este equipamiento como un espacio en el que los usuarios deben olvidarse por un momento de las condicionantes de fuera.</p>	<p>La arquitecta hace mención a la necesidad obligatoria de controlar el ruido ambiental a través de estrategias arquitectónicas, de lo contrario provocaría incomodidades en los usuarios durante el proceso de compra, lo que al final, generaría el desuso de los ambientes.</p>	
COMPARACIÓN			
<p>Para esta pregunta, todos los arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coincidieron, pues determinaron que el ruido ambiental en el equipamiento comercial influye de manera negativa en el funcionamiento del espacio, provoca la incomodidad de los usuarios, destruye la imagen urbana y finalmente, induce el olvido y abandono de la edificación. Por tanto, deben diseñarse soluciones viables mediante el uso de la arquitectura.</p> <p>En síntesis, el ruido producido por el entorno urbano ingresa a los espacios comerciales, de modo que, afecta la percepción auditiva de los usuarios, por tal motivo, deben proponerse estrategias arquitectónicas para disminuir tales ruidos o eliminarlos por completo, de lo contrario, las personas no harían uso de la edificación.</p>			

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 2	Oído
Sub-categoría 2	Lenguaje sensorial en el espacio comercial. (Fernández, C. 2017)	Sub-indicador 2	Experiencia auditiva creada por la arquitectura
PREGUNTA 11			
Sabemos que ciertos componentes de la arquitectura emiten sonidos, tales estimulan e influyen el comportamiento de sus usuarios. En este sentido ¿De qué forma la experiencia auditiva creada por los elementos que componen la arquitectura en un espacio comercial en Jorge Chávez podría ser un aspecto importante para la integración de sus ciudadanos?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
1. El sonido del silencio, la música es el arte que da paz al alma. Y por ende confort y vida a cualquier edificio.	Se podría implementar alguna forma de utilizar a favor el sonido de la lluvia que es relajante. Dicho sonido varía dependiendo de la superficie en la que cae, además se podría trabajar la recolección y caída de agua a favor	Evitar que el sonido de equipos o máquinas este por las zonas públicas.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto hace mención a dos estrategias arquitectónicas para el control del ruido ambiental, en primer lugar, la hermetización de los espacios con mayor ruido para lograr el silencio y la integración de música en el edificio comercial.	El arquitecto hace mención al uso del sonido de un elemento natural como la lluvia para su aprovechamiento, es decir, provocar el sonido positivo de la naturaleza para reemplazar el negativo del entorno, este se puede implementar por medio de su recolección y caída a modo de cascadas o piletas.	La arquitecta hace referencia no a la creación de sonidos positivos en la edificación, sino al simple alejamiento de los ruidos de las zonas públicas, producidos por maquinas o equipos mecánicos.	
COMPARACIÓN			
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC1 y EAC2 concuerdan, pues proponen una estrategia que consiste en la incorporación de un sonido agradable para contrarrestar un ruido, en caso del EAC1 plantea el uso de la música, mientras que el EAC2 propone el uso del sonido de la lluvia. Así mismo, el EAC2 y EAC3 coinciden pues proponen una estrategia diferente que se basa en la eliminación del ruido por medio de barreras o el alejamiento de tal ruido, el EAC2 plantea el cerramiento del espacio más cercano a dicho ruido, y la EAC3 plantea el distanciamiento de zonas donde se coloquen dispositivos mecánicos.</p> <p>En resumen, el ruido ambiental puede dosificarse a través de la experiencia auditiva creada por componentes de la arquitectura, de tal modo que no perjudique al funcionamiento tanto interior como exterior de los espacios de la edificación comercial, esto se puede dar ya sea por medio del cerramiento o alejamiento de la zona donde es mayor el problema acústico o a través de la incorporación de sonidos producidos por la naturaleza, en este caso, por la lluvia.</p>			

Nota. Datos de elaboración propia.

A continuación, en base a las opiniones de los especialistas en diseño comercial, conforme al **indicador 2: oído**, el ruido ambiental es el sonido producido

por fuentes del entorno que causa incomodidad en las personas que lo perciben, especialmente si estos ingresan a un equipamiento de envergadura comercial y social, incluso puede provocar el desuso de los espacios por más bien distribuidos que se encuentren, por tanto, es importante incluir un estudio previo de las fuentes de ruido para proponer estrategias arquitectónicas acústicas a favor de la experiencia auditiva del sitio. En este escenario, el ruido ambiental puede controlarse por medio de la experiencia sensorial creada por la arquitectura, por ejemplo, por medio de la menor abertura de los volúmenes donde el ruido sea mayor, o la separación de la edificación central de la zona más ruidosa, así mismo, se puede agregar nuevos sonidos al interior para disimular los del exterior, una fuente de percepción positiva acústica es la naturaleza, por ejemplo, en zonas donde llueve si se integran espacios sin cobertura este sonido podrá ser percibido y aprovechado, en zonas donde no llueve, se puede integrar formas de caída de agua artificiales como piletas o cascadas que funcionan por acción mecánica.

En suma, existen ruidos provocados por circunstancias o actividades humanas que se desarrollan en el entorno, tales afectan al uso de las edificaciones y el espacio público, por tal motivo, el diseño de espacios, en este caso comerciales debe pensarse teniendo en cuenta la percepción acústica tanto interior como exterior, pues este sentido actúa de manera conjunta con los demás sentidos para generar una respuesta de aceptación o rechazo del espacio. Una de las soluciones para controlar el ruido ambiental es el emplazamiento de zonas abiertas lo más alejado posible de los sonidos molestos y aquellos espacios cercanos deben poseer menor proporción de aberturas, el cerramiento actúa como barrera acústica, la otra manera, es a través de la integración de nuevo sonidos, desde música hasta sonidos de la naturaleza (agua).

Consecutivamente, se presentan las fichas de análisis de contenido correspondientes al **indicador 2: oído**, en este caso se realizaron sólo dos fichas en base a dos artículos científicos diferentes.

Tabla 89

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE2

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°20
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial	Indicador 2: Oído
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez		
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica
Autor		Tipo de documento
Palabras claves		País - Año
Senses of place : architectural design for the multisensory mind Spence, Charles lighting color architecture		Artículo científico Inglaterra - 2020 https://acortar.link/DDoPY7
		
Paley Park, New York, por Zion y Breen. Fuente: https://acortar.link/DDoPY7		Fuente: https://acortar.link/LGj1xR
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: PERCEPCIÓN ACÚSTICA DEL ESPACIO Y SU INFLUENCIA		
El uso de los sonidos de la naturaleza, por ejemplo, el sonido del agua, ayuda a disfrazar otros sonidos. Las personas creen que los sonidos de enmascaramiento, pueden influir en alivio. En un experimento realizado por los autores a grupos de control, al primer grupo se les informó que podía escuchar el ruido de maquinaria industrial, mientras que al segundo grupo se le dijo que podían escuchar sonidos de la naturaleza, basados en una cascada; la aceptación subjetiva fue significativamente mayor en los que creían que estaban escuchando los sonidos de la naturaleza que en aquellos que pensaron que escuchaban ruido industrial. Paley Park en Nueva York es una solución al problema del ruido de tráfico no deseado del entorno, en 1967, el lote baldío como resultado de la demolición del Stork Club, se convirtió en un pequeño parque público, el espacio fue desarrollado por Zion y Breen, en este espacio acústico, dicho ruido es enmascarado por la presencia de una cascada en el extremo del lote. Además, las sillas pueden moverse, esto permite al visitante acercarse a la cascada en caso de querer reducir más el ruido urbano, la vegetación que crece a lo largo de las paredes también ayudan a absorber el ruido de la ciudad.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 90

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE2

		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°21	
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial		Indicador 2: Oído	
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez					
Nombre del Documento		International flagship stores: An exploration of store atmospherics and their influence on purchase behaviour		Referencia Bibliográfica	
Autor		Blazquez, Marta; Boardman, Rosy; Xu, Luyu		Tipo de documento	
Palabras claves		retail market, exterior design		Artículo científico	
		País - Año		Inglaterra - 2019	
					
Fuente: https://acortar.link/2xRK6g		Fuente: https://acortar.link/bUuGRw			
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado					
PERCEPCIÓN ACÚSTICA DEL ESPACIO			Aporte a la investigación		
En el estudio se consideró el ruido y la música como uno de los elementos influyentes en la arquitectura comercial, pues los participantes comunicaron preferir un ambiente tranquilo con música suave. Así mismo, señalaron que la música debe ser coherente con la imagen de la marca y productos ofrecidos.			Los autores del presente artículo hacen referencia a la influencia positiva de la música suave dentro de los espacios comerciales, pues dotan el espacio de tranquilidad en oposición al bullicio de los grupos sociales aglomerados en el espacio, tales sonidos deben responder a la mercadería.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la literatura ya expuesta, en torno al **indicador 2: oído**, de la segunda subcategoría de la investigación, las personas perciben los espacios comerciales también desde el sentido del oído, el sonido del agua es comúnmente empleado para enmascarar los ruidos molestos del entorno en espacios públicos, el mismo papel cumple la vegetación ubicada de manera estratégica en grupo como barreras o individualmente como encapsuladores del ruido urbano. Así mismo, la música suave influye de manera positiva en los usuarios de los espacios comerciales, pues es otro elemento que enmascara el bullicio producido por la dinámica social propia de tales espacios.

En resumen, la percepción acústica del espacio comercial influye de manera positiva en los consumidores si esta experiencia integra sonidos placenteros, estos pueden ser introducidos de manera artificial por medio de la música tranquila, o por medios naturales, propios del sonido del agua, tener en cuenta que este tipo de equipamiento integra a grandes aforos por lo tanto es importante incluir en el diseño elementos que permitan enmascarar los ruidos producidos por conversaciones por ejemplo, además de los ruidos que puedan ser generados desde el exterior, la idea es mejorar la experiencia sensorial de los usuarios para la aceptación del espacio.

Discusión por indicador: oído

A continuación, se expone la comparación de los resultados de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, conforme al **indicador 2: oído**, en base a las opiniones de los expertos, la introducción de ruidos del exterior en los espacios interiores comerciales impacta directamente en el uso e integración de los usuarios, el oído es capaz de percibir distintos sonidos a la vez, por ende, el diseño de espacios comerciales debe incluir el estudio acústico de la zona. En este sentido, los expertos recomiendan la ubicación estratégica de espacios públicos alejados de los ruidos inoportunos, así mismo, aquellos espacios que forzosamente se ubiquen cerca de las zonas más ruidosas, debe procurarse el cerramiento del volumen a modo de defensa acústica, por otra parte, se recomienda también la integración de sonidos más agradables para disfrazar los otros sonidos, con música o sonidos originarios de elementos naturales como el agua, pues son los que más beneficios generan en las personas. Así mismo, de la revisión de la literatura, se

hallaron teorías y estrategias similares, por ejemplo, el uso de agua como fuente acústica agradable, o de la música suave sobretodo en interiores.

A partir de esta sección, se presenta la **guía de entrevista semiestructurada**, sobre el **indicador 3: olfato**, a este indicador le corresponden dos interrogantes, las que fueron aplicadas a los especialistas en diseño comercial, así mismo, se muestran las interpretaciones y comparación de respuestas.

Tabla 91

Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 2

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 3	Olfato
Sub-categoría 2	Lenguaje sensorial en el espacio comercial (Fernández, C. 2017)	Sub-indicador 1	Propiedades olfativas de los materiales
PREGUNTA 12			
Conociendo que todo material posee propiedades olfativas , y estas son percibidas por el sentido del olfato ¿Qué materiales deberían utilizarse en un espacio comercial en el distrito de Jorge Chávez para fomentar la socialización de sus usuarios?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
Integrar elementos naturales o vegetación en un patio de comidas.	La mayoría de materiales en su estado natural puede emitir olores, pero cuando hablamos de materiales de construcción el olor no es una de las características representativas.	Podrían utilizarse materiales cálidos como la madera para fomentar una sensación de calidez y plantas de distintos tipos para purificar el aire y darles un aroma especial a los espacios.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto hace mención del uso de elementos naturales como la vegetación en zonas sociales como el patio de comidas, de esta manera propone que lograría la integración social a través de la influencia aromática de las plantas.	El arquitecto se limita a mencionar que los materiales de construcción no son capaces de emitir olores. Por lo tanto, no se puede promover la integración social por medio del uso de ninguno material. A menos que se consideren únicamente su integración en estado natural. Sin embargo, no hace alusión a ningún material.	La arquitecta hace mención al uso de materiales percibidos como cálidos, entre la madera y la vegetación, además hace referencia a los efectos de dichos materiales, por ejemplo, la madera transmite calidez mientras que las especies vegetales, olores agradables.	
COMPARACIÓN			
Para esta pregunta, los arquitectos EAC1 y EAC3 concuerdan, pues proponen el uso de la vegetación como componente aromático en espacios comunes que tengan como función o actividades la recreación, descanso o entretenimiento, para promover el uso del equipamiento y consigo la integración de las personas. Sin embargo, el EAC2 considera que los materiales en arquitectura no tienen la capacidad para transmitir olor por lo tanto su uso no influirá en ningún aspecto en la percepción olfativa de los usuarios.			
En síntesis, es posible hacer uso de materiales como la madera o la vegetación en espacios exteriores o interiores de los establecimientos comerciales para aprovechar sus propiedades olfativas, los olores agradables son aromas que influyen positivamente en las personas, por			

tanto, generan una respuesta de atracción por parte de quien lo percibe, de esta manera, puede fomentarse la integración social dentro de un espacio comercial.			
Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 3	Olfato
Sub-categoría 2	Lenguaje sensorial en el espacio comercial. (Fernández, C. 2017)	Sub-indicador 2	Olor ambiental
PREGUNTA 13			
Anteriormente se mencionó que, en el distrito de Jorge Chávez un elemento desagradable percibido por el olfato es producto de la explotación y crianza de ganado, y la proximidad de vertederos de basura, en acequias o bordes de ríos. En su opinión, ¿de qué manera, no controlar el olor ambiental puede afectar la integración de las personas en los espacios comerciales en Jorge Chávez?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
Afectaría con la no concurrencia de la población beneficiaria.	Sería totalmente desagradable que el olor de animales y vertederos ingrese al espacio comercial. Definitivamente se debe evaluar este problema adecuadamente antes de siquiera desarrollar el proyecto.	Para que las personas quieran permanecer en un espacio y socializar, este debe cumplir con ciertas características de confort, de lo contrario solo realizarán las actividades necesarias (como comprar sus alimentos) y saldrán de ahí lo más rápido posible.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto hace mención al desuso y abandono de un establecimiento comercial como efecto por no controlar el olor desagradable que puede producirse en un determinado entorno.	El arquitecto hace mención a la calificación desagradable de un establecimiento comercial en caso no se controlen olores provenientes de las deposiciones de animales o de vertederos de basura.	La arquitecta hace mención al uso limitado del espacio comercial en caso no se controlen los olores desagradables pues para lograr la socialización dentro de cualquier espacio es necesario en primer lugar, dotar de confort especialmente el olfativo al espacio comercial.	
COMPARACIÓN			
<p>Para esta pregunta, los arquitectos todos los arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 coinciden, los tres concluyen en que no controlar aquellos olores provenientes del exterior que sean incómodos o molestos, convergerá en el no uso o uso limitado y momentáneo, donde únicamente se accederá para comprar por necesidad y retirarse, ambos escenarios implican de todas maneras la no integración de las personas en los espacios comerciales.</p> <p>En resumen, es necesaria la acción de control respecto a olores desagradables del entorno urbano, pues estos influyen de manera negativa a través de dos escenarios, el primero donde las personas solo ingresarán únicamente ante la necesidad de adquirir productos, pero de manera inmediata, esto evidentemente priva de la posible integración entre consumidores, por otro lado, el segundo escenario es aún más dramático y perjudicial pues incluye la no concurrencia a la edificación comercial.</p>			

Nota. Datos de elaboración propia.

En seguida, conforme a las respuestas de los expertos, en relación al **indicador 3: olfato**, es relevante el control de olores desagradables producidos por el entorno urbano, debido a que estos intervienen de manera negativa en el funcionamiento de la edificación comercial, la primera situación desfavorable que se generaría es donde los usuarios harán uso limitado y único de los espacios de venta solo por la necesidad de adquisición de productos, sin embargo, el uso limitado del espacio por parte de vendedores, provocaría el desabastecimiento total del equipamiento; la segunda situación desfavorable incluye el abandono de la edificación comercial, ambas situaciones concebirían a largo plazo lo mismo, un espacio comercial inservible que en vez de integrar a la población la fragmentara más, obligándolos a buscar nuevos espacios para vender sus productos.

En síntesis, la percepción olfativa del espacio comercial influye de manera negativa en los consumidores si esta experiencia incluye olores desagradables, algunos entornos urbanos son focos de contaminación ambiental, de no identificar las fuentes de origen y plantear acciones para el control o eliminación de los olores incómodos, la edificación que se emplaza en dicha zona será rechazada por los usuarios, todo espacio busca alcanzar el confort, el confort olfativo forma parte del confort humano, el objetivo es optimizar la experiencia sensorial de las personas para fomentar el deseo de permanencia y estancia en el espacio, lo que conllevaría a la integración social.

A continuación, se exponen las fichas de análisis de contenido correspondientes al **indicador 3: olfato**, se realizaron tres fichas sobre tres artículos científicos distintos.

Tabla 92

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE2

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°22
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial	Indicador 3: Olfato
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez		
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica
International flagship stores: An exploration of store atmospherics and their influence on purchase behaviour		https://acortar.link/xtNPbe
Autor	Blazquez, Marta; Boardman, Rosy; Xu, Luyu	
Palabras claves	retail market, exterior design	
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Inglaterra - 2019	
		
Fuente: https://acortar.link/5ieFY6	Fuente: https://acortar.link/E6acoA	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
INFLUENCIA DEL OLOR EN LA EXPERIENCIA DE COMPRA O CONSUMO	Aporte a la investigación	
El olor agradable de los espacios de venta constituye una señal atmosférica que influye significativamente en la experiencia de compra de las personas, induce a conductas de acercamiento o evitación a los productos.	La percepción sensorial olfativa de aromas influye en la experiencia de compra y uso de los espacios.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 93

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE2

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°23
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial	Indicador 3: Olfato
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez		
Nombre del Documento Senses of place : architectural design for the multisensory mind		Referencia Bibliográfica
Autor Spence, Charles	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/e4h1qV
Palabras claves smell architecture	País - Año Inglaterra - 2020	
 <p style="text-align: center; font-size: small;">Fuente: https://acortar.link/CZ2Is7</p>	<p>Un edificio que se menciona a menudo por su diseño olfativo es la Casa Silicon de los arquitectos SelgasCano, situado en las afueras de Madrid, se enfatiza lo olfativo a través de los olores de las plantas y a la vez en los elementos táctiles del diseño.</p>	 <p style="text-align: center; font-size: small;">Fuente: https://acortar.link/l3zIDG</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: PERCEPCIÓN OLFATIVA DEL ESPACIO		
Los paisajes olfativos de las ciudades han ayudado a llamar la atención sobre los paisajes olfativos que pueden ofrecer los espacios urbanos y sus efectos en las personas, el concepto de jardín curativo ha resurgido en los últimos años, y los beneficios giran en torno al efecto curativo o restaurador del olor a flores y plantas. El elemento olfativo del diseño puede ser utilizado para influir positivamente en el cambio del comportamiento, por ejemplo, las personas tienden a participar en más comportamientos de limpieza cuando hay un toque de cítricos en el aire. En el futuro, se pueden imaginar espacios públicos llenos de flores aromáticas y árboles, con el objetivo de desalentar a las personas de tirar basura, e incluso reducir el vandalismo. En términos del mecanismo cognitivo, se plantea que el olor influya sobre el comportamiento, al oler un aroma ambiental este se asocia con un concepto, luego dicho concepto se activa y se expresa en una acción.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 94

Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 3 del OE2

		FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°24
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial		Indicador 3: Olfato
Objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez				
Nombre del Documento		Architecture Nose. Towards multisensory architecture, an exploration of the sense of smell		Referencia Bibliográfica
Autor	Billottet, Camille	Tipo de documento	Artículo científico	
Palabras claves	Smell architecture	País - Año	Holanda - 2020	
				<p>Lavanda: ayuda a disminuir el estrés y la ansiedad, también mejora el sueño, calma el dolor y cura quemaduras y heridas más rápido.</p> <p>Menta: el efecto de la menta durante pruebas matemáticas y cognitivas, utilizando electroencefalografía. Determinó el aumento significativo en tareas visuales y también mostró una mejora en la calidad del trabajo</p> <p>Salvia esclarea, geranio y tomillo: ayuda al equilibrio de estrógeno, progesterona, niveles de cortisol, tiroides y testosterona.</p> <p>Orégano: inmuno estimulador, antiviral con propiedades antibacterianas debido a dos compuestos carvacrol y timol que tienen propiedades antimicrobianas</p> <p>Incienso: el aceite esencial de incienso es un estimulante inmunológico con propiedades antivirales y antibacterianas.</p>
Fuente: https://acortar.link/XPoKJO		Fuente: https://acortar.link/wSwr8b		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado				
Aporte a la investigación: EFECTO DEL AROMA ACEITES ESENCIALES EN LA SALUD PARA DISMINUIR LOS CONTAGIOS POR COVID EN ESPACIOS COMERCIALES				
Los seres humanos pueden discriminar al menos un billón de estímulos, sin embargo, sólo del 15 al 20% de las moléculas tratadas por el cerebro se utilizan, el olfato necesita prestar atención a su entorno y la nariz necesita ser entrenada y educada para explotar más de ellos. Y como pasamos el 87 % de nuestro tiempo en interiores y respiramos 33000 veces al día, los diseñadores deben ser conscientes del potencial de los aromas, considerando nuestro entorno construido no sólo como una entidad construida, sino como un entorno percibido y vivido.		Es posible utilizar fragancias para el bienestar y la salud, o para resaltar la experiencia de los visitantes en un espacio. Estas propiedades de plantas y olores para inducir un cambio en nuestro estado de ánimo, salud o bienestar son cada vez más investigadas, Judith Amores de MIT Media Lab17 explora varios dispositivos olfativos portátiles para difundir un aroma diferente dependiendo de la situación, especialmente en la actualidad que el principal objetivo mundial es evitar la propagación de la covid 19 en espacios de uso público.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la literatura presentada, sobre el **indicador 3: olfato**, de la segunda categoría del estudio, la percepción de la arquitectura comercial desde el sentido del olfato influye en la experiencia de compra y uso de los espacios, así mismo, modifica el comportamiento de los usuarios. Todos los espacios urbanos son capaces de ofrecer paisajes olfativos con composiciones aromáticas que benefician a las personas, por ejemplo, es posible utilizar aromas para inducir un cambio en nuestro estado de ánimo, salud o bienestar, actualmente se reconocen varios dispositivos olfativos portátiles que permiten la difusión de un aroma diferente dependiendo del objetivo de cada espacio, aceites esenciales de orégano e incienso provocan efectos antivirales y antibacterianos, en la actualidad su uso debe ser aplicado pues aportaría a la disminución de contagios de covid 19 en espacios de uso público. Los jardines curativos, por medio del olor a flores y plantas producían efectos curativos o restauradores de la salud, otro efecto del elemento olfativo del diseño es el cambio en la conducta, por ejemplo, ante el estímulo olfativo cítrico, las personas generan comportamientos de limpieza, bajo este razonamiento, se pueden proponer espacios públicos con vegetación aromática, para reducir el arrojado de la basura, en este sentido, oler un aroma ambiental asocia en nuestro cerebro un concepto, después dicho concepto se activa y se expresa por medio de un comportamiento.

En resumen, la percepción de distintos aromas en espacios comerciales influye significativamente en la salud, en los comportamientos y en la experiencia de compra y uso del equipamiento, el estudio de los olores de las plantas y árboles permite su adecuada implementación en los proyectos para beneficiar a los usuarios, el olor al ser percibido actúa directamente en nuestro cerebro, y este responde según el tipo de aroma inhalado. El disfrute de un espacio por los beneficios que brindan sus cualidades olfativas provocará el mayor uso del equipamiento, por ende, es más viable que la población socialice en el lugar.

Discusión por indicador: olfato

Seguidamente, se presenta el balance de los hallazgos de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en relación al **indicador 3: olfato**, en base a las opiniones de los expertos, los olores desagradables dentro de una edificación comercial influyen de manera negativa en sus usuarios, algunos

ambientes urbanos albergan puntos de contaminación ambiental críticos, estos se deben identificar para proponer estrategias que minimicen dichos olores, de lo contrario la edificación será abandonada, optimizar la experiencia sensorial olfativa fomentará la permanencia en el espacio, y la integración de la sociedad. Desde esta perspectiva, de la revisión de la literatura, se encontraron resultados equivalentes, por ejemplo, el hecho de que los aromas son responsables directos de la experiencia del lugar, la principal actividad que realiza nuestro cuerpo es respirar, por tanto, percibimos los espacios de manera inconsciente desde sus aromas, del mismo modo, inconscientemente nuestro cuerpo responde al estímulo olfativo con una acción, las respuestas generalmente están relacionadas a la salud, el bienestar o al comportamiento, si un ambiente se percibe positivamente este se convierte en un espacio aceptado, que probablemente uno volverá a visitar, y el uso continuo de una edificación condiciona la integración de sus usuarios.

Discusión por objetivo:

De los resultados del **objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez**: Todo espacio es percibido sensorialmente, esto quiere decir que nuestros sentidos son los encargados de recibir estímulos a los que respondemos positiva o negativamente, percibir el espacio comercial implica especialmente el uso del sentido de la vista, oído y olfato.

La percepción de la vista se logra a través de estímulos tanto estéticos como funcionales de los ambientes, esto incluye el tipo de color, iluminación, formas y distribución espacial. Los tonos cálidos entre rojos y naranjas, las formas curvilíneas y la organización libre del espacio y mobiliario, influyen de manera positiva e inducen a la compra en los espacios comerciales.

La percepción del oído se da por medio de estímulos acústicos tanto del exterior como de los elementos compositivos del equipamiento, los ruidos del exterior en los espacios interiores comerciales influyen negativamente y disminuyen el uso e integración de los usuarios, por ello es importante la ubicación estratégica de espacios públicos alejados de los ruidos desagradables, así mismo, el cerramiento de aquellos espacios que forzosamente se ubican junto de los lugares

problemáticos, o la integración de sonidos agradables, tal como música o sonidos provocados por elementos de la naturaleza, ejemplo, el agua, estos elementos acústicos pueden enmascarar los sonidos perturbadores del entorno, además benefician a las personas ofreciendo calma y tranquilidad.

La percepción del olfato se desarrolla en base a estímulos odoríferos tanto del exterior como de los elementos compositivos de una construcción, estos influyen en factores de salud, bienestar y comportamiento, los olores desagradables dentro de una edificación comercial afectan negativamente a sus usuarios, la mayoría de entornos urbanos alojan puntos de contaminación graves, estos se deben reconocer para plantear soluciones que mermen tales olores, de lo contrario el equipamiento será desatendido hasta su abandono, una buena experiencia olfativa impulsará la permanencia en el espacio, si un ambiente se percibe positivamente este se reconoce y asimila como bueno, por tanto se volverá a visitar, la asistencia constante a un espacio permite la integración con los demás usuarios.

Lo mencionado se puede comparar con los resultados de **Kohama (2020)**, los hallazgos guardan cierta relación pues a pesar de que el estudio determinó un bajo porcentaje de influencia de la arquitectura de los espacios comerciales en las actividades de esparcimiento e integración de sus usuarios (20.9%), siendo la influencia del diseño un 23.7% y la influencia por parte del confort de los espacios comerciales solo un 4.4%, se evidencia que sí existe una influencia que se relaciona directamente con la percepción visual, acústica y olfativa de cada usuario en relación a las características del equipamiento comercial, ocurre que los porcentajes pudieron variar debido a las circunstancias del contexto local, por ejemplo, si en el entorno urbano todos los equipamientos evocan modernidad y tecnología a través de sus materiales, colores y formas, todos ofrecerán diseños novedosos como estímulo visual, así mismo, si todos ofrecen espacios confortables acústica y olfativamente, entonces, el espacio comercial no generará ninguna influencia en especial en la población de una ciudad pues todos los equipamientos brindan los mismo beneficios, por tanto, la integración social se puede lograr en cualquiera.

Ante lo señalado, se concluye, que se está **de acuerdo** con los hallazgos del antecedente e ideas de los entrevistados, pues la importancia del lenguaje sensorial

de los espacios comerciales radica en la influencia positiva o negativa que se provoque en los usuarios, tal influencia depende de, primero, los tipos de estímulos que ofrece la arquitectura de las edificaciones de este tipo al sentido de la vista, oído y olfato; segundo, el impacto depende también del contexto de la zona y las cualidades visuales, acústicas y olfativas de los demás equipamientos. De todas formas, el diseño de una arquitectura comercial con criterios sensoriales creará espacios más agradables con experiencias de compra y estancia más placenteras, que fomentarán la intensificación del uso del espacio y consigo la integración de la sociedad.

Por ejemplo, en relación al sentido del olfato conforme a las ideas de Billottet (2020) ciertos olores impactan y benefician el bienestar y la salud de los usuarios, en el diseño arquitectónico puede influir el olor producido por las moléculas aromáticas de sus componentes, por ejemplo, el olor a lavanda disminuye el estrés, la ansiedad, mejora el sueño y calma el dolor; por otro lado, los olores producidos por materiales tales como el granito, y caliza, son agradables cercanos al petricor, es decir al olor a tierra mojada u olor a lluvia, el que es del agrado de las personas.

Además, conforme a Belkayali & Ayan (2017) los materiales de construcción a utilizar en una zona que evocan el sentido del olfato en el ambiente, debe elegirse en relación al agua, vida silvestre, variedad vegetal, del mismo modo, ciertos olores peculiares asociados al lugar deben volverse más dominante para evocar esa sensación en los visitantes.

Adicionalmente, conforme al sentido de la vista, acorde a Sage (2016) la iluminación en superficies y objetos verticales es un método eficaz para inducir a las personas a desplazarse hacia una zona específica, ya sea a través de iluminación artificial o natural. Siendo esta última, una fuente de luz especial que nos conecta con el mundo natural, es así que, dentro de sus beneficios se encuentran: evitar la depresión, sintetizar la vitamina D, relajación, vigorización del espíritu y energía. La naturaleza estática de la luz artificial mal desarrollada es uno de sus aspectos más deprimentes, a diferencia de la luz del día que es dinámica por los cambios durante el día y las estaciones. Ideas que comparte Dębowska (2017) pues menciona que la luz es uno de los elementos de la arquitectura capaz

de modificar estados de ánimo y construir emociones, debido a que desde la antigüedad este ha sido un determinante para el desarrollo de la vida.

Finalmente, sobre el sentido del oído, según Ercakmak & Dokmeci (2019) la calidad del ambiente acústico interior es uno de los temas que más influye en el alcance del bienestar de las personas por la cantidad de tiempo que pasan dentro de un espacio, en base a Kang (2020) de tal influencia se reconoce que, los estímulos de sonidos negativos, identificados como ruidos pueden causar efectos en la salud, los que pueden ser auditivos: tinnitus (silbido en los oídos) y pérdida de la audición; respecto a los efectos no auditivos se incluyen los trastornos del sueño, trastornos mentales (estrés, cambios de humor), efectos físicos (fatiga, dolor de cabeza), efectos cognitivos (dificultad del aprendizaje), efectos cardiovasculares, entre otros. Por tanto, conforme a los investigadores de la Organización Mundial de la Salud (OMS) se establecieron decibeles mínimos para determinados espacios, por ejemplo, menos de 30 dBA en dormitorios, menos de 35 dBA en salas de clases y 55 dBA como niveles aceptables de ruido en las zonas exteriores más expuestas de una construcción.

En relación, conforme a Dokmeci & Kang (2016) el entorno sonoro de los espacios cerrados se puede analizar a través de las características arquitectónicas y espaciales que están presentes en un lugar. Donde influyen las variables sonoras tales como: el sonido del entorno, sonidos producidos por la entidad construida y la experiencia contextual, es decir, las concepciones psicológicas de cada individuo que percibe el espacio. Por tales razones, es que, el lenguaje sensorial de las construcciones debe tenerse en cuenta en todo el proceso de diseño arquitectónico.

Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez.

Para alcanzar el tercer objetivo específico fue obligatoria la incorporación de una tercera subcategoría: **beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades**, con tres indicadores: **económico, social y cultural**, como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 95

Subcategorías del objetivo específico 3

SUBCATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Económico	Entrevista	Análisis documental
	Social		
	Cultural		
			Guía de entrevista semiestructurada
			Ficha de análisis de contenido

Nota. Elaboración propia

Para el estudio se aplicaron dos instrumentos de recolección de datos, tanto la guía de entrevista semiestructurada a arquitectos especialistas en diseño comercial como la ficha de análisis de contenido de artículos científicos de distintos investigadores, para al final generar los resultados de este objetivo específico.

En este sentido, se expone la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 1: económico**, al que le corresponde dos preguntas, estas fueron aplicadas a los arquitectos especialistas en diseño comercial mencionados con anterioridad, del mismo modo, se exponen las interpretaciones de cada respuesta y su comparación.

Tabla 96

Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 3

Título			
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 1	Económico
Sub-categoría 3	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Sub-indicador 1	Desarrollo económico
Objetivo específico 3			
Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez.			
PREGUNTA 14			
En la jurisdicción de Jorge Chávez se observa la ausencia de un equipamiento comercial, esto obliga a los pobladores a movilizarse hasta la Provincia de Celendín para acceder a la compra de productos, cada viaje tiene un costo de 5 soles y una duración aproximada de media hora en auto. En esta situación ¿De qué manera la construcción de un equipamiento comercial en Jorge Chávez aportará al desarrollo económico de los pobladores del distrito?			
RESPUESTAS			

EAC1	EAC2	EAC3
<p>1. Generación de trabajo a la población de J. Ch.</p> <p>2. Reducir el gasto innecesario de transporte hasta la ciudad capital de Celendín.</p> <p>3. Empoderar al distrito de J. Ch. en el sector sur de la provincia.</p>	<p>Definitivamente un equipamiento comercial genera desarrollo económico en diversas escalas de la economía y en diferentes etapas; desarrollo, licitación, adjudicación, construcción y operación. Una vez en funcionamiento será el centro de abastecimiento de la población a mayor escala y se convertirá en centro de distribución de mercancías a minorista. La mayoría de desplazamientos a Celendín para realizar transacciones comerciales ya no serán necesarios.</p>	<p>La construcción de un espacio comercial importante para la zona siempre trae consigo la aparición de establecimientos complementarios. Se necesita una tienda ancla que haga que la gente llegue a esa zona para que luego vayan apareciendo establecimientos complementarios, como por ejemplo restaurantes, bares, tiendas de artesanías; locales que por sí solos no atraerían tanta gente, pero al estar en conjunto hacen que la zona se potencie y atraiga a más gente aún.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto menciona que el aporte que ofrecerá la implementación de un equipamiento comercial en el distrito de Jorge Chávez será a través de la creación de empleos para los pobladores, así mismo, por medio de la disminución del gasto en movilidad para llegar a un equipamiento comercial más cercano a su vivienda, y el empoderamiento como distrito con potencial comercial en relación a la provincia de Celendín.</p>	<p>El arquitecto menciona que para la construcción de un equipamiento comercial es necesario seguir una serie de etapas, estas son desarrollo, licitación, adjudicación, construcción y operación, teniendo en cuenta ello, la edificación generará un desarrollo económico para el distrito en cada una de dichas etapas pues se requiere de la incorporación de materiales y mano de obra. Finalmente, el equipamiento construido servirá como fuente de abastecimiento para la población, esta cercanía eliminará los gastos en transporte hacia la provincia. Del mismo modo, el distrito asumirá dentro de sus fortalezas la capacidad de abastecimiento comercial minorista.</p>	<p>La arquitecta menciona que el desarrollo económico se logra a través de la inclusión de una edificación comercial capaz de atraer a consumidores a la zona, ello se logra por medio de la incorporación dentro del equipamiento de tiendas anclas, estas tiendas producirán la ejecución de nuevas edificaciones complementarias tales como restaurantes, bares, locales para la venta de artesanía o productos locales, que en conjunto dinamizaran la economía del distrito.</p>
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC1, EAC2 concuerdan, pues mencionan que la construcción de un equipamiento comercial aportará al desarrollo de la economía por medio de la creación de empleos durante todas sus etapas, durante su planeamiento, su construcción y en periodo de funcionamiento. Del mismo modo, ambos coinciden en que la nueva construcción de un espacio comercial distrital minorista en el sector eliminará los costos dirigidos al transporte urbano, además, promoverá el reconocimiento del distrito como cuna de comerciantes, un distrito mercantil capaz de abastecer su población y la de los distritos aledaños. Finalmente, la arquitecta EAC3 difiere, pero aporta de manera diferente, pues establece que el aporte a la economía se da por medio de la dinamización social del sector, pues el equipamiento comercial atraerá nuevos equipamientos, espacios complementarios al comercio que en conjunto producirán mayores ingresos económicos.</p> <p>En resumen, el aporte de la construcción de una edificación comercial a la economía del distrito se da por la empleabilidad de los pobladores, por la eliminación de gastos en transporte hacia la provincia, por el reconocimiento como distrito comercial y por el nuevo dinamismo social y económico que se creará con la implementación de nuevos equipamientos que complementaran al espacio comercial construido, a través de distintas actividades como recreación o esparcimiento.</p>		
Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 1 Económico

Sub-categoría 3	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Sub-indicador 2	Núcleo de empleo
PREGUNTA 15			
Si bien el distrito de Jorge Chávez no es considerado como pobre, existe un grupo de personas jóvenes desempleadas. En este sentido, la creación de una edificación comercial mejoraría los niveles de empleabilidad del distrito. En su opinión ¿Cuáles y cuántos puestos de trabajo aproximadamente generaría la implementación de una edificación comercial distrital en Jorge Chávez?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
De acuerdo al tipo de edificación comercial que se plantee y de acuerdo a la capacidad de servicios que contemple.	Los puestos de trabajo van en función al proyecto en sí, depende las categorías de negocio, de la cantidad y tamaño de los locales comerciales. Por ejemplo, en Mall Aventura Santa Anita hay 90 000m ² de área arrendable y se generan 3000 puestos de trabajo directos.	Depende del metraje, pero se generarán puestos de trabajos desde que inicia la construcción.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto menciona que la cantidad de empleos que ofrece la construcción de una edificación comercial varía según el tipo de equipamiento y aforo.	El arquitecto menciona que los puestos de trabajo que crea la construcción de un espacio comercial varía según el tipo de equipamiento y de la dotación cuantitativa de los puestos o locales comerciales. Así mismo, proporciona una escala a modo de ejemplificación, una edificación comercial de 90 mil m ² genera 3mil empleos.	La arquitecta menciona que la cantidad de empleos que genera un equipamiento comercial depende de su área y del requerimiento cuantitativo de personal en cada etapa de la construcción.	
COMPARACIÓN			
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC1 y EAC2 concuerdan, pues mencionan que la cantidad de empleos que crea un edificio comercial obedece al tipo de equipamiento y capacidad de aforo, Por otro lado, la EAC3 aporta a las demás opiniones pues determina que le número de puestos de trabajo guarda relación a el área del espacio comercial. Finalmente, los EAC2 y EAC3 coinciden pues mencionan el factor cuantitativo tanto de los puestos como del personal durante cada etapa de construcción del equipamiento comercial. Así mismo, el EAC3 ejemplifica la relación entre el área y la dotación de empleos, para un área de 90mil m² se genera un total de 3mil empleos.</p> <p>Recapitulando, la cantidad de empleos que crea una edificación comercial dependen del área, tipología, aforo, cantidad de puestos, cantidad de personal necesario durante todo el proceso de construcción. Como ejemplo, para un área de 90 000 m² se brindan 3 000 puestos de trabajo.</p>			

Nota. Datos de elaboración propia.

Continuando con la investigación, en base a las contestaciones de los especialistas, sobre el **indicador 1: económico**, una edificación comercial en el distrito de Jorge Chávez aportará a la economía del sector, ya sea a través de la empleabilidad, o por la eliminación del gasto por traslado desde el distrito hasta la provincia de Celendín que se generaba diariamente para la adquisición y/o venta de productos básicos. Así mismo, el distrito en cuestión adquirirá jerarquía en la provincia por su capacidad de abastecimiento minorista, será una nueva jurisdicción

comercial, esto promoverá el dinamismo social que se convierte al final en dinamismo económico pues el funcionamiento del equipamiento comercial construido en consecuencia promoverá la implementación de nuevos equipamientos complementarios, en donde también se concebirán transacciones comerciales. Sobre la empleabilidad, según los expertos, la edificación de un establecimiento comercial requiere de personal y mano de obra, la cantidad de puestos de trabajo obedecerán al área construida, a la tipología de comercio, al aforo y cantidad de puestos, por ejemplo, un espacio comercial con superficie de 90 000 m² brinda aproximadamente 3 000 empleos.

En resumen, dentro de los beneficios económicos concebidos por los espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez, se reconoce la reducción de gastos en pasajes que ya no serán necesarios, el desembolso económico promedio de las familias en relación a transporte excede actualmente y esto los limita para satisfacer sus demás necesidades, el otro beneficio económico involucra la mejora de las condiciones financieras de las familias del distrito, mediante la apertura de nuevos empleos, mientras más capacidad y área tenga la edificación comercial, mayor será el número de puestos de trabajo generados.

Posteriormente, se exteriorizan las fichas de análisis de contenido correspondientes al **indicador 1: económico**, se realizaron tres fichas sobre tres artículos científicos distintos.

Tabla 97

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE3

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°25
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 1: Económico
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Ten principles for rethinking the mall	
Autor	Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Referencia Bibliográfica https://acortar.link/okjJE0
Palabras claves	retail market, exterior design	Tipo de documento Libro País - Año Estados Unidos - 2006
		
Poblamiento disperso. Fuente: https://acortar.link/DDASrn	Poblamiento concentrado. Fuente: https://acortar.link/70fy1h	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación; DESARROLLO ECONÓMICO DEL ENTORNO DEL ESPACIO COMERCIAL		
Los autores del presente estudio mencionan que la construcción de centros comerciales en medio de suburbios provocó la urbanización de tal sitio. Lo que una vez fueron lugares en el borde del área metropolitana con bajos costos de la tierra, desarrollo residencial de baja densidad y espacios comerciales locales con limitados productos (1), ahora son lugares más urbanos, más densificados, con precios de suelo más altos, más servicios urbanos y una combinación mayor de usos. Por tanto, se observa que tal equipamiento ha provocado una serie de nuevas opciones de desarrollo (2) que no estaban disponibles cuando no existían los equipamientos comerciales.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 98

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE3

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°26
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 1: Económico
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento Planning and designing RURAL MARKETS		Referencia Bibliográfica https://acortar.link/qGfS8V
Autor Tracey, John	Tipo de documento Artículo científico	
Palabras claves stalls markets sections	País - Año Roma - 2003	
 <p style="text-align: center;">1</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">Fuente: registro fotográfico propio</p>	 <p style="text-align: center;">3</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">Fuente: https://acortar.link/a9l7vj</p>	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
DESARROLLO ECONÓMICO DEL ENTORNO DEL ESPACIO COMERCIAL	Aporte a la investigación	
Mercados minoristas con frecuencia cumplen una importante función social. agricultores en muchos países prefieren llevar sus propios productos al mercado en lugar de venderlos a los comerciantes. La visita al centro rural les brinda la oportunidad de comprar artículos no disponibles en sus pueblos y ponerse al día con las noticias locales. En muchos países, los mercados funcionan como algo más que simplemente un espacio para el intercambio comercial, proporcionan un lugar importante donde la gente puede reunirse. Mercados que son lugares atractivos para hacer negocios atraen compradores y vendedores por igual. Se promueve la competencia entre vendedores y al mismo tiempo los vendedores tienen una gran cantidad de clientes potenciales.	El autor del presente artículo menciona que el aporte al desarrollo económico de los espacios comerciales, es mediante la facilitación de estructuras o espacios adecuados donde los agricultores y artesanos locales pueden ofrecer sus productos, con una cartera amplia de potenciales clientes, locales, distritales interdistritales y hasta regionales. Lo mismo ocurre respecto al consumir, pues tendrá diversidad de precios.	

Nota. Datos de elaboración propia.

A partir de la revisión de la literatura expuesta, conforme al **indicador 1: económico**, de la tercera subcategoría del estudio, el aporte de un equipamiento comercial al desarrollo económico del lugar donde este se emplace parte de la urbanización del sitio, con la implementación de estos espacios el valor de la tierra aumenta, así mismo, los productos ofrecidos por los comercios locales son más diversos, la combinación de usos de suelo vuelven al espacio más densificado, también, se incrementan o mejoran los servicios urbanos. En adición, otro aporte al desarrollo económico, se da por la dotación de espacios propicios para que agricultores y artesanos del distrito puedan vender su mercadería, el espacio comercial permite a vendedores acceder a potenciales clientes provenientes de diversas zonas, y a consumidores, acceder a distintos precios, de los cuales puede elegir el que más le convenga en base a su economía.

En síntesis, cuando una edificación comercial se instala en un determinado territorio urbano este ejerce influencia en su entorno, si el lugar es de densidad baja, donde el suelo vale poco y los servicios urbanos son inaccesibles, lo que generará dicho equipamiento es exactamente la mejora de tales condiciones, primero, la densificación, en consecuencia, el valor de la tierra subirá, del mismo modo, los servicios urbanos irán optimizándose, por otra parte, el equipamiento no solo influye sino también ofrece servicios, en este caso, brinda espacios permanentes y formales donde la población puede vender lo que produce o elabora, el beneficio económico de la edificación comercial se ve reflejado en la mejora financiera de los pobladores.

Discusión por indicador: económico

A continuación, siguiendo con el estudio se presenta la comparación de los resultados de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en torno al **indicador 1: económico**, conforme a las respuestas de los especialistas en diseño comercial, el principal beneficio económico de la creación de edificaciones comerciales en el distrito de Jorge Chávez sería el aumento de empleabilidad de la población, así mismo, la erradicación del presupuesto orientado al transporte, el que podrá ser destinado para otras necesidades, finalmente, el reconocimiento como potencia comercial en relación a la provincia de Celendín. De los resultados del análisis de la documentación, se observaron escenarios similares, donde los

beneficios económicos parten de la mejora de los servicios urbanos del sitio, la densificación y aumento de usos, condiciones que responden al aumento del valor del suelo; así mismo, los espacios comerciales ofrecen lugares propicios para la venta de productos artesanales tradicionales de gran valor, lo que promueve el aumento del ingreso económico de las personas, el mismo efecto es generado por la diversidad de productos y precios que brindará el equipamiento.

Consecutivamente, se presenta la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 2: social**, al que le conciernen dos interrogantes, las que se consultaron a tres arquitectos especialistas en diseño comercial, al final, se exponen las interpretaciones de las respuestas y su respectiva comparación.

Tabla 99

Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 3

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 2	Social
Sub-categoría 3	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Sub-indicador 1	Interacción ciudadana
PREGUNTA 16			
La interacción ciudadana es la acción de relacionarse y se ejerce recíprocamente entre dos o más individuos. En relación a ello, ¿De qué forma los espacios comerciales promoverían la interacción entre los ciudadanos de Jorge Chávez?			
RESPUESTAS			
EAC1	EAC2	EAC3	
En la interacción de compra venta.	Actualmente, existe una seria discusión acerca de si los centros comerciales y su posicionamiento pueden ser considerados como espacios públicos. Lamentablemente en muchas zonas del país son las únicas infraestructuras que cuentan con espacios de distracción y esparcimiento para los habitantes debido al poco desarrollo urbano de las ciudades. La interacción se genera si o si, por ejemplo, en los centros comerciales de Mall Aventura 3 de cada 5 visitantes realiza una transacción comercial, es decir 2 personas van simplemente a distraerse.	Para que se genere interacción entre los usuarios, debería haber espacios que propicien distintas actividades de recreación. Los espacios flexibles son importantes para esto, pues se pueden adaptar a los distintos tipos de eventos y necesidades que pueda tener la comunidad y que van surgiendo con el tiempo y serán complementarios a las actividades comerciales.	
INTERPRETACIÓN			

El arquitecto menciona que los espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez promoverían la interacción a través de la compra y venta de productos.	El arquitecto menciona que se mantiene una discusión sobre si los equipamientos comerciales son espacios públicos, así mismo, el experto hace referencia a la falta de espacios para el esparcimiento en muchas ciudades poco urbanizadas, siendo los espacios del equipamiento comercial los que suplen esta carencia. Finalmente, asegura en base a su experiencia que de cada 5 usuarios de un espacio comercial, 3 realizan un intercambio comercial y 2 solo hacen uso del espacio a modo de distracción.	La arquitecta menciona la implementación de espacios flexibles para el desarrollo de actividades o eventos complementarios al comercio, en base a las necesidades de la población, a través de estos es que el espacio comercial lograría la interacción entre los ciudadanos del distrito de Jorge Chávez.
---	--	---

COMPARACIÓN

Para esta pregunta, los arquitectos EAC2 y EAC3 concuerdan, pues mencionan que, para promover la interacción ciudadana en los equipamientos comerciales, estos deben incluir en su programación actividades complementarias al comercio, tales como recreación o entretenimiento, por medio de espacios flexibles que pueden acondicionarse a las distintas necesidades de las personas. Por otra parte, tanto el EAC1 como el EAC2 hacen alusión al desarrollo de la interacción ciudadana dentro de los espacios comerciales, especificando que la interacción que generalmente se consume es la interacción por compra y venta, en adición, el EAC2 menciona el desarrollo de otro tipo de interacción, en este caso se refiere a la interacción propiamente social, donde los usuarios hacen uso del espacio simplemente para recrearse o entretenerse.

En síntesis, los espacios comerciales promueven la interacción ciudadana gracias a las características de sus ambientes, por ejemplo, los puestos de venta promueven la interacción a través de la compra y venta, así mismo, los espacios para la recreación o esparcimiento promueven la interacción a través del entretenimiento y socialización.

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 2	Social
Sub-categoría 3	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Sub-indicador 2	Seguridad

Pregunta 17

Jorge Chávez es un distrito con tradiciones, que desarrolla sus actividades diarias de manera rústica, no evidencia niveles de peligrosidad, pero un factor de la inseguridad es la baja iluminación en la mayoría de su territorio. Conociendo que el Estado tiene la obligación de proteger a sus ciudadanos y crear entornos seguros que mejoren su calidad de vida. **¿Cómo considera usted que impactaría la creación de un equipamiento comercial en la seguridad ciudadana del distrito de Jorge Chávez?**

Respuestas

EAC1	EAC2	EAC3
Sería muy relevante para mejorar la seguridad ciudadana ya que en la zona sur de la provincia no existe mercado alguno.	Los equipamientos comerciales tienen alto flujo de clientes y operan en rangos largos del día y la noche, esto permite tener la afluencia suficiente de personas para de alguna manera condicionar la actividad delictiva. Los equipamientos comerciales regeneran la zona donde se implantan, promueven cambios tangibles en las calles aledañas y constituyen nuevas zonas seguras en la ciudad.	Un espacio comercial debe tener buena iluminación en sus vías de ingreso y esto va a ayudar a la falta de iluminación en la zona. Además de que va a traer movimiento y gente, lo que hace que haya más seguridad también.

Interpretación

<p>El arquitecto afirma el impacto en la seguridad ciudadana que provocaría la creación de un equipamiento comercial en el distrito de Jorge Chávez sería positivo, debido que este tipo de edificación no existe en toda la zona sur de la provincia.</p>	<p>El arquitecto menciona que la creación de un equipamiento comercial en el distrito de Jorge Chávez significa la creación de una nueva zona segura en el sector, por tal afirmación, es evidente que el impacto sobre la seguridad ciudadana es positivo, el flujo de clientes en distintos horarios tanto de día como de noche eliminaría el desuso de una zona, estos tipos de espacios tienen un efecto regenerativo, pues cambian perceptiblemente las calles y entornos del proyecto comercial.</p>	<p>La arquitecta menciona que el impacto de un espacio comercial sobre la seguridad ciudadana es positivo pues la construcción implica el mejoramiento de iluminación de las vías de acceso, así mismo, la capacidad de aforo del establecimiento otorgara a la zona el flujo constante de personas durante distintos momentos del día.</p>
--	--	---

COMPARACIÓN

Para esta pregunta, todos los arquitectos EAC1, EAC2 y EAC3 concuerdan, pues mencionan que la creación de un equipamiento comercial en el distrito disminuiría el nivel de inseguridad de la zona, pues su construcción involucra el mejoramiento del entorno inmediato en cuanto a sistemas de iluminación, imagen urbana y percepción de la calle, además, el equipamiento intensificará el flujo de personas, por tanto, el espacio que no era habitado, usado y ni mucho menos valorado, con el proyecto comercial será regenerado.

En resumen, la construcción de un nuevo equipamiento comercial revitaliza su entorno, empezando por el proceso de optimización lumínica del exterior, además de la intensificación de movimiento peatonal y vehicular en la zona, por tanto, vías y veredas también serán mejoradas, en otras palabras, todo el entorno urbano y social mejora con la implementación de un nuevo equipamiento de este tipo, una de esas mejorar involucra la disminución de la percepción de inseguridad ciudadana.

Nota. Datos de elaboración propia.

Ahora, conforme a las respuestas de los entrevistados, sobre el **indicador 2: social**, un equipamiento comercial en el distrito de Jorge Chávez aportará al desarrollo social del sector, a través del fomento de la interacción ciudadana gracias a las características de sus espacios, puestos de venta para la interacción de compra y venta, y espacios para la recreación o esparcimiento para la interacción de entretenimiento y socialización. Por otro lado, la construcción de un nuevo equipamiento comercial es una estrategia de generación urbana, por tanto, influencia en su contexto de manera positiva, especialmente en la seguridad ciudadana, este espacio mejora la iluminación exterior, además intensifica de movimiento de personas y vehículos en el sector y gracias a ello, vías y aceras también son mejoradas.

En pocas palabras, los beneficios sociales de la implementación de espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez responden a la mejora del entorno

urbano en cuanto a iluminación, flujo de personas en horas del día y la noche, optimización de vías de acceso tanto vehiculares como peatonales, así mismo, beneficia a las ciudades pues promueve la interacción entre ciudadanos, lo que finalmente, repercute positivamente en la disminución de percepción de inseguridad de la zona.

A continuación, se presentan las fichas de análisis de contenido conforme al **indicador 2: social**, de este indicador se desarrollaron cuatro fichas en base a la revisión de tres artículos científicos diferentes.

Tabla 100

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°27
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 2: Social
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Sprawl and public space: redressing the mall	
Autor	National Endowment for the Arts	Referencia Bibliográfica
Palabras claves	retail market, exterior design	https://acortar.link/P5aCPg
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Estados Unidos - 2002	
		
Composición gráfica propia con imágenes de: https://acortar.link/ZDk6C1 y https://acortar.link/8Xp6Tn		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador 5 seleccionado		
Aporte a la investigación: ESPACIOS COMERCIALES COMO INNOVADORES CÍVICOS		
En la década de 1980, Ron Sher, encargado del proyecto del Mall en Crossroads en Bellevue, adquirió un centro comercial convertido en un centro de delincuencia, inseguridad y tráfico de drogas (1). Sher basó su adquisición bajo la idea de que el entorno podría recuperarse si el establecimiento comercial se adaptaba a la comunidad, por tanto, modificó el programa de actividades de la edificación, combinó una serie de tiendas (incluida una tienda de comestibles) (4) con usos útiles para los vecinos, que alentaría la vida en comunidad. Entre las actividades, el centro comercial incluyó espacios para el entretenimiento en vivo en fines de semana (2), para foros comunitarios de candidatos (2) y para un club de lectura, entre otros espacios exteriores dirigidos a niños (3). Sher revitalizó el centro comercial (5) convirtiéndolo en algo más que un comercio, a través de la incorporación de más espacios cívicos y comunitarios en la edificación, en consecuencia, favoreció tanto la integración de la población como la disminución de percepción de inseguridad del sector.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 101

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3 (pág. 1)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°28
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 2: Social
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento Ten principles for rethinking the mall		Referencia Bibliográfica
Autor	Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Tipo de documento Libro País - Año EE.UU. - 2006 https://acortar.link/okjJE0
Palabras claves	retail market, exterior design	
	<p>Los espacios comerciales necesitan atraer clientes. Hay muchas maneras de hacer esto. Combinar usos cívicos, como bibliotecas o centros de recreación; lugares de entretenimiento, como salas de cine o teatros; y tiendas, estos espacios han promovido con éxito la venta minorista. La clave es saber lo que quiere el mercado y proponerlo en el sitio.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div>	
Fuente: https://acortar.link/XWWnRa	Fuente: https://acortar.link/d5Febg	Fuente: https://acortar.link/KspQ89
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: USOS NO TRADICIONALES EN LOS ESPACIOS COMERCIALES PARA LA INTEGRACIÓN CIUDADANA		
Vale considerar los usos minoristas no tradicionales del distrito. Oportunidades de entretenimiento pueden complementar los usos comerciales. Cada vez más desarrollos minoristas se están mezclando con usos no tradicionales para aumentar su atractivo. Un ejemplo extremo es el proyecto Xanadu, en Madrid, España, donde el centro comercial incluye una pista de esquí cubierta y una pista de conducción para mini-autos de carrera. Tal mix no funcionará en todas partes, el punto es que cuando los diseñadores incluyan usos únicos, más personas querrán venir a un proyecto. El análisis de mercado eficaz ayudará a determinar cuándo la inversión en una combinación inusual de usos podría dar sus frutos.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 102

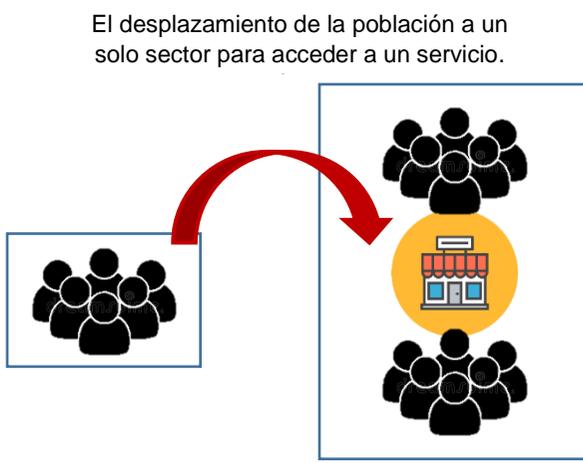
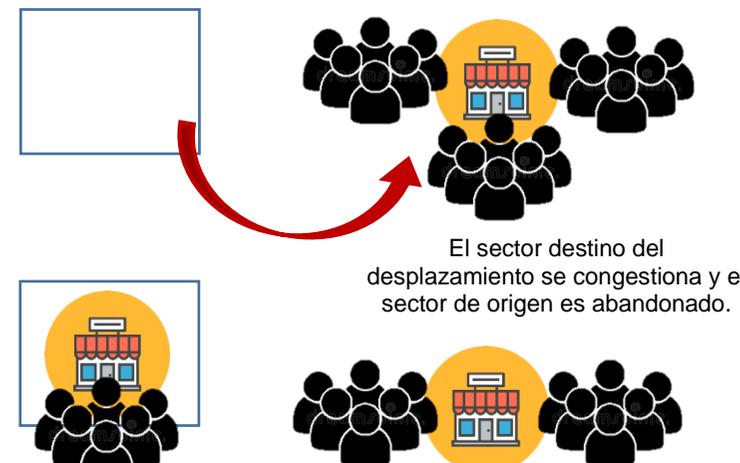
Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°28.1
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 2: Social
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Ten principles for rethinking the mall	
Autor	Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Referencia Bibliográfica
Palabras claves	retail market, exterior design	https://acortar.link/okjJE0
Tipo de documento	Libro	
País - Año	EE.UU. - 2006	
		<p>El éxito de un centro comercial depende tanto del sentimiento de comunidad que crea como de la calidad y el carácter de su espacio público y de la experiencia de compras. Algunos observadores han sugerido que el sentido de comunidad que se puede establecer y fomentar en un centro comercial es, la nueva ancla. A medida que el centro comercial se convierte más en un centro comunitario, asume el papel de un "tercer lugar", un lugar de reunión pública donde las personas pueden interactuar cómodamente y pasar tiempo con los demás, en un entorno que no es ni trabajo ni hogar. A diferencia de las ciudades, la mayoría de las comunidades suburbanas tienen pocos o ningún tercer lugar, lo que significa que los centros comerciales, como lugares públicos, tienen una gran oportunidad para llenar el vacío.</p>
Fuente: https://acortar.link/okjJE0		
Fuente: https://acortar.link/PmTDqQ		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación : USOS NO TRADICIONALES PARA INCLUIR EN LOS ESPACIOS COMERCIALES		
<p>Crear un sentido de lugar y un sentimiento de comunidad es una tarea multidimensional que requiere una comprensión profunda del comportamiento, las necesidades y las expectativas humanas. Planifique primero para las personas. Recuerde que mientras la gente viene al centro comercial a comprar, también viene a reunirse en un lugar que ofrece un significado más profundo y una experiencia de mayor calidad un lugar donde las tiendas seleccionan la mercancía para reflejar un punto de vista que coincida con el suyo, y un entorno que se hace eco de sus vidas y aspiraciones.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 103

Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 2 del OE3

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°29
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 2: Social
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Fragmentação socioespacial, mobilidade urbana e cotidiano na Bahia, Brasil	Referencia Bibliográfica
Autor	Whitacker, Arthur M.; Mares, Rizia M.	Tipo de documento Artículo científico
Palabras claves	retail market, urban fragmentation	País - Año Brasil - 2019
<p>El desplazamiento de la población a un solo sector para acceder a un servicio.</p>  <p>Fuente: Composición gráfica propia</p>		<p>La creación de grandes estructuras comerciales actúa como difusor de la expansión urbana, se deben seleccionar las zonas en las que se implementará equipamiento comercial para fomentar el desplazamiento a estos nuevos espacios a través del consumo. Consumo que se produce de forma diferente para cada grupo social, pues factores como la ubicación residencial y laboral influyen en las condiciones de movilidad y, por tanto, en las prácticas espaciales.</p>
<p>El sector destino del desplazamiento se congestiona y el sector de origen es abandonado.</p>  <p>Crear un equipamiento en el sector de origen descongestionará la zona recargada y dinamizará la abandonada.</p>		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: ESPACIOS COMERCIALES Y LA MOVILIDAD URBANA		
<p>Para garantizar el uso de los espacios comerciales es relevante invertir en la accesibilidad, esta promoverá la integración ciudadana en el equipamiento. En el caso de los sistemas de transporte, la movilidad indica el movimiento a áreas de interés para la población. Tal desplazamiento se debe a la ubicación de servicios y equipamientos urbanos en determinadas zonas, cuando se crea un nuevo equipamiento comercial en un sector donde no existe este tipo de edificación, donde normalmente se realizan grandes desplazamientos para acceder a la comprar de productos básicos, la accesibilidad mejora y la dinámica de la movilidad urbana se comprime a un sector más pequeño, es decir, el gran desplazamiento a zonas comerciales se reduce, liberando aquellos contextos urbanos recargados y creando una nueva dinámica social en zonas que lo requieren.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde el análisis de la literatura presentada, en base al **indicador 2: social**, de la tercera subcategoría de la investigación, la creación de un establecimiento comercial es capaz de recuperar una zona con niveles altos de delincuencia, inseguridad y tráfico de drogas, para ello, el espacio comercial debe responder a las preferencias y necesidades de una comunidad, debe ser algo más que un comercio, debe crear también un sentido de pertenencia y un sentimiento de comunidad, debe incorporar más espacios cívicos y comunitarios para la integración de la población. Mezclar espacios para la venta minoristas con usos no tradicionales aumenta el atractivo del lugar, si bien la gente asiste al equipamiento comercial a comprar, también acude a reunirse y compartir con amigos o familiares.

Así mismo, la creación de espacios comerciales beneficia a la sociedad por medio del mejoramiento de la accesibilidad al lugar, cuando se crea un nuevo equipamiento comercial en un sector donde no existe otro similar, donde normalmente se realizan grandes desplazamientos para comprar productos básicos, la accesibilidad mejora y el gran desplazamiento a zonas comerciales se reduce, esto libera a aquellos contextos urbanos saturados y crea una nueva dinámica social en lugares que lo requieren. Los equipamientos comerciales también actúan como promotores de la expansión urbana, por tanto, se deben elegir muy bien las zonas en las que se implementarán, pues fomentarán el desplazamiento a estos nuevos espacios a través del consumo, si se desea densificar una zona esta es una buena estrategia.

En resumen, el desarrollo de espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez beneficia a la sociedad pues sus espacios públicos, privados y sociales permiten la integración de la población, del mismo modo, reducen el nivel de percepción de inseguridad, por otra parte, estos espacios mejoran los sistemas de accesibilidad del sector, mejoran el entorno urbano, finalmente, la edificación comercial es causante de la expansión urbana o densificación urbana, pues donde se ubique atraerá nuevas construcciones y hasta la creación de distintos equipamientos, que complementaran la actividad comercial.

Discusión por indicador: social

Posteriormente, se expone la comparación de los resultados de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en torno al **indicador 2: social**: sobre las respuestas de los expertos, el principal beneficio social de la creación de edificaciones comerciales en el distrito de Jorge Chávez sería el mejoramiento del entorno urbano y vías de acceso tanto vehiculares como peatonales a través de la dotación de iluminación y el aumento del flujo de personas durante el día y la noche, lo que promoverá la interacción entre los ciudadanos y disminuirá la percepción de inseguridad del lugar. Al respecto, del análisis de revisión de la literatura, se observaron resultados similares a los mencionados, por ejemplo, el hecho de que los espacios públicos, privados y sociales de la edificación comercial permitirán la integración de la población, por otra parte, estos espacios mejorarán los sistemas de accesibilidad de la zona, y, por último, promoverán la expansión o densificación urbana, pues son capaces de atraer nuevas construcciones.

Consecutivamente, se presenta la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 3: cultural**, al que le competen dos preguntas, consultadas a tres arquitectos especialistas en diseño comercial, del mismo modo, se muestran las interpretaciones de las respuestas y su pertinente comparación.

Tabla 104

Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 3

Categoría 1	Espacios de uso comercial	Indicador 3	Cultural
Sub-categoría 3	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Sub- indicadores	Generador de identidad sociocultural
Pregunta 18			
Teniendo en cuenta que Jorge Chávez es un distrito arraigado a sus costumbres y tradiciones, con un alto nivel de identificación social y cultural ¿De qué manera la creación de una edificación comercial en el distrito de Jorge Chávez puede potenciar dicha identidad sociocultural en sus usuarios?			
Respuestas			
EAC1	EAC2	EAC3	

<p>Con la implementación del turismo.</p>	<p>Si el diseño es adecuadamente centrado en la colaboración participativa de los diversos representantes del distrito, la influencia será positiva y las directrices principales estarán alineadas a la cultura de Jorge Chavez. A nivel de infraestructura se puede tomar en cuenta los principales o más representativos elementos de la arquitectura y/u otras manifestaciones culturales para que formen parte del concepto de diseño y se puedan hacer reinterpretaciones del lenguaje arquitectónico de la ciudad.</p>	<p>Si es un espacio que responde a la identidad de la zona, la gente se va a sentir cómoda estando en ese lugar, pero es importante que la propuesta arquitectónica considere las costumbres, los materiales y las actividades que se realizan para que los espacios respondan a eso y de esta manera se puedan generar vínculos de pertenencia con el lugar, incentivando el sentimiento de comunidad e integración.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto menciona que la edificación comercial puede reforzar la identidad social y cultural de la población a través de la promoción del turismo en el distrito.</p>	<p>El arquitecto menciona que la edificación comercial puede reforzar la identidad social y cultural de la población a través de su concepto y lenguaje arquitectónico, se deben integrar elementos arquitectónicos locales y otras manifestaciones culturales representativas del distrito.</p>	<p>La arquitecta menciona que para reforzar la identidad social y cultural de la población, la edificación comercial debe generar conexiones y sentido de pertenencia en los usuarios, para ello, el lenguaje arquitectónico de la construcción debe responder a las costumbres, materialidad y actividades predominantes de la comunidad, en otras palabras, debe expresar la identidad del distrito.</p>
COMPARACIÓN		
<p>Para esta pregunta, los arquitectos EAC2 y EAC3 coinciden, pues mencionan que es posible reforzar la identidad sociocultural de la población de Jorge Chávez a través de la interpretación y seguida incorporación de elementos arquitectónicos, materialidad, costumbres, actividades, sobre el concepto de diseño, que al final debe ser expresado por el lenguaje arquitectónico de la edificación. Por otro lado, el EAC1 difiere, y hace referencia a que la edificación comercial puede reforzar la identidad sociocultural de la población no por su arquitectura sino a través del fomento del turismo en el distrito.</p> <p>En resumen, construir una edificación comercial en el distrito de Jorge Chávez puede potenciar la identidad sociocultural en sus usuarios por medio del desarrollo de un sentido pertenencia de la población al espacio, que estas personas reconozcan y acepten la construcción como un lugar que representa sus costumbres e identidad, logrará que ellos mismos afiancen su identidad social y cultural. Así mismo, si el establecimiento es capaz de potenciar la zona como un destino turístico, la población se sentirá orgullosa de su cultura y la apreciará más.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Ahora, conforme a las respuestas de los entrevistados, sobre el **indicador 2: social**, un equipamiento comercial en el distrito de Jorge Chávez potenciará la identidad cultural de los pobladores del lugar, a través del sentido de pertenencia que puede generar el lenguaje arquitectónico de la edificación, así como el alcance de reconocimiento como un lugar comercial que promueve el turismo, ambos aspectos influyen en la valoración de costumbres, actividades tradicionales e historia de la población,

En síntesis, si el equipamiento comercial es capaz de expresar la cultura del distrito de Jorge Chávez a través de sus componentes arquitectónicos, los usuarios del lugar lo aceptaran como un elemento representativo importante, del mismo modo, si es capaz de aumentar el turismo en la jurisdicción, la población redescubrirá el valor de sus costumbres, historia e identidad.

En seguida, se exponen las fichas de análisis de contenido sobre el **indicador 3: cultural**, donde se desarrollaron dos fichas en base a la revisión de dos artículos científicos distintos.

Tabla 105

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE3

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°30
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 3: Cultural
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento Ten principles for rethinking the mall		Referencia Bibliográfica https://acortar.link/okjJE0
Autor Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Tipo de documento Libro	
Palabras claves retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2006	
 <p style="text-align: center;">1</p>	 <p style="text-align: center;">2</p>	 <p style="text-align: center;">3</p>
Fuente: https://acortar.link/id2HWI	Fuente: https://acortar.link/eJ65Ms	Fuente: Registro fotográfico propio
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: PREFERENCIAS ESPACIALES DE LOS CONSUMIDORES RELACIONADAS A SU CULTURA		
Mientras que las preferencias de compra se vuelven más diversas, el diseño de los espacios comerciales, se vuelven más estandarizados, con diseños arquitectónicos, acabados, entornos y tiendas predecibles (1). Los clientes ahora están en búsqueda de espacios con autenticidad y un sentido más profundo de conexión con su comunidad, cultura, clima y vida cotidiana (3). Actualmente, tanto en centros nuevos como en distritos comerciales más antiguos, muchos compradores, están optando por preferir experiencias de compra al aire libre, frente a la calle (2), y espacios que se integren mejor con otras actividades diarias. Sin embargo, pocos de los centros comerciales de hoy en día proveen tales entornos (1).		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 106

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE3

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°31
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades	Indicador 3: Cultural
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Shopping mall attraction and social mixing at a city scale	Referencia Bibliográfica
Autor	Beiró, Mariano G., Bravo, Loreto, Caro, Diego, Cattuto, Ciro, Ferres, Leo, Graells-Garrido, Eduardo	Artículo científico
Palabras claves	shopping malls, social	https://acortar.link/IC4J1C
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Argentina - 2018	
		
Fuente: https://acortar.link/RimdBI	Fuente: https://acortar.link/LtzSrM	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: PREFERENCIAS ESPACIALES DE LOS CONSUMIDORES RELACIONADAS A SU CULTURA		
Los espacios comerciales son lugares a los que las personas pueden acceder libremente, están siendo usados de la misma manera que se usaban las plazas públicas en el pasado, por ello están siendo reconocidos como los nuevos espacios públicos donde se promueve la mezcla social. Las edificaciones comerciales son un hito importante de las ciudades para el fomento de la cultura pues dentro de la gama de ambientes que ofrece se realizan eventos culturales que representan sus tradiciones y cultura, como: exposiciones de obras artísticas, concursos de pintura, música, espectáculos callejeros, ferias artesanales, ferias gastronómicas, etc. Por todo lo mencionado, los espacios comerciales deben ser aprovechados por sus propiedades de atracción para utilizarlas como promotores culturales		

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la literatura presentada, sobre el **indicador 3: cultura**, de la tercera subcategoría del estudio, hoy en día los espacios comerciales preferidos por las personas son aquellos que establecen una conexión con la comunidad, cultura y actividades cotidianas del distrito, espacios que ofrezcan experiencias de compra al aire libre, por tal motivo, dichos espacios se han visto en la necesidad de integrar zonas más públicas donde se promueva la mezcla social, con espacios donde se puedan realizar eventos culturales que respondan a sus tradiciones y cultura, como exposiciones de obras artísticas, concursos de pintura, música, espectáculos callejeros, ferias artesanales, ferias gastronómicas, etc. En este sentido, las edificaciones comerciales son equipamientos importantes capaces de fomentar la cultura.

En síntesis, los espacios comerciales pueden potenciar la identidad cultural de la población mediante el ofrecimiento de ambientes para el desarrollo de actividades culturales, tales como exposiciones artísticas, ferias artesanales y gastronómicas, entre otras actividades que expresen las tradiciones, costumbres y actividades diarias de la sociedad donde se ubique el equipamiento comercial.

Discusión por indicador: cultura

Consecutivamente, se expresa la comparación de los hallazgos de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en relación al **indicador 3: cultura**, conforme a las respuestas de los especialistas, los equipamientos comerciales pueden potenciar la identidad cultural de una población a través de sus componentes arquitectónicos, estos deben ser el reflejo de las tradiciones e historia del sitio, así mismo, otra manera es a través del aumento del turismo, esta actividad permite el intercambio cultural entre la población del distrito y de otras zonas. Desde esta perspectiva, de la revisión de la literatura, se encontraron resultados muy similares, la documentación establece que los espacios comerciales actualmente integran espacios para actividades más comunitarias y de integración social, orientados al aspecto cultural, desarrollando eventos basados en las actividades tradicionales de la población de un determinado sector, ya sea en zonas independientes o flexibles del equipamiento comercial.

Discusión por objetivo:

De los resultados del **objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez**: los beneficios de la creación de espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez parten desde tres niveles: económico, social y cultural.

En cuanto al aspecto económico, la creación de espacios comerciales aumenta el valor del suelo, apertura puestos de trabajo, lo que aumenta la empleabilidad de la población, proporciona lugares propicios para la venta de productos artesanales tradicionales, aumenta la diversidad de productos y precios en el mercado para consumidores lo que aumenta el ingreso económico de la población, así mismo, ante la ausencia de este tipo de equipamiento en el distrito, el proyecto comercial erradica el presupuesto orientado al transporte hacia otras localidades donde si existe este servicio urbano, así mismo, la zona se identificará como hito comercial en relación a la provincia de Celendín.

En cuanto al aspecto social, la creación de edificaciones comerciales mejora la iluminación de la calle, optimiza los sistemas de accesibilidad a la zona, mejora el entorno urbano y vías de acceso vehiculares y peatonales, así mismo, mediante distintas actividades organizadas durante el día y noche, aumenta el flujo de personas, promueve la interacción entre ciudadanos, por último, promueve la expansión o densificación urbana del distrito, pues atrae nuevas construcciones, ante este nuevo dinamismo en el distrito, disminuye la percepción de inseguridad.

En cuanto al aspecto cultural, los equipamientos comerciales potencian la identidad cultural de la población del distrito a través de sus componentes arquitectónicos, para ello estos deben ser el reflejo de las tradiciones e historia del sitio, así mismo, los espacios comerciales aumentan el turismo, actividad que permite el intercambio cultural entre pobladores del sector y aledaños, finalmente, es capaz de ofrecer espacios para actividades tradicionales del distrito, como por ejemplo, la venta de comida típica o artesanía de la zona, exposiciones de pintura o música, entre otros concursos y competencias tradicionales del distrito.

Lo mencionado puede compararse con los resultados de Martínez (2018), ya que sus hallazgos guardan completa relación, partiendo de que la actividad

comercial promueve el desarrollo de la ciudad donde se desenvuelve, fortalece y promueve el desarrollo de los procesos tanto económicos como sociales de la colectividad, por ello suele incluirse en las estrategias de revitalización urbana. Desde lo económico, modifica la valorización del suelo, y desde lo social, suscita la integración social a través de la dotación de espacios para la comunidad y lo que se conoce como bordes blancos, espacios intermedios entre lo público (la calle) y lo privado (el equipamiento), como áreas verdes, zonas para la venta de comida al aire libre y zonas para el descanso, dependiendo de las necesidades del entorno.

Frente a lo estipulado, se concluye, que se está **de acuerdo** con los resultados del antecedente y opiniones de los expertos, ya que desde la antigüedad la actividad comercial ha sido factor determinante para el crecimiento y desarrollo de las ciudades, de ahí, la necesidad de crear estructuras físicas para apoyar su desenvolvimiento. Con el paso del tiempo, estos equipamientos tomaron mayor importancia al punto de convertirse en hitos urbanos, sus espacios comerciales y comunitarios promueven las transacciones económicas, dinámicas sociales y el intercambio y potenciación de la identidad cultural de los usuarios, como lo establece Gómez (2021) los espacios comerciales actualmente son espacios privados que están reemplazando las funciones de los espacios públicos pues permiten no solo la compra de productos sino también la interrelación social entre sus usuarios, siendo la percepción de seguridad del interior el factor que atrae a los consumidores.

Así mismo, los resultados mencionados anteriormente guardan relación con los hallazgos de Moreno (2017) pues su estudio determinó que el espacio comercial genera beneficios económicos a la ciudad por diversos motivos, entre ellos por la valorización de la zona, por la atracción de inversionistas, por la creación de empleos, por el apoyo a empresas y aporte a los gobiernos locales y por promover el desarrollo urbano, así mismo, genera beneficios sociales, pues crea espacios para la participación ciudadana en actividades culturales, además, al mejorar el entorno urbano disminuye la percepción de inseguridad.

Ante lo descrito, se concluye, que se está **de acuerdo** con los hallazgos del antecedente e ideas de los entrevistados, pues es cierto que los espacios comerciales generan múltiples beneficios económicos en los sectores urbanos

donde funcionan, la principal razón radica en cumplen la función de transacción económica, además que combinan una serie de actividades complementarias al comercio que atraen a las personas, estas ideas están sustentadas por Hovsepyan (2018) quien determinó que la llegada o construcción de espacios comerciales minoristas crea centros urbanos atractivos, esto promueve el aumento en los precios de la tierra, lo que conduce al crecimiento económico del sector. Del mismo modo, se concuerda en que los espacios comerciales promueven beneficios sociales pues ofrecen espacios para el comercio combinadas con espacios para el ocio y entretenimiento, como lo determinó Gryczyńska (2019), quien hace referencia a los equipamientos comerciales como lugares no solo para comprar, sino también para el entretenimiento, reunión y relajación, pues no solo se encuentran tiendas, se pueden encontrar cafeterías, restaurantes, salones de belleza, pabellones deportivos y teatros.

Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.

Este objetivo corresponde a la **categoría 2: fragmentación urbana**, para cumplir con este cuarto objetivo específico se hizo uso de una primera subcategoría: **dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano**, con tres indicadores: **dimensión espacial, dimensión social y dimensión simbólica**, esto se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 107

Subcategorías del objetivo específico 4

SUBCATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)	Dimensión espacial	Observación	Ficha de observación
	Dimensión social	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada
	Dimensión simbólica		

Nota. Elaboración propia

Para el estudio de la subcategoría cuatro: **dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano** y sus respectivos indicadores: **dimensión espacial, dimensión social y dimensión simbólica**, se emplearon dos

instrumentos de recolección de datos, la ficha de observación y la guía de entrevista semiestructurada aplicada a los pobladores del distrito de Jorge Chávez, a través de estos se generaron los resultados del mencionado objetivo específico.

Por tanto, se expone la **ficha de observación**, del **indicador 1: dimensión espacial**, en este caso se vio conveniente también el uso de subindicadores, siendo el **subindicador 1: emplazamiento**, del cual se desarrollaron nueve fichas de observación sobre ambos centros poblados que conforman el distrito de Jorge Chávez, es decir, del Centro Poblado de Lucmapampa y Centro Poblado de Macas.

Tabla 108

Ficha n°1 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°01		
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 1: Emplazamiento		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.				
Nombre	Centro Poblado de Lucmpampa			
Superficie				
983 546m2				
Población				
339 habitantes (según datos estadísticos)				
Distrito				
Jorge Chávez				
Ubicación				
Zona consolidada del distrito				
Descripción			Es la capital del distrito, es la zona consolidada, cuenta con vías principales y secundarias, la mayoría son de concreto, las construcciones más antiguas son de adobe y tapial, pero, las más modernas, son de ladrillo y concreto armado. La altura promedio de las edificaciones es de 1 a 3 pisos.	
Observaciones			La base de datos de INEI registra en total 339 habitantes, sin embargo, existen 145 unidades habitacionales, asumiendo que las familias estuvieran conformadas por un mínimo de 3 personas, el total correspondería a 435 habitantes, esto evidencia dos cosas: personas viviendo en el Centro Poblado registradas en otros lugares, o actualmente viviendas sin usuarios.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 109

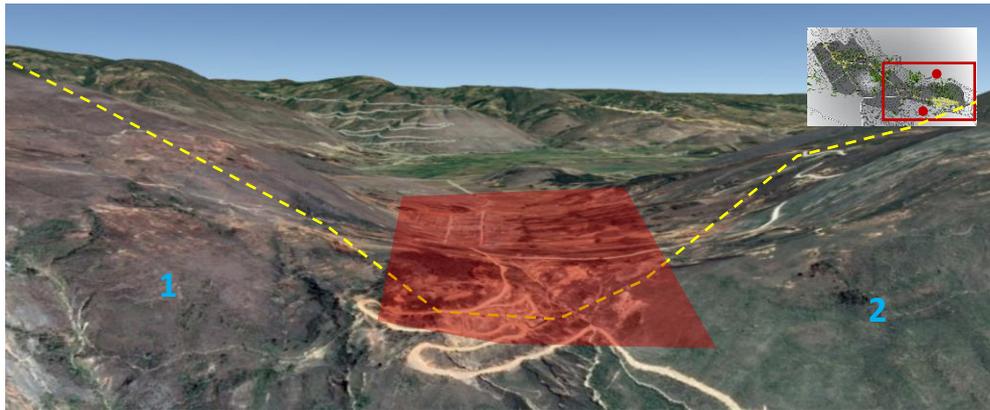
Ficha n°2 de observación del indicador 1 del OE4

		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°02			
		Título de investigación:						
		Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.						
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 1: Emplazamiento					
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.								
Nombre	Centro Poblado de Lucmpampa							
Superficie								
741 417m ²								
Población								
258 habitantes (según datos estadísticos)								
Distrito								
Jorge Chávez								
Ubicación								
Zona periférica o de expansión urbana								
Descripción					Ubicado al norte del distrito de Jorge Chávez, corresponde a viviendas de 1 a 3 pisos, tiene accesos vehiculares de tierra, y muy pocos caminos, los existentes también son de tierra. Las construcciones más antiguas son de adobe y tapial, y las más modernas, de ladrillo y concreto armado.			
Observaciones					La base de datos de INEI registra en total 258 habitantes, sin embargo, existen 111 unidades habitacionales, asumiendo que las familias estuvieran conformadas por un mínimo de 3 personas, el total correspondería a 333 habitantes, esto evidencia dos cosas: personas viviendo en el Centro Poblado registradas en otros lugares, o a la actualidad viviendas sin usuarios, es decir, en abandono.			

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 110

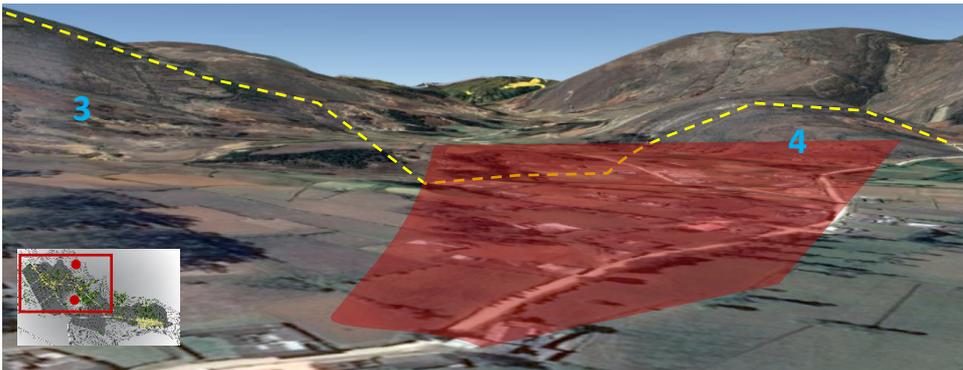
Ficha n°3 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°03
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		Subindicador 1: Emplazamiento
Nombre	Ubicación geográfica	
Centro Poblado de Lucmapampa Altitud: 2624 msnm.		
		
		
Conclusiones	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>El lugar donde se emplaza el Centro Poblado de Lucmapampa corresponde a una zona llana entre cerros, el 1 es conocido como Cerro Peña Blanca, sin embargo, del 2 se desconoce su denominación. La conformación de ambos es a base de tierra, con zonas forestales, cabe resaltar que en el cerro 1 se ha implementado un circuito de miradores; en el caso del cerro 2, solo contiene zonas forestales y algunas zonas agrícolas.</p> <p>En este aspecto, el Centro Poblado de Lucmapampa tiene una ubicación privilegiada, emplazarse entre colinas o cerros le ha otorgado una excelente calidad ambiental y visuales hacia el paisaje, además, este Centro Poblado a través de la implementación de un circuito de miradores en el Cerro Peña Blanca, ha promovido el turismo y dinamismo en su sector.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 111

Ficha n°4 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°04
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 1: Emplazamiento
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		
Nombre	Ubicación geográfica	
<p style="text-align: center;">Centro Poblado de Lucmapampa</p> <p style="text-align: center;">Altitud: 2624 msnm.</p>		
	Entre colinas	
		
	Descripción	
	<p>El lugar donde se emplaza el Centro Poblado de Macas, también corresponde a una zona llana entre cerros, el nombre exacto de estos elementos naturales es desconocido. Es importante resaltar que el cerro 3 es una cantera, de esta se extrae actualmente piedra chancada. Por otro lado,, el cerro 4 tiene menores proporciones y esta conformado de tierra, con algunas zonas forestales.</p>	
Conclusiones	<p>En este aspecto, el Centro Poblado de Macas tiene una ubicación privilegiada, emplazarse entre colinas o cerros le ha otorgado una excelente calidad ambiental y visuales hacia el paisaje.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 112

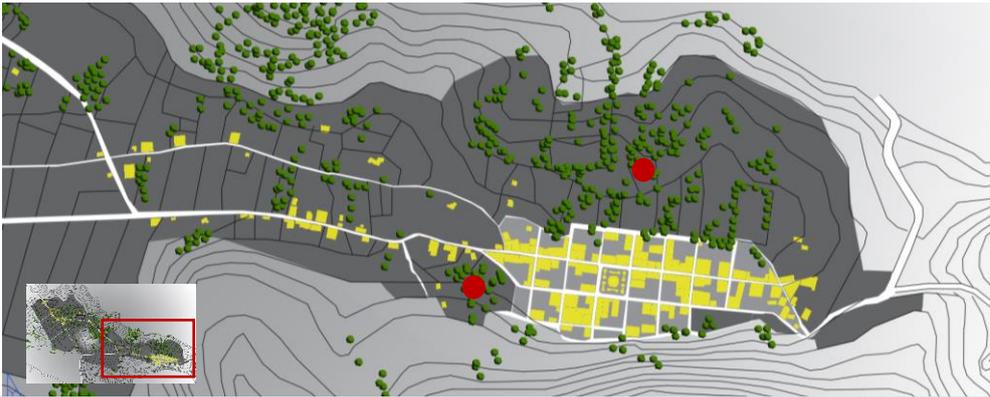
Ficha n°5 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°05
		
<p>Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.</p>		
<p>Categoría 2: Fragmentación urbana</p>	<p>Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano</p>	<p>Indicador 1: Dimensión espacial</p>
<p>Subindicador 1: Emplazamiento</p>		
<p>Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.</p>		
<p>Nombre</p>	<p>Centro Poblado de Macas</p>	<p>Caída de agua</p>
<p>Ubicación en el plano</p>		<p>Descripción</p>
		<p>Un ojo de agua, es también conocido como manantial o naciente, son flujos naturales de agua que surgen del interior de la tierra desde un solo punto, el brote de agua proviene de zonas donde existen aguas subterráneas.</p>
		<p>Descripción</p> <p>Del Centro Poblado de Macas sobresale su emplazamiento en una zona todavía rural en el distrito de Jorge Chávez con acceso a suficiente agua, este sector goza de un elemento natural como es el ojo de agua, hecho que permitió la construcción de dos fuentes de las que brotan agua durante todo el día y todo el año. A estas fuentes puede acceder cualquier poblador, normalmente se puede apreciar a personas lavando su ropa o incluso aseándose.</p>
		<p>Conclusiones</p> <p>Lo observable es que, el Centro Poblado de Macas no presenta escasez de agua a comparación del Centro Poblado de Lucmapampa, donde en algunos meses del año es necesario el corte de agua en determinados horarios, especialmente los meses en que no llueve, estos son Setiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre, Enero, Febrero, Marzo y Abril.</p>

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 113

Ficha n°6 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°06	
			
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 1: Emplazamiento
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.			
Nombre	Ubicación en el plano		
Centro Poblado de Lucmpampa			
	Bosque		
			
			
Descripción			
El Centro Poblado de Lucmapampa se emplaza en medio de colinas, algunas de estas contienen zonas forestales que conforman bosques, predominando el crecimiento de pinos y eucaliptos con alturas aproximadas de 20 metros, capaces de crear microclimas naturales, esto quiere decir que, el clima en las áreas circundantes a espacios con cobertura vegetal difiere del clima de otros entornos, además de un paisaje y aire de calidad. Por esta condición geográfica, el sector goza de una buena ubicación.			
Conclusiones En este aspecto, el Centro Poblado tiene un emplazamiento privilegiado, con zonas de bosques que además de crear microclimas naturales, controlan o reducen el riesgo de erosión del suelo, deslizamientos de tierra y avalanchas, ayudan a mantener las condiciones ambientales necesarias para la producción agrícola. Los bosques tienen un importante rol en la protección de los hogares y las comunidades de personas y animales, incluso la calidad del aire depende de estos lugares que atraviesan un escenario crítico a nivel nacional y mundial.			

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 114

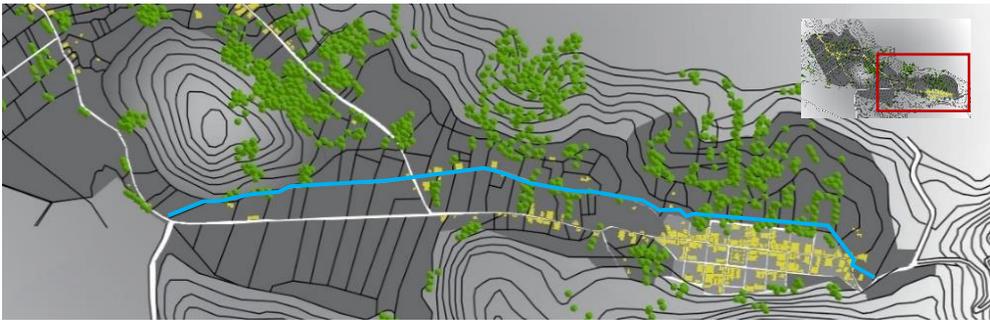
Ficha n°7 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°07
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
Subindicador 1: Emplazamiento		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		
Nombre	Ubicación en el plano	
Centro Poblado de Macas		
	Bosque	
		
Conclusiones	Descripción	
	<p>El Centro Poblado de Macas se sitúa en medio de cerros, en algunos de estos se han desarrollado zonas forestales de bosques, con especies vegetales de gran altura, se pueden apreciar principalmente pinos, eucaliptos y pencas, capaces de crear microclimas naturales, esto decir, el clima en las áreas circundantes a estos espacios con cobertura vegetal es diferente al clima de otros entornos, además, el paisaje y aire es de calidad. Por esta condición geográfica, el sector tiene una buena ubicación.</p> <p>En este aspecto, el Centro Poblado tiene un emplazamiento privilegiado, con zonas de bosques que además de crear microclimas naturales, controlan o reducen el riesgo de erosión del suelo, deslizamientos de tierra y avalanchas, ayudan a mantener las condiciones ambientales necesarias para la producción agrícola. Los bosques tienen un importante rol en la protección de los hogares y las comunidades de personas y animales, incluso la calidad del aire depende de estos lugares que atraviesan un escenario crítico a nivel nacional y mundial.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 115

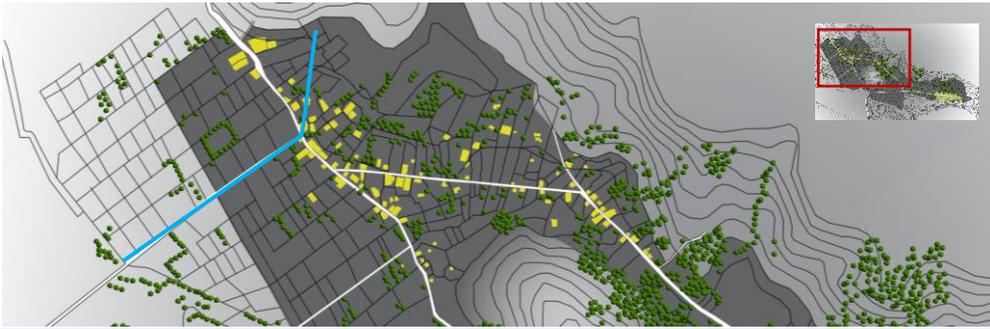
Ficha n°8 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°08
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 1: Emplazamiento
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		
Nombre	Ubicación en el plano	
Centro Poblado de Lucmpampa		
		
Conclusiones	Descripción Los ríos secos son elementos naturales tipo caminos que solo acogen agua por tiempos reducidos, o durante los días que llueva fuerte en la zona, por tanto, casi siempre se mantienen secos Este elemento natural ubicado en el C.P. de Lucmapampa es de gran dimensión, puede perjudicar la calidad del paisaje pues al parecer un hueco es un lugar potencial para el arrojado de desperdicios o vertido de líquidos residuales que pueden ser peligrosos o contaminantes, del mismo modo, puede ser un lugar peligroso para caminantes y hasta para vehículos.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 116

Ficha n°9 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°09
		
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
		Subindicador 1: Emplazamiento
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		
Nombre	Ubicación en el plano	
Centro Poblado de Macas		
	Ríos	
		
Conclusiones	Descripción Los ríos secos son quebradas que solo contienen agua por periodos cortos, máximo un día o mientras se desarrollen fuertes lluvias en la zona, es decir, generalmente se mantienen sin caudal. Estos elementos naturales ubicados en el C.P. de Macas son de menor ancho que los del C.P. de Lucmapampa, pero de mayor profundidad, también pueden perjudicar la calidad del paisaje pues al más hondos son lugares potenciales para el arrojado de desperdicios o vertido de líquidos residuales que incluso pueden ser peligrosos o contaminantes.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la observación de ambos Centros Poblados, sobre el **indicador 1: dimensión espacial y subindicador 1: emplazamiento**, se pudo apreciar que, en relación a población, el C.P. de Lucmapampa tiene 81 habitantes más que el C.P. de Macas, así mismo, respecto a la ubicación geográfica, el C.P. de Lucmapampa goza de un buen emplazamiento, dentro de su espacio geográfico podemos encontrar algunos elementos que impactan de manera positiva y otros negativamente, a continuación, se reconocen los componentes positivos, primero, la existencia de cerros, este C.P. se ubica en medio de colinas, una de ellas le ha servido para construir un circuito turístico de miradores; segundo, presencia de zonas boscosas, con abundante vegetación, estas permiten la creación de microclimas, dotación de una excelente calidad del aire y del paisaje, disminución del peligro de deslizamiento de la tierra, mantenimiento de condiciones para la producción agrícola y subsistencia de la biodiversidad. Así mismo, se reconocen los componentes negativos, generalmente las zonas rurales acceden al recurso hídrico gracias a afluentes naturales, en este caso el C.P. no cuenta con una conexión a fuentes de agua naturales subterráneas lo que limita el acceso al territorio del agua potable, sin embargo, transcurre un río, pero su condición de río seco con bajo o nulo caudal convierte al lugar en una zona tentadora para el arrojamiento de basura, o la eliminación de líquidos.

Respecto al C.P. de Macas, también goza de un buen emplazamiento, dentro de su espacio geográfico podemos encontrar algunos elementos similares ya mencionados, por ejemplo, dentro de los componentes positivos, primero, la existencia de cerros, este C.P. también se desarrolla entre cerros, uno de estos es una cantera de afirmado, pero el propietario es una persona natural, por lo tanto, no genera ningún beneficio al distrito; segundo, la presencia de bosques, que permiten la creación de microclimas, buena calidad del aire y paisaje, disminución del riesgo de deslizamientos de la tierra, optimización de entornos para la producción agraria y conservación de la flora y fauna; tercero, la existencia de un ojo de agua, este ha sido canalizado hasta dos fuentes ubicadas en la vía pública, donde todo el día durante todo el año corre agua y cualquier poblador puede acceder, este hecho evidencia que el C.P. cuenta con agua siempre. Por otra parte, se mencionan los componentes negativos, tal es el caso de la presencia de un río

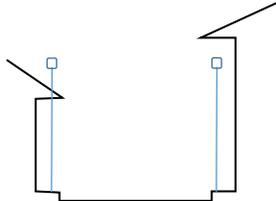
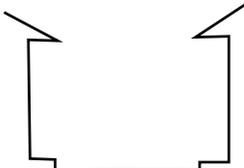
seco, lastimosamente su estado durante los meses que no llueve, vuelve a la zona un lugar para el arrojamiento de desperdicios, o vertedero de líquidos contaminantes.

En síntesis, los dos C.P. se ubican entre colinas, razón por la que ambos cuentan con una excelente calidad ambiental y visuales hacia el paisaje. Por otra parte, en relación a fuentes de agua, por ambos territorios transcurren ríos secos, es decir vertientes que continuamente están secas porque no están conectadas con aguas subterráneas, solo arrastran agua en temporadas de fuertes lluvias, lamentablemente estas quebradas fomentan la creación de vertederos de basura, o afluentes líquidos; otra fuente de agua del distrito es el ojo de agua, sin embargo, solo el C.P. de Macas cuenta con uno, motivo por el que no presenta escasez de agua a comparación del C.P. de Lucmapampa, donde es obligatorio el corte de agua en determinados horarios, especialmente en setiembre, octubre, noviembre, diciembre, enero, febrero, marzo y abril, meses en que no llueve. Por último, en relación a la presencia de bosques, ambos C.P. tienen un emplazamiento privilegiado, con zonas de bosques que además de crear microclimas naturales, reducen el riesgo de erosión del suelo, deslizamientos de tierra y avalanchas, ayudan a mantener las condiciones ambientales necesarias para la producción agrícola. Los bosques tienen un importante rol en la protección de los hogares y las comunidades de personas y animales, incluso la calidad del aire depende de estos.

Seguidamente, se presentan las fichas de observación conforme al **subindicador 2: vías y movilidad**, de este indicador se desarrollaron cuatro fichas de observación en total de ambos Centros Poblados del distrito en cuestión.

Tabla 117

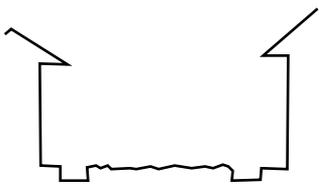
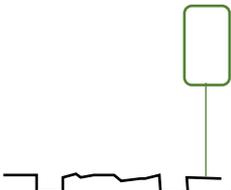
Ficha n°10 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°10								
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.								
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 2: Vías y movilidad								
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.										
Nombre	Vías vehiculares									
Centro Poblado de Lucmapampa 		Sección vial 								
		Descripción La mayoría de vías fueron inauguradas en mayo del presente año 2022, son de concreto, y a pesar de su poco uso, se puede evidenciar el desvanecimiento de la señalización horizontal (cruces peatonales), así mismo, se puede ver la inexistencia de señalización vertical (placas o postes al lado de la vía).								
		<table border="1"> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Concreto</td> </tr> <tr> <td>Ancho</td> <td>6 a 7 metros</td> </tr> <tr> <td>Estado</td> <td>Bueno</td> </tr> <tr> <td>Señalización</td> <td>Desbaneciendose</td> </tr> </table>	Materialidad	Concreto	Ancho	6 a 7 metros	Estado	Bueno	Señalización	Desbaneciendose
Materialidad	Concreto									
Ancho	6 a 7 metros									
Estado	Bueno									
Señalización	Desbaneciendose									
	Vías peatonales									
		Sección peatonal 								
		Descripción Lo mismo ocurre con las vías peatonales, la mayoría fueron inauguradas en mayo del presente año 2022 y son de concreto. Se puede apreciar que estas vías son de dimensiones reducidas y no responden a ningún reglamento, solo se sustentan bajo la modalidad de uso de la población, pues actualmente es muy poco el flujo vehicular, por ello las personas son las que utilizan las vías vehiculares más que las peatonales.								
		<table border="1"> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Concreto</td> </tr> <tr> <td>Ancho</td> <td>90 cm a 1 metro</td> </tr> <tr> <td>Estado</td> <td>Bueno</td> </tr> <tr> <td>Señalización</td> <td>No existe</td> </tr> </table>	Materialidad	Concreto	Ancho	90 cm a 1 metro	Estado	Bueno	Señalización	No existe
Materialidad	Concreto									
Ancho	90 cm a 1 metro									
Estado	Bueno									
Señalización	No existe									
Conclusiones	Ambas tipologías de vías del C.P. de Lucmapampa son de construcción reciente, de concreto armado, esto refleja la preocupación de la autoridad local y su accionar en relación al desarrollo urbano de este sector; respecto a la señalización, a pesar de ser una obra nueva, se evidencia que no existe un mantenimiento de la señalización horizontal, y sobre la señalización vertical, no fue implementada, quizá al ser una zona un tanto rural con bajo tránsito vehicular, se consideran innecesarias estas medidas.									

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 118

Ficha n°11 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°11								
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.								
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial								
Subindicador 2: Vías y movilidad										
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.										
Nombre	Vías vehiculares									
Centro Poblado de Macas 		Sección vial 								
		Descripción Todas las vías vehiculares del sector son de tierra, algunas con ripio, en la mayoría cuando llueve se forman charcos y profundas marcas de rodadas de vehículos pesados.								
		<table border="1"> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Algunos de tierra y otros con ripio</td> </tr> <tr> <td>Ancho</td> <td>6 a 7 metros</td> </tr> <tr> <td>Estado</td> <td>Malo, su condición dificulta el paso.</td> </tr> <tr> <td>Señalización</td> <td>No existe</td> </tr> </table>	Materialidad	Algunos de tierra y otros con ripio	Ancho	6 a 7 metros	Estado	Malo, su condición dificulta el paso.	Señalización	No existe
Materialidad	Algunos de tierra y otros con ripio									
Ancho	6 a 7 metros									
Estado	Malo, su condición dificulta el paso.									
Señalización	No existe									
	Vías peatonales									
		Sección peatonal 								
		Descripción Todas las vías peatonales del sector son de tierra, en algunas incluso se puede apreciar el crecimiento de pasto, cuando llueve se forman charcos y barro, lo que dificulta el tránsito.								
		<table border="1"> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Tierra y grass</td> </tr> <tr> <td>Ancho</td> <td>1 metro a 2.50 metros</td> </tr> <tr> <td>Estado</td> <td>Malo, su condición dificulta el paso.</td> </tr> <tr> <td>Señalización</td> <td>No existe</td> </tr> </table>	Materialidad	Tierra y grass	Ancho	1 metro a 2.50 metros	Estado	Malo, su condición dificulta el paso.	Señalización	No existe
Materialidad	Tierra y grass									
Ancho	1 metro a 2.50 metros									
Estado	Malo, su condición dificulta el paso.									
Señalización	No existe									
Conclusiones	Ambas tipologías de vías del C.P. de Macas son de tierra, son muy pocas las vías vehiculares ripiadas y ninguna de concreto o asfalto, esto manifiesta la despreocupación de la autoridad local en relación al desarrollo urbano de este sector; respecto a la señalización, no existe. Debido a la informalidad de las vías es posible que vehículos hagan uso de los caminos peatonales, su ancho lo permite, sin embargo, en periodos de lluvia es complicado el hacer uso de ambas vías, incluso es peligroso.									

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 119

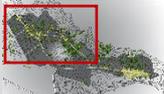
Ficha n°12 de observación del indicador 1 del OE4

 FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°12								
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.										
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 2: Vías y movilidad								
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.										
Nombre	Medios de transporte									
Centro Poblado de Lucmapampa 	1) Automóvil privado	2) Transporte público								
										
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Frecuencia de uso</td> <td style="text-align: center;">10%</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Descripción</td> <td></td> </tr> </table>	Frecuencia de uso	10%	Descripción		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Frecuencia de uso</td> <td style="text-align: center;">30%</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Descripción</td> <td></td> </tr> </table>	Frecuencia de uso	30%	Descripción	
	Frecuencia de uso	10%								
	Descripción									
	Frecuencia de uso	30%								
	Descripción									
	<p>El automóvil privado es poco usado en el Centro Poblado de Lucmapampa, apenas 10 personas de 100 lo utilizan, pues existen otro medios de transporte más sostenibles económicamente de preferencia de los pobladores.</p>	<p>El transporte público esta compuesto por colectivos, donde autos, minivans, vans, hasta camionetas, transportan de 4 a 15 personas por viaje, 30 de cada 100 personas usan este medio de transporte, requiere de una inversión de 5 soles por persona por cada desplazamiento.</p>								
3) Moto lineal	4) A pie									
										
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Frecuencia de uso</td> <td style="text-align: center;">50%</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Descripción</td> <td></td> </tr> </table>	Frecuencia de uso	50%	Descripción		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Frecuencia de uso</td> <td style="text-align: center;">10%</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Descripción</td> <td></td> </tr> </table>		Frecuencia de uso	10%	Descripción	
Frecuencia de uso	50%									
Descripción										
Frecuencia de uso	10%									
Descripción										
<p>La moto lineal es el medio de transporte más empleado en el C.P. de Lucmapampa, 50 de cada 100 personas lo utilizan, el motivo es el menor costo, facilidad para transitar en vías en mal estado, además la ausencia de transporte público durante ciertas horas ha obligado a la población a buscar su propio medio de transporte de acuerdo a su economía.</p>	<p>Movilizarse a pie es normal en el C.P. de Lucmapampa, generalmente lo hacen aquellas personas que llevan a su ganado hacia los cerros o lugares donde puedan comer, pero también es usado como única opción, cuando no se ha podido encontrar algún otro medio de transporte, 10 de cada 100 personas optan por la caminata.</p>									
Conclusiones	<p>La preferencia por distintos medios de transporte en el Centro Poblado de Lucmapampa responde principalmente a dos factores, estos son, la dotación de medios de transporte públicos, existen periodos en que es imposible encontrar colectivos para movilizarse, esto evidencia la falta de este medio, pero esto está relacionado a la características y estado de las vías, por último, interviene el costo y posibilidades económicas de los pobladores, siendo el medio más utilizado la moto lineal.</p>									

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 120

Ficha n°13 de observación del indicador 1 del OE4

 FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°13		
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial		
Subindicador 2: Vías y movilidad				
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.				
Nombre	Medios de transporte			
Centro Poblado de Macas 	1) Automóvil privado	2) Transporte público		
				
	Frecuencia de uso 10% Descripción	Frecuencia de uso 20% Descripción		
	El automóvil privado es poco utilizado en el Centro Poblado de Macas, apenas 10 personas de 100 lo usan, generalmente aquellas personas que volvieron al C.P. desde otras provincias con ingresos económicos más altos acceden a este medio de transporte, pero existen otros más sostenibles económicamente para la población.		El transporte público abarca colectivos, donde autos, minivans, vans y camionetas, trasladan de 4 a 15 personas por viaje, 20 de cada 100 personas usan este medio de transporte, requiere también de una inversión de 5 soles por persona por cada viaje.	
	3) Moto lineal	4) A pie		
				
	Frecuencia de uso 50% Descripción	Frecuencia de uso 20% Descripción		
	La moto lineal es el medio de transporte más utilizado en el C.P. de Macas, 50 de cada 100 personas lo utilizan, en este caso el principal motivo es la facilidad para transitar en las vías en mal estado, además el menor costo y la ausencia de transporte público durante ciertas horas.		Cuando no existen otros medios de transporte el único es a pie, esto es frecuente en el C.P. de Macas, pero también lo hacen aquellas personas que llevan a su ganado hacia lugares donde pueden comer, en este caso, 20 de cada 100 personas optan por caminar.	
Conclusiones	La preferencia por distintos medios de transporte en el Centro Poblado de Macas responde principalmente a dos factores, estos son, la escasez de medios de transporte públicos, estado de las vías, y la inversión económica que implica movilizarse, siendo el medio más utilizado la moto lineal.			

Nota. Datos de elaboración propia.

A partir de la observación de ambos Centros Poblados, sobre el **indicador 1: dimensión espacial** y **subindicador 2: vías y movilidad**, el C.P. de Lucmapampa tiene vías tanto vehiculares como peatonales que fueron inauguradas recientemente, la gestión y accionar del alcalde permitió la realización de tal obra, El material es el concreto, sin embargo, a apenas un año de uso la señalización horizontal esta borrosa por falta de mantenimiento, y la señalización vertical ni siquiera existe. Peor es la situación del C.P. de Macas, pues sus vías tanto vehiculares como peatonales son de tierra, aún no existen planes por parte de la autoridad local para mejorar estas estructuras, situación que dificulta el tránsito por este sector del distrito.

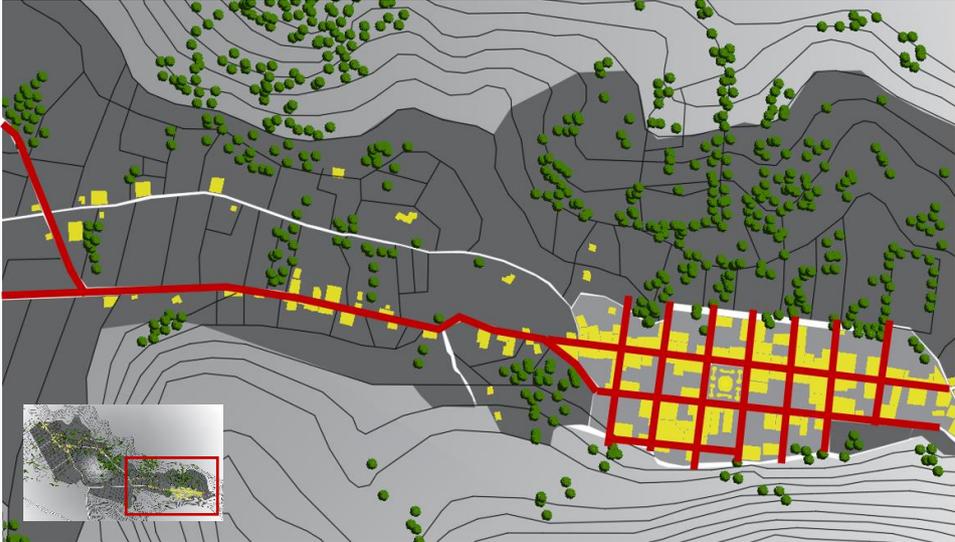
En cuanto a la movilidad, los medios de transporte más utilizados por ambos Centros Poblados es la moto lineal, es un medio más asequible en cuanto a inversión económica y acceso a zonas en mal estado, sobre todo en temporadas de lluvia; el segundo es el transporte público, abastecido básicamente por colectivos donde el costo por viaje varía entre 1 a 5 soles por persona dependiendo de la distancia; el tercero es a pie, ambos Centros Poblados tienen como costumbre caminar mucho, es una actividad compartida desde generaciones anteriores debido a la necesidad de llevar a sus animales a zonas con abundante vegetación; por último, se ubica el transporte privado, este medio es usado mayormente por aquellas personas con ingresos económicos mayores al promedio del distrito, personas que vivieron en otras provincias y volvieron al Centro Poblado por la pandemia o por otras razones.

En resumen, en cuanto a estado de vías, existen una gran diferencia entre ambos Centros Poblados, el que mayor atención ha recibido por parte de la autoridad local ha sido el Centro Poblado de Lucmapampa, quizá por contener el centro histórico del distrito; y respecto a movilidad, ambos Centros Poblados prefieren usar motos lineales y muy poco utilizan transporte privado, la condición económica de la población es la que determina esta preferencia.

A continuación, se muestran las fichas de observación sobre el **subindicador 3: forma y espacio**, en total se desarrollaron cuatro fichas de observación entre ambos Centros Poblados del distrito de Jorge Chávez.

Tabla 121

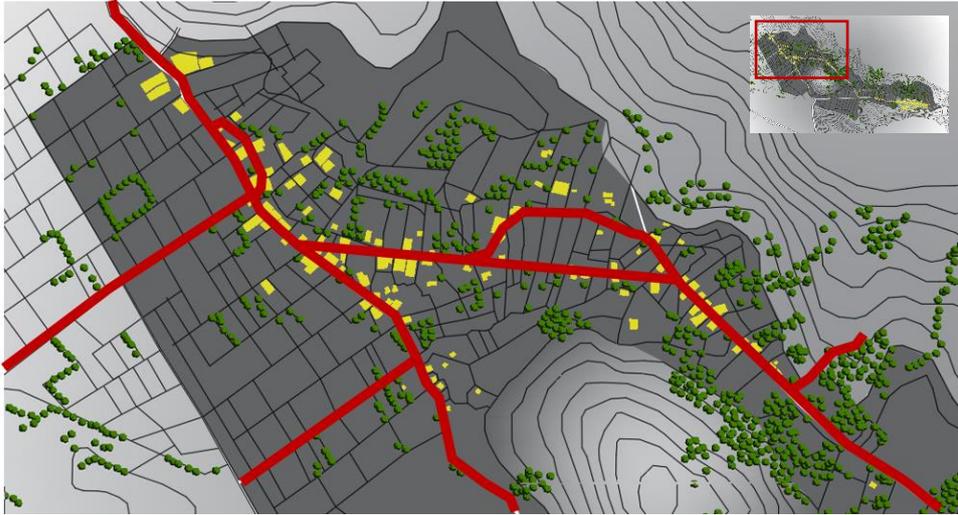
Ficha n°14 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°14
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		Subindicador 3: Forma y espacio
Nombre	Centro Poblado de Lucmpampa	
Leyenda		
Trama urbana		
Descripción	La trama es ortogonal, organizada en torno a un espacio central. La zona donde se ubican las construcciones es llana sin pendientes. Estas edificaciones, poseen formas normalmente regulares y tienden al diseño ortogonal.	
Conclusiones	El Centro Poblado de Lucmapampa se ubica en una zona llana, posee una trama ortogonal, existe una similitud con el Damero de Pizarro pues se puede apreciar una zona principal que es la Plaza de Armas, y alrededor equipamientos importantes como el Palacio Municipal, y la Iglesia. Del mismo modo, se observan edificaciones con formas regulares de diseño ortogonal, y una mezcla de poblamiento continuo y discontinuo, lo que permite el reconocimiento de solo una parte del Centro Poblado de Lucmapampa como una unidad.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 122

Ficha n°15 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°15
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		Subindicador 3: Forma y espacio
Nombre	Centro Poblado de Macas	
Leyenda		
Trama urbana		
Descripción	En este caso no existen vías transversales que definan una trama, sin embargo, se puede apreciar una distribución irregular y desordenada de los predios. Algunas edificaciones se ubican en zonas llanas y otras en pendientes, este hecho, determina la regularidad o irregularidad de las formas.	
Conclusiones	El Centro Poblado de Macas se ubica en una zona llana, posee una trama irregular y desordenada o también conocida como distribución lineal, donde los predios se ubican a lo largo de un eje lineal, no se puede apreciar una zona principal a diferencia del C.P. de Lucmapampa. Del mismo modo, se observan edificaciones con formas regulares de diseño ortogonal, sin embargo, en este caso, se aprecia un poblamiento más discontinuo, lo que hace que el Centro Poblado de Macas no se pueda reconocer como una unidad, sino como pequeños y diferentes sectores.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 123

Ficha n°16 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°16
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
Subindicador 3: Forma y espacio		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		
Nombre	Centro Poblado de Lucmapampa	
		
		
Alturas promedio	Predominan las construcciones desde 1 piso hasta máximo 3 pisos, con alturas desde 3 metros hasta 10 metros.	
Conclusiones	El Centro Poblado de Lucmapampa se caracteriza por tener una densidad baja, sus construcciones son mayormente de 1 a 3 pisos, apenas 3 unidades son de 3 pisos, sin embargo, algunas edificaciones poseen grandes alturas, desde 3 hasta 10 metros.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 124

Ficha n°17 de observación del indicador 1 del OE4

FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°17
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 3: Forma y espacio
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.		
Nombre	Centro Poblado de Macas	
		
Alturas promedio	Predominan las edificaciones desde 1 piso a máximo 2 pisos, con alturas desde 3 metros hasta 8 metros.	
Conclusiones	El Centro Poblado de Macas también se caracteriza por tener una densidad baja, sus construcciones son mayormente de 1 a 2 pisos, sin embargo, son edificaciones de grandes alturas, que van desde 3 hasta 10 metros.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la observación de ambos Centros Poblados, sobre el **indicador 1: dimensión espacial** y **subindicador 3: forma y espacio**, la zona construida del C.P. de Lucmapampa se sitúa en una zona plana, su trama es ortogonal, similar a la distribución del Damero de Pizarro con Plaza de Armas, y equipamientos importantes alrededor como el Palacio Municipal, y la Iglesia. Del mismo modo, sus construcciones tienen formas regulares y ortogonales, en cuanto al poblamiento, es una combinación de poblamiento continuo y discontinuo, solo una parte del Centro Poblado de Lucmapampa parece una unidad.

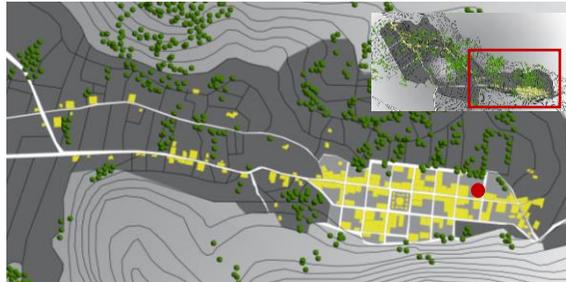
Por otro lado, la zona construida del C.P. de Macas a pesar de que también se ubica en una zona llana, su trama es irregular y desordenada, la mayoría de las edificaciones se ubican a lo largo de un eje lineal, la vía principal, en este caso, a diferencia del C.P. de Lucmapampa no existe una zona principal. En relación a la forma de las construcciones, también son formas regulares de diseño ortogonal, sin embargo, a diferencia del otro Centro Poblado, el poblamiento aquí es discontinuo, por tanto, no se puede reconocer como una unidad, parecen pequeños fragmentos.

En síntesis, tanto el Centro Poblado de Lucmapampa como Macas se ubican en territorio plano, sus construcciones son de forma regular y ortogonales, la diferencia ocurre en relación a la trama y tipo de poblamiento, mientras que el C.P. de Lucmapampa tiene trama ortogonal y poblamiento tanto continuo como discontinuo, el C.P. de Macas posee trama irregular y poblamiento totalmente discontinuo, esta condición influyen en la manera de apreciar el todo como una unidad, en el C.P. de Macas se aprecian fragmentos urbanos.

En seguida, se exponen las fichas de observación sobre el **subindicador 4: equipamiento**, de este indicador se elaboraron cuatro fichas de observación en total de los dos Centros Poblados del distrito de Jorge Chávez.

Tabla 125

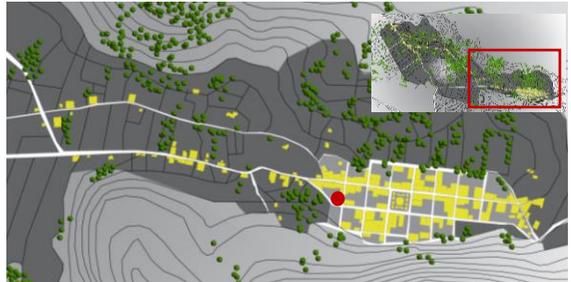
Ficha n°18 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°18
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento educativo		I.E. N° 82415	
				Descripción El terreno donde se ubica la institución tiene una ligera pendiente, su perímetro es irregular, colinda con una vía y solo cuenta con un ingreso, al interior solo la parte delantera tiene construcción, y en la parte trasera áreas verdes y zonas recreativas.	
		Nivel Primaria - Mixto		Turnos Mañana - Tarde	
		Mobiliario urbano No se aprecia		Materialidad Paredes de ladrillo. Estructuras de concreto armado. Cubiertas, losa aligerada inclinada con teja. Carpintería de madera.	
		Estado de conservación Bueno: Se aprecia paredes bien pintadas, puerta y ventanas en buen estado.		Uso o abandono Actualmente tiene otro uso	
		Muros perimetrales Si		Población abastecida Lucmapampa – 20 alumnos	
Accesibilidad		Forma		Colores	
					
Descripción		Descripción		Descripción	
El acceso se da por una sola vía, las aceras son de concreto pero no existe una rampa o elemento que permita el traslado desde la pista al ingreso, peor aún el poste de luz ocupa espacio en la acera esto dificulta el paso de una persona en silla de ruedas.		La construcción se acopla a la forma y pendiente del terreno, el volumen es ortogonal y regular, las ventanas siguen un patrón similar, parecido a los elementos de la arquitectura cajamarquina y cusqueña, también, se ve una separación continua y repetitiva de las aberturas, pero sin simetría.		La edificación cuenta con la siguiente paleta de colores: mostaza, negro, blanco y lacre. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 126

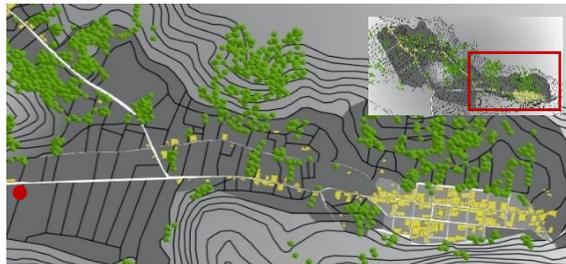
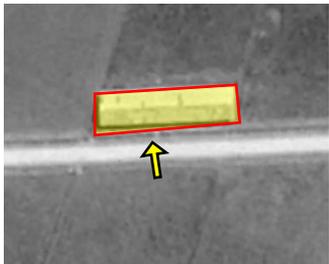
Ficha n°19 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°19
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento educativo		Jardín sin nombre	
				<p>Descripción</p> <p>El terreno donde se ubica la institución es llano y de perímetro irregular, colinda con 2 vías pero solo cuenta con un ingreso, al interior solo la parte delantera es una construcción, y la parte trasera al parecer es área libre para la recreación.</p>	
		<p>Nivel</p> <p>Turnos</p> <p>Mobiliario urbano</p> <p>Materialidad</p> <p>Estado de conservación</p> <p>Uso o abandono</p> <p>Muros perimetrales</p> <p>Población abastecida</p>		<p>Inicial - Mixto</p> <p>Mañana</p> <p>Cuenta con bancas de cemento con vegetación en la parte central.</p> <p>Adobe con puertas de fierro</p> <p>Cubierta de calamina</p> <p>Bueno: Se aprecia paredes bien pintadas, puerta y ventanas en buen estado.</p> <p>Actualmente en uso</p> <p>Si</p> <p>Lucmapampa – 15 alumnos</p>	
Accesibilidad		Forma		Colores	
					
<p>Descripción</p> <p>El predio se ubica en esquina, colinda con dos vías, pero el ingreso se da por solo una, esta es la vía peatonalizada recientemente este año 2022, en este caso tampoco se aprecia una rampa o elemento que permita el paso desde la vía a la acera o viceversa, teniendo en cuenta la presencia de acequias para la evacuación de lluvias, no es accesible.</p>		<p>Descripción</p> <p>La construcción se acopla a la forma del terreno, el volumen es ortogonal y regular, las ventanas siguen un patrón repetitivo de figuras geométricas puras, también, se ve una separación continua y repetitiva de las aberturas, pero no existe una simetría.</p>		<p>Descripción</p> <p>La edificación cuenta con la siguiente paleta de colores: mostaza, turquesa y blanco.</p> <p></p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 127

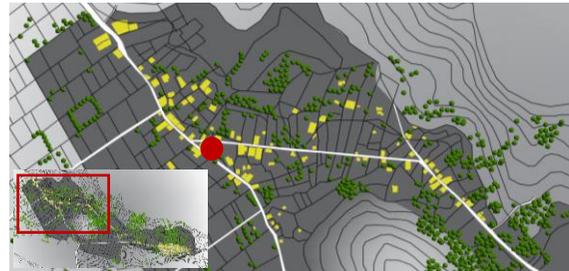
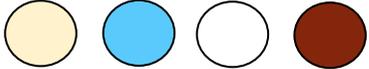
Ficha n°20 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°20
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento educativo			
				Descripción Este equipamiento tuvo como objetivo acoger a los estudiantes del nivel secundario de los 2 Centros poblados, por ese motivo se ubicó en el centro de ambos sectores, sin embargo, por disposición de la autoridad local no se concluyó su construcción.	
		Nivel Secundaria – Actualmente ninguno Ninguno		Turnos Ninguno	
		Mobiliario urbano No existen		Materialidad Tapial	
		Estado de conservación Bueno: A pesar de no recibir mantenimiento, la estructura se encuentra en perfectas condiciones.		Uso o abandono En abandono	
		Muros perimetrales No existen		Población abastecida Ninguna	
Accesibilidad		Materialidad		Forma	
					
Descripción		Descripción		Descripción	
Debido a que la obra quedó inconclusa, no cuenta con vías peatonales de acceso, ni siquiera el perímetro cuenta con veredas.		Esta construido a base de tapial, este es un sistema constructivo compuesto por un encofrado de madera y tierra arcillosa vaciada y apisonada por capas, con un espesor de 60 cm. La cubierta es a base de una estructura de manera con calaminas.		Básicamente tiene forma rectangular simple, tiene dos frentes, uno interior y otro exterior. Se puede apreciar un ritmo a través de la repetición proporcional de los mismos patrones para las ventanas, son formas geométricas puras, el eje central es la abertura de la puerta. En el volumen predomina la horizontalidad.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 128

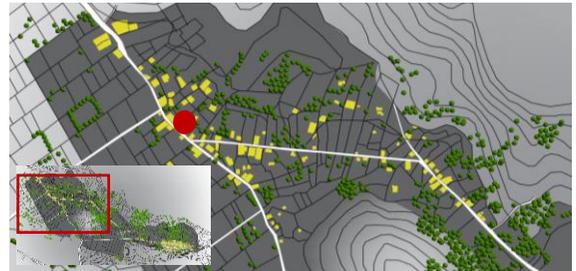
Ficha n°21 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°21
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Macas		Equipamiento educativo		I.E. N° 82416	
				Descripción El terreno donde se ubica la institución es llano pero de perímetro irregular, colinda con 2 vías pero solo cuenta con un ingreso, al interior solo la parte superior cuenta con construcciones, y en la parte delantera una losa deportiva.	
				Nivel Primaria - Mixto Turnos Mañana – Tarde (Actualidad: mañana) Mobiliario urbano No cuenta con mobiliario urbano Materialidad Paredes de ladrillo. Estructuras de concreto armado. Cubiertas inclinadas de teja. Carpintería de madera. Estado de conservación Regular: Se aprecia paredes y columnas decolorados, reja oxidada. Uso o abandono Actualmente en uso Muros perimetrales Si Población abastecida Macas – 25 alumnos	
Accesibilidad		Forma		Colores	
					
Descripción Al establecimiento se accede por caminos de tierra y grass, no existen aceras ni mucho menos rampas. El predio cuenta con 3 fachadas, sin embargo, solo tiene un acceso en la esquina, en esta parte existe un retiro pero no cumple ninguna función, además se evidencia la falta de mantenimiento pues el grass esta invadiendo esta zona. La limitación del equipamiento se da por un muro perimetrico, este tiene rejas que permiten la visibilidad al interior.		Descripción La edificación mantiene una forma rectangular en planta y elevación, en su fachada trasera se puede apreciar el ritmo y repetición pues existe un cambio regular de elementos verticales. Así mismo, en las ventanas se repite un patrón que resalta la verticalidad del equipamiento; en la fachada delantera de este volumen, se aprecia otro patrón de aberturas para las ventanas, aquí predomina la horizontalidad.		Descripción La edificación cuenta con la siguiente paleta de colores: blanco, celeste pastel, amarillo pastel y lacre.	
					

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 129

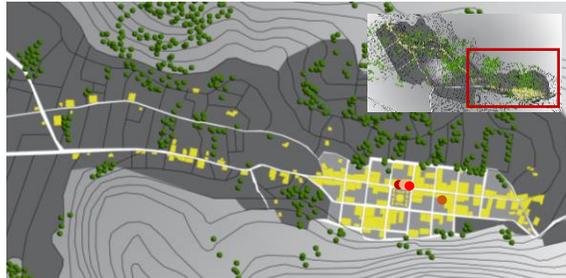
Ficha n°22 de observación del indicador 1 del OE4

 FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°22		
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento	
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.				
Ubicación: Centro Poblado de Macas		Equipamiento educativo		
		Descripción El terreno donde se ubica la institución es llano y su perímetro regular, colinda con 2 vías pero solo cuenta con un ingreso, al interior en la parte central se desarrolla la construcción, no se aprecian espacios exteriores educativos.	Nivel Inicial - Mixto Turnos Mañana Mobiliario urbano Tachos de basura Materialidad Paredes de ladrillo. Estructuras de concreto armado. Cubiertas inclinadas de teja. Carpintería de madera. Estado de conservación Bueno: Las paredes conservan su color el cerco está en buenas condiciones. Uso o abandono Actualmente en uso Muros perimetrales Si Población abastecida Macas – 15 alumnos	
		Accesibilidad		Forma
				Colores 
Descripción Existen veredas de concreto, sin embargo, no existen rampas. El terreno cuenta con 2 frentes, pero, el acceso se da por la vía secundaria que no tiene veredas, no se aprecia ningún retiro, la construcción se encuentra delimitada por un lado con un cerco de malla metálica protegida contra la corrosión, por ello se observa su buen estado, este permite la visibilidad al interior. Sin embargo, por la otra vía, el perímetro tiene un muro de ladrillo.		Descripción La edificación está conformada por 2 primas octogonales unidas por un espacio rectangular, en su fachada principal se puede apreciar un eje central, los mismos patrones de aberturas tanto para ventanas como puertas se ubican a la izquierda y a la derecha, esto evidencia la simetría.		Descripción La edificación cuenta con la siguiente paleta de colores: blanco, celeste pastel, amarillo pastel y lacre. <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #fff;"></div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #add8e6;"></div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #fff;"></div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #8b4513;"></div> </div>

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 130

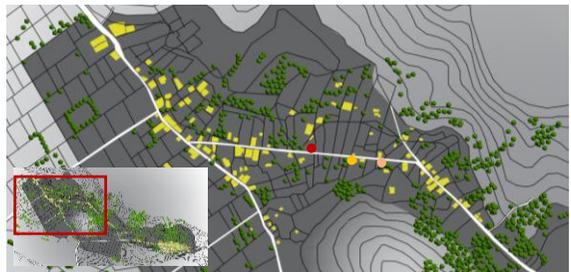
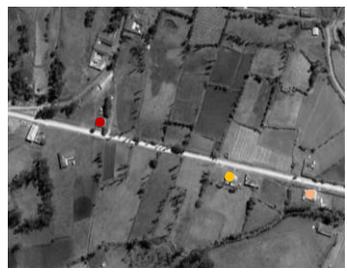
Ficha n°23 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°23														
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.																			
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento														
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.																			
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento comercial		Conclusiones															
				Descripción La mayoría de las bodegas se ubican alrededor de la plaza de armas del distrito, sólo 1 bodega se ubica a una cuadra de este espacio. Todas son ambientes dentro de las viviendas, casi siempre la atención se da desde la puerta.	<table border="1"> <tr><td>Tipo</td><td>Bodegas</td></tr> <tr><td>Cantidad</td><td>4</td></tr> <tr><td>Productos</td><td>Productos de primera necesidad (arroz, azúcar, leche, conservas, aceite), algunas frutas, verduras, golosinas, gaseosas, detergente.</td></tr> <tr><td>Integración</td><td>No tienen espacios exteriores</td></tr> <tr><td>Materialidad</td><td>Sistema constructivo de adobe y ladrillo Techos a dos aguas con tejas. Carpintería de madera y fierro.</td></tr> <tr><td>Colores predominantes</td><td>Blanco, celeste, verde y lacre</td></tr> <tr><td>Población abastecida</td><td>Centro poblado de Lucmapampa</td></tr> </table>	Tipo	Bodegas	Cantidad	4	Productos	Productos de primera necesidad (arroz, azúcar, leche, conservas, aceite), algunas frutas, verduras, golosinas, gaseosas, detergente.	Integración	No tienen espacios exteriores	Materialidad	Sistema constructivo de adobe y ladrillo Techos a dos aguas con tejas. Carpintería de madera y fierro.	Colores predominantes	Blanco, celeste, verde y lacre	Población abastecida	Centro poblado de Lucmapampa
Tipo	Bodegas																		
Cantidad	4																		
Productos	Productos de primera necesidad (arroz, azúcar, leche, conservas, aceite), algunas frutas, verduras, golosinas, gaseosas, detergente.																		
Integración	No tienen espacios exteriores																		
Materialidad	Sistema constructivo de adobe y ladrillo Techos a dos aguas con tejas. Carpintería de madera y fierro.																		
Colores predominantes	Blanco, celeste, verde y lacre																		
Población abastecida	Centro poblado de Lucmapampa																		
Bodega 1		Bodega 2		Bodega 3															
																			
Descripción Está en un ambiente de la casa, los productos son: bebidas gaseosas, galletas, frugos y productos de limpieza; organizados en vitrinas, mesas y estantes de elaboración del propietario, la construcción es de adobe, el piso de tierra y las paredes celestes.		Descripción Está en un ambiente de la casa, productos: bebidas gaseosas, galletas, arroz, azúcar, huevos, frutas y productos de limpieza; organizados en vitrinas, estantes y mesas, la construcción es de adobe, y paredes verdes.		Descripción Está en un ambiente de la casa, los productos son: yogurts, galletas, café, frutas y productos de limpieza; organizados en vitrinas y mesas, la construcción es de adobe, el piso de tierra y paredes celestes.															
																			
				Descripción Está en un ambiente de la casa, productos: bebidas gaseosas, galletas y productos de limpieza; organizados en vitrinas, estantes y mesas, la construcción es de adobe, y paredes celestes.															

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 131

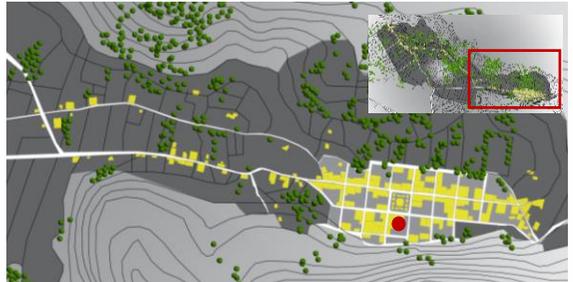
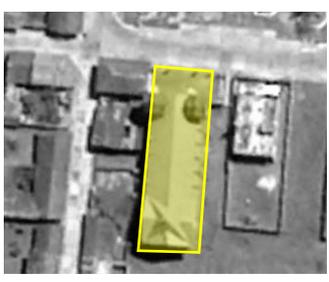
Ficha n°24 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN			FO N°24
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial	Subindicador 4: Equipamiento
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Macas		Equipamiento comercial		Conclusiones	
				Descripción La mayoría de las bodegas se ubican a lo largo de la vía principal, Todas son ambientes dentro de las viviendas, casi siempre la atención se da desde la puerta, sólo dos tienen espacios al exterior para la estancia y el consumo.	
				Tipo Cantidad Productos Integración Materialidad Colores predominantes Población abastecida	Bodegas 3 Productos de primera necesidad (arroz, azúcar, leche, conservas, aceite), algunas frutas, verduras, golosinas, gaseosas, detergente. Áreas exteriores con mesas y sillas Sistema constructivo de adobe Techos a dos aguas con tejas. Carpintería de madera y fierro. Blanco y lacre Centro poblado de Macas
Bodega 1		Bodega 2		Bodega 3	
					
Descripción Está en un ambiente de la casa, los productos son: bebidas gaseosas, galletas, frutas y productos de limpieza; organizados en vitrinas, mesas y estantes, la construcción es de tapial, el piso de tierra y las paredes blancas, esta bodega cuenta con una zona al exterior para sentarse, pero el acceso a la zona es por medio de un camino de tierra y grass.		Descripción Está en un ambiente de la casa, los productos son: bebidas gaseosas, galletas, bebidas alcohólicas y productos de limpieza; organizados en vitrinas, mesas y estantes, la construcción es de adobe, el piso de tierra y las paredes blancas, el nivel de accesibilidad es bajo pues son caminos de tierra.		Descripción La bodega está en un ambiente de la casa, los productos son: bebidas gaseosas, galletas, bebidas alcohólicas y productos de limpieza; organizados en vitrinas, mesas y estantes, la construcción es de adobe, el piso de mayolica y las paredes blancas. Se puede apreciar una zona exterior donde generalmente se ubican mesas y sillas.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 132

Ficha n°25 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°25
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial
Subindicador 4: Equipamiento				
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.				
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento religioso		Iglesia
				<p>Descripción</p> <p>Se ubica al frente de la plaza de armas, es una construcción inconclusa en cuanto a acabados..</p>
		Mobiliario urbano		
		Aberturas		En su mayoría ventanas con arcos y alargadas verticalmente.
		Materialidad		Ladrillo, columnas, vigas y losa aligerada, cubierta de tejas, carpintería de madera..
		Estado de conservación		Bueno, pues se conserva tanto la carpintería y estructura, al interior las paredes están correctamente pintadas.
		Uso o abandono		En uso
		Muros perimetrales		No existen
		Población abastecida		Distrito de Jorge Chávez.
Accesibilidad		Forma		Materialidad
				
Descripción		Descripción		Descripción
A la construcción se accede por una sola vía, no cuenta con rampas, tiene un desnivel por lo que se usan cuatro pasos, es decir, unas cuantas gradas, esta zona tiene un espacio previo al ingreso que esta descubierta, por tal exposición a lluvias es que los pisos parecen desgastados.		Tiene características similares a las iglesias románicas con planta de cruz latina, se puede apreciar como parte de la distribución, un retiro, el portico o torre campanario, las naves laterales y principal, el transepto, y el altar en la parte final.		Está construido a base de materiales nobles, tales como ladrillo y concreto armado, tiene losas aligeradas cubiertas con tejas tradicionales, la carpintería de puertas es de cedro y las ventanas son vitrales coloreados. Al exterior se aprecia postes de luz con luminarias ovalares.

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 133

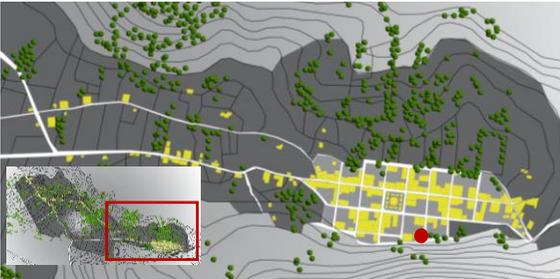
Ficha n°26 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°26																	
<p>Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.</p>																					
<p>Categoría 2: Fragmentación urbana</p>		<p>Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano</p>	<p>Indicador 1: Dimensión espacial</p>	<p>Subindicador 4: Equipamiento</p>																	
<p>Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.</p>																					
<p>Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa</p>		<p>Equipamiento de salud</p>		<p>Puesto de Salud de Jorge Chávez</p>																	
			<p>Descripción</p> <p>El terreno donde se ubica la institución es llano pero de perímetro irregular, colinda con 2 vías pero solo cuenta con un ingreso, al interior la construcción se ubica en la parte central, cuenta con espacios al aire libre y vegetación, esta delimitado por un muro perimetral.</p>	<table border="1"> <tr> <td>Nivel</td> <td>Puesto de salud</td> </tr> <tr> <td>Horarios</td> <td>Solo atienden hasta las 6pm</td> </tr> <tr> <td>Mobiliario urbano</td> <td>Solo en la parte interior tiene bancas</td> </tr> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Material noble Cubierta de calamina Puertas y rejas de fierro</td> </tr> <tr> <td>Estado de conservación</td> <td>Regular: Se aprecia en algunas paredes el desgastamiento por humedad y paredes decoloradas.</td> </tr> <tr> <td>Uso o abandono</td> <td>En uso</td> </tr> <tr> <td>Muros perimetrales</td> <td>Sí</td> </tr> <tr> <td>Población abastecida</td> <td>Lucmpampa y Macas</td> </tr> </table>		Nivel	Puesto de salud	Horarios	Solo atienden hasta las 6pm	Mobiliario urbano	Solo en la parte interior tiene bancas	Materialidad	Material noble Cubierta de calamina Puertas y rejas de fierro	Estado de conservación	Regular: Se aprecia en algunas paredes el desgastamiento por humedad y paredes decoloradas.	Uso o abandono	En uso	Muros perimetrales	Sí	Población abastecida	Lucmpampa y Macas
Nivel	Puesto de salud																				
Horarios	Solo atienden hasta las 6pm																				
Mobiliario urbano	Solo en la parte interior tiene bancas																				
Materialidad	Material noble Cubierta de calamina Puertas y rejas de fierro																				
Estado de conservación	Regular: Se aprecia en algunas paredes el desgastamiento por humedad y paredes decoloradas.																				
Uso o abandono	En uso																				
Muros perimetrales	Sí																				
Población abastecida	Lucmpampa y Macas																				
<p>Accesibilidad - Forma</p>		<p>Colores</p>																			
																					
<p>Descripción</p> <p>Al equipamiento se accede por una sola vía, se puede apreciar una rampa que aunque es para vehiculos puede facilitar el traslado de personas con silla de ruedas, del mismo modo, existen aceras de concreto en aparente estado de conservación regular por el desgaste que se aprecia por humedad. Por otro lado, la forma de la edificación se acopla al terreno y su pendiente, el volumene es regular y ortogonal, predominan las aberturas cuadradas regulares y repetitivas así como las ventanas y puertas de fierro.</p>		<p>Descripción</p> <p>La edificación cuenta con la siguiente paleta de colores: mostaza, beige, blanco y negro.</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 20px;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #FFD700;"></div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #F5F5DC;"></div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #FFFFFF;"></div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; background-color: #000000;"></div> </div>																			

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 134

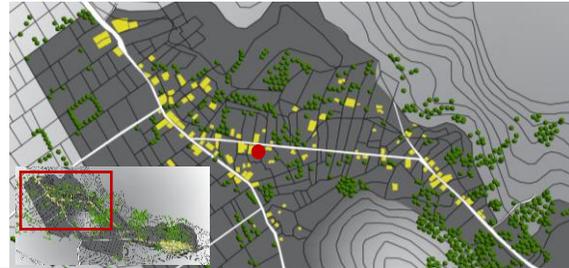
Ficha n°27 de observación del indicador 1 del OE4

 FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°27																	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.																			
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial																
Subindicador 4: Equipamiento																			
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.																			
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento recreativo	Parque infantil																
			Descripción El terreno donde se ubica es llano pero, no colinda con ninguna vía definida, por el lado este y norte delimita con áreas verdes, por el lado sur con el cerro Peña Blanca y por el oeste con una losa deportiva.	<table border="1"> <tr> <td>Usuarios</td> <td>Niños</td> </tr> <tr> <td>Mobiliario urbano</td> <td>En total 6 juegos infantiles</td> </tr> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Acero inoxidable Grass natural Veredas de concreto</td> </tr> <tr> <td>Estado de conservación</td> <td>Bueno: El mobiliario está correctamente pintado.</td> </tr> <tr> <td>Uso o abandono</td> <td>En uso</td> </tr> <tr> <td>Muros perimetrales</td> <td>No, fomenta la integración social</td> </tr> <tr> <td>Población abastecida</td> <td>Lucmapampa</td> </tr> </table>		Usuarios	Niños	Mobiliario urbano	En total 6 juegos infantiles	Materialidad	Acero inoxidable Grass natural Veredas de concreto	Estado de conservación	Bueno: El mobiliario está correctamente pintado.	Uso o abandono	En uso	Muros perimetrales	No, fomenta la integración social	Población abastecida	Lucmapampa
Usuarios	Niños																		
Mobiliario urbano	En total 6 juegos infantiles																		
Materialidad	Acero inoxidable Grass natural Veredas de concreto																		
Estado de conservación	Bueno: El mobiliario está correctamente pintado.																		
Uso o abandono	En uso																		
Muros perimetrales	No, fomenta la integración social																		
Población abastecida	Lucmapampa																		
Accesibilidad - Forma		Colores																	
																			
Descripción Cuenta con aceras de concreto que delimitan el espacio de juegos pero el acceso se da por caminos de grass, no se aprecian rampas que faciliten el traslado de personas en silla de ruedas. Por otro lado, el espacio se organiza en torno a un elemento circular, este es uno de los juegos, la composición final esta delimitada por un rectángulo. El equipamiento cuenta con un volumen rectangular donde se ubican los servicios higienicos publicos, este es de material noble y los juegos de acero inoxidable.		Descripción Este espacio contiene mobiliario urbano pintado con la siguiente paleta de colores: turquesa, verde, rojo y amarillo. <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 20px; margin-top: 10px;"> ● ● ● ● </div>																	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 135

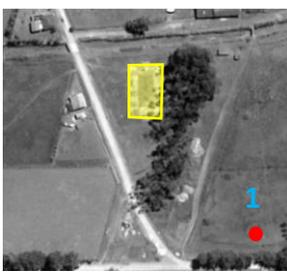
Ficha n°28 de observación del indicador 1 del OE4

 FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°28												
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.														
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial												
Subindicador 4: Equipamiento														
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.														
Ubicación: Centro Poblado de Macas	Equipamiento recreativo	Parque infantil												
		<table border="1"> <tr> <td>Descripción</td> <td rowspan="7"> Usuarios Mobiliario urbano Materialidad Estado de conservación Uso o abandono Muros perimetrales Población abastecida </td> </tr> <tr> <td>El terreno donde se ubica es llano pero, por el lado este y sur delimita con áreas verdes, por el lado norte con una vía y por el oeste con una losa deportiva.</td> </tr> <tr> <td>Niños</td> </tr> <tr> <td>En total 7 juegos infantiles</td> </tr> <tr> <td>Acero inoxidable</td> </tr> <tr> <td>Grass natural</td> </tr> <tr> <td>Veredas de concreto</td> </tr> <tr> <td>Bueno: El mobiliario está correctamente pintado.</td> </tr> <tr> <td>En uso</td> </tr> <tr> <td>No, fomenta la integración social</td> </tr> <tr> <td>Macas</td> </tr> </table>	Descripción	Usuarios Mobiliario urbano Materialidad Estado de conservación Uso o abandono Muros perimetrales Población abastecida	El terreno donde se ubica es llano pero, por el lado este y sur delimita con áreas verdes, por el lado norte con una vía y por el oeste con una losa deportiva.	Niños	En total 7 juegos infantiles	Acero inoxidable	Grass natural	Veredas de concreto	Bueno: El mobiliario está correctamente pintado.	En uso	No, fomenta la integración social	Macas
Descripción	Usuarios Mobiliario urbano Materialidad Estado de conservación Uso o abandono Muros perimetrales Población abastecida													
El terreno donde se ubica es llano pero, por el lado este y sur delimita con áreas verdes, por el lado norte con una vía y por el oeste con una losa deportiva.														
Niños														
En total 7 juegos infantiles														
Acero inoxidable														
Grass natural														
Veredas de concreto														
Bueno: El mobiliario está correctamente pintado.														
En uso														
No, fomenta la integración social														
Macas														
Accesibilidad - Forma	Colores													
														
Descripción	Descripción													
<p>Cuenta con aceras de concreto que delimitan el espacio de juegos pero el acceso se da por caminos de tierra, piedras y grass, no se aprecian rampas que faciliten el traslado de personas en silla de ruedas. Por otro lado, el espacio también se organiza en torno a un elemento circular, este es uno de los juegos, la composición final esta delimitada por un rectángulo. El equipamiento cuenta con un volumen rectangular donde se ubican los servicios higienicos publicos, este es de material noble y los juegos de acero inoxidable.</p>	<p>Este espacio contiene mobiliario urbano pintado con la siguiente paleta de colores: turquesa, verde, rojo y amarillo.</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: blue; border-radius: 50%;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: green; border-radius: 50%;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: red; border-radius: 50%;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; background-color: yellow; border-radius: 50%;"></div> </div>													

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 136

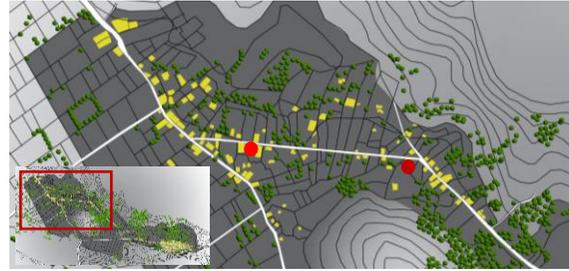
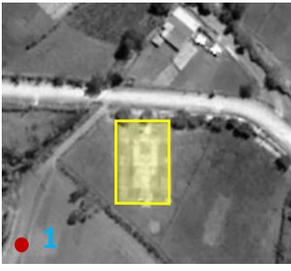
Ficha n°29 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°29														
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.																		
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial														
Subindicador 4: Equipamiento																		
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.																		
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento deportivo		Losas deportivas														
				<table border="1"> <tr> <td>Cantidad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Mobiliario urbano</td> <td>La número 2 cuenta con graderías para los espectadores con una cubierta metálica, esto no se ve en el número 1.</td> </tr> <tr> <td>Materialidad</td> <td>Losas de concreto y arcos metálicos</td> </tr> <tr> <td>Estado de conservación</td> <td>Regular: Se aprecia el desgaste de las superficies por las lluvias.</td> </tr> <tr> <td>Uso o abandono</td> <td>La más usada es la número 2</td> </tr> <tr> <td>Muros perimetrales</td> <td>No existen</td> </tr> <tr> <td>Población abastecida</td> <td>Centro Poblado de Lucmapampa</td> </tr> </table>	Cantidad	2	Mobiliario urbano	La número 2 cuenta con graderías para los espectadores con una cubierta metálica, esto no se ve en el número 1.	Materialidad	Losas de concreto y arcos metálicos	Estado de conservación	Regular: Se aprecia el desgaste de las superficies por las lluvias.	Uso o abandono	La más usada es la número 2	Muros perimetrales	No existen	Población abastecida	Centro Poblado de Lucmapampa
Cantidad	2																	
Mobiliario urbano	La número 2 cuenta con graderías para los espectadores con una cubierta metálica, esto no se ve en el número 1.																	
Materialidad	Losas de concreto y arcos metálicos																	
Estado de conservación	Regular: Se aprecia el desgaste de las superficies por las lluvias.																	
Uso o abandono	La más usada es la número 2																	
Muros perimetrales	No existen																	
Población abastecida	Centro Poblado de Lucmapampa																	
Losas deportivas 1		Losas deportivas 2																
																		
Descripción		Descripción																
<p>Esta losa deportiva no cuenta con cequias para la filtración del agua, por tal motivo, en época de lluvia todo el perímetro se llena de agua, tipo un pantano, en este contexto, acceder es un poco difícil especialmente para personas adultas. Este equipamiento deportivo no cuenta con espacios para la estancia u observación establecidos por elementos físicos, sin embargo, en épocas donde no llueve generalmente las zonas de grass son usadas para este fin. Finalmente, se aprecia que no cuenta con iluminación, esto igualmente obstaculiza el uso a partir de las 6pm, hora en que empieza a oscurecer.</p>		<p>Es la losa deportiva utilizada con más frecuencia en campeonatos organizados por la autoridad local. El acceso se da por una vía peatonal y 2 caminos de grass, tiene un muro con rejas que delimita el área solo por la zona aledaña a la vía. Cuenta con graderías de concreto, estas fueron expuestas a lluvias desde su inauguración, por tal motivo se encuentran en deterioro, recién este año 2022 se colocó la cubierta metálica que se puede apreciar en la fotografía. Por otro lado, se observa la ausencia de iluminación, este factor aumenta la probabilidad de abandono del equipamiento desde las 6pm.</p>																

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 137

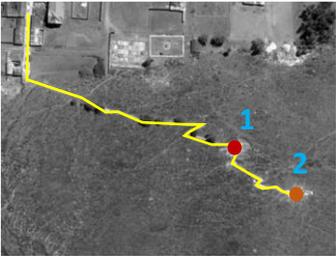
Ficha n°30 de observación del indicador 1 del OE4

 FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°31	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano	Indicador 1: Dimensión espacial
Subindicador 4: Equipamiento			
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.			
Ubicación: Centro Poblado de Macas		Equipamiento deportivo	Losas deportivas
			
Losa deportiva 1		Losa deportiva 2	
			
Descripción		Descripción	
<p>Este equipamiento deportivo cuenta con graderías para la estancia u observación ubicados en ambos lados de la losa, contruidos a base de concreto, pintado de blanco, para los asientos se usaron planchas de madera. También se puede apreciar que este espacio no cuenta con iluminación, lo que obstaculiza el uso a partir de las 6pm, hora en que empieza a oscurecer. Al fondo se observa una construcción de material noble, estos son los servicios higienicos acondicionados para el público en general. Aquí no existen muros perimétricos, por ello, uno puede acceder desde todos los lados de la losa.</p>		<p>Es la losa deportiva es utilizada con más frecuencia en los campeonatos organizados por la autoridad local. El acceso se da por una vía peatonal y caminos de grass, no existe un muro perimétrico. Cuenta con graderías de concreto, con una cubierta metálica. Por otro lado, en este equipamiento si se observa la existencia de luminarias, este factor permite el uso del espacio durante todo el día. Al fondo se observa una construcción de material noble, estos son los servicios higienicos acondicionados para todo el público en general.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 138

Ficha n°31 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°31	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial	
Subindicador 4: Equipamiento					
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Lucmapampa		Equipamiento turístico		Miradores	
				<p>Descripción</p> <p>Es un circuito turístico desarrollado a lo largo del cerro Peña Blanca, se accede por escalinatas de concreto, primero se ubica el Mirador de la Virgen Natividad, y en la parte final, el Mirador inaugurado el presente año 2022.</p>	<p>Cantidad</p> <p>2</p> <p>Mobiliario urbano</p> <p>A lo largo del camino se ubican bancas.</p> <p>Iluminación</p> <p>Solo se ilumina en el mes de la fiesta patronal (Setiembre).</p> <p>Materialidad</p> <p>Concreto armado, fierro y piedra</p> <p>Estado de conservación</p> <p>Bueno, recién inaugurado.</p> <p>Uso o abandono</p> <p>En uso</p> <p>Muros perimetrales</p> <p>No</p> <p>Población abastecida</p> <p>Distrito de Jorge Chávez y distritos aledaños como Sucre, José Gálvez, hasta desde la provincia de Celendín hacen visita de los miradores</p>
Mirador 1		Mirador 2			
					
Descripción		Descripción		Descripción	
Este es el primer mirador del distrito, las graderías son de concreto, la explanada es de concreto con mampostería de piedra con la representación artística de la Virgen de la Natividad, en la parte posterior se ubica una gruta o cueva donde se ubica una escultura de la propia Virgen de la Natividad, principal divinidad del distrito.		Este mirador, empezó a construirse en el 2021 y se concluyó el presente año 2022. Es el punto final del circuito turístico del distrito, las graderías son de concreto, toda la construcción es a base de concreto armado, las barras verticales de los parapetos asemejan su forma a la madera, y a los balcones tradicionales de la provincia de Celendín.		También cuenta con una plataforma de contención de piedra, en la parte superior se reconoce una cruz, toda la estructura es de concreto coloreado de blanco, en su forma predominan las curvas, además, se desarrolla en tres niveles.	

Nota. Datos de elaboración propia.

A partir de la observación realizada de ambos Centros Poblados, sobre el **indicador 1: dimensión espacial** y **subindicador 4: equipamiento**, el Centro Poblado de Lucmapampa cuenta con tres equipamientos educativos (inicial, primaria y secundaria) sin embargo, la edificación destinada para secundaria no es una obra concluida pues la autoridad en su momento decidió otorgar la resolución de la institución a otra población; así mismo, cuenta con equipamiento comercial vecinal, en total existen cuatro bodegas que ofrecen productos muy básicos para el consumo de la población; del mismo modo, existe una iglesia, un puesto de salud, un parque infantil, dos losas deportivas y un circuito de miradores, la mayoría de equipamientos no cuentan con rampas, muchos son volúmenes rectangulares, los patrones de aberturas casi siempre son cuadrados, los cuales se repiten de manera regular en las fachadas, los colores preferidos son los pasteles, la mayoría de construcciones cuentan con muros perimétricos este es un factor que promueve la fragmentación espacial, que al final influye en la fragmentación social, pues la población no puede hacer uso libremente de los espacios que ofrece el sector.

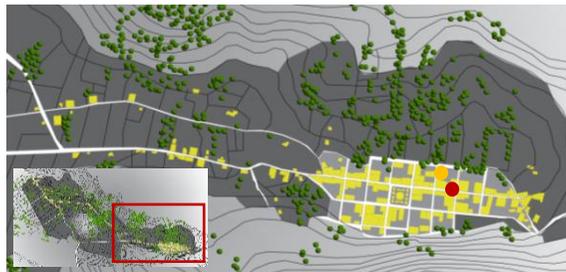
Por otro lado, Centro Poblado de Macas cuenta con dos equipamientos educativos (inicial y primaria); así mismo, cuenta con equipamiento comercial vecinal, en total hay tres bodegas que ofrecen productos muy básicos, del mismo modo, existe un parque infantil, dos losas deportivas, la mayoría de equipamientos no cuentan con rampas para la accesibilidad universal, casi todos son volúmenes rectangulares, los patrones de aberturas casi siempre son cuadrados o rectángulos, los cuales se repiten de manera regular, los colores preferidos son los pasteles, no muchos equipamientos cuentan con muros perimétricos y las que tienen son de materiales que permiten la visibilidad al interior, este factor promueve la integración con el entorno y fomenta la mezcla social.

En resumen, el C.P. de Lucmapampa contiene mayores servicios urbanos de equipamiento, por ejemplo, cuenta con equipamiento religioso, de salud, y turísticos, además en ese territorio se localiza el Palacio Municipal; en relación a los demás equipamientos, ambos se encuentran en las mismas condiciones.

Posteriormente, se presentan las fichas de observación sobre el **subindicador 5: vivienda**, se elaboraron dos fichas en total de los dos Centros Poblados del distrito de Jorge Chávez.

Tabla 139

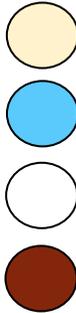
Ficha n°32 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°32																		
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.																						
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial																		
Subindicador 5: Vivienda																						
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.																						
Ubicación: Centro Poblado de Macas		Viviendas		Características generales																		
				<table border="1"> <tr> <td>Niveles</td> <td>1 a 3</td> </tr> <tr> <td>Sistema constructivo</td> <td>Adobe, tapial y material noble</td> </tr> <tr> <td>Carpintería</td> <td>Madera y fierro</td> </tr> <tr> <td>Aberturas</td> <td>Rectangulares, cuadrados y con arcos.</td> </tr> <tr> <td>Estado de conservación</td> <td>Algunas en buen estado y otras regular.</td> </tr> <tr> <td>Uso o abandono</td> <td>La mayoría están en uso pero con pocos habitantes.</td> </tr> <tr> <td>Muros perimetrales</td> <td>No existen murallas ni barrios cercados.</td> </tr> <tr> <td>Arquitectura</td> <td>Uso de balcones, patios interiores. Predomina la horizontalidad.</td> </tr> <tr> <td>Colores</td> <td>Blanco, lacre, marrón, celeste, entre otros tonos pasteles.</td> </tr> </table>	Niveles	1 a 3	Sistema constructivo	Adobe, tapial y material noble	Carpintería	Madera y fierro	Aberturas	Rectangulares, cuadrados y con arcos.	Estado de conservación	Algunas en buen estado y otras regular.	Uso o abandono	La mayoría están en uso pero con pocos habitantes.	Muros perimetrales	No existen murallas ni barrios cercados.	Arquitectura	Uso de balcones, patios interiores. Predomina la horizontalidad.	Colores	Blanco, lacre, marrón, celeste, entre otros tonos pasteles.
Niveles	1 a 3																					
Sistema constructivo	Adobe, tapial y material noble																					
Carpintería	Madera y fierro																					
Aberturas	Rectangulares, cuadrados y con arcos.																					
Estado de conservación	Algunas en buen estado y otras regular.																					
Uso o abandono	La mayoría están en uso pero con pocos habitantes.																					
Muros perimetrales	No existen murallas ni barrios cercados.																					
Arquitectura	Uso de balcones, patios interiores. Predomina la horizontalidad.																					
Colores	Blanco, lacre, marrón, celeste, entre otros tonos pasteles.																					
Distribución interior		Vivienda 1	Vivienda 2																			
																						
<p>Descripción</p> <p>La distribución interior de las viviendas se caracteriza por organizarse en base a un patio central, algunas edificaciones contienen arcos, otras balcones, por lo general son volúmenes rectangulares, techos inclinados, los más tradicionales de adobe o tapial y los más modernos de ladrillo.</p>		<p>Descripción</p> <p>Esta vivienda tiene su fachada de color celeste pastel y amarillo, es común utilizar colores pasteles y colores fuertes con los que contrasten, predomina la simetría en cuanto a ubicar la puerta y a los lados las mismas aberturas, que son cuadrados o rectangulares.</p>	<p>Descripción</p> <p>Esta vivienda tiene su fachada de color blanco, puertas verdes y ventanas pequeñas con vidrio y fierro, es común encontrar viviendas completamente blancas con ventanas diminutas en las construcciones de adobe o tapial.</p>																			

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 140

Ficha n°33 de observación del indicador 1 del OE4

UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN		FO N°33	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.					
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano		Indicador 1: Dimensión espacial Subindicador 5: Vivienda	
Objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.					
Ubicación: Centro Poblado de Macas		Viviendas		Características generales	
				<p>Descripción</p> <p>Las viviendas por lo general son de 1 a 2 pisos, entre los colores predominan los colores pasteles y blancos, la distribución casi siempre contiene patios interiores centrales o traseros.</p>	<p>Niveles</p> <p>1 a 2</p> <p>Sistema constructivo</p> <p>Adobe y material noble</p> <p>Carpintería</p> <p>Madera y fierro</p> <p>Aberturas</p> <p>Rectangulares, cuadrados y con arcos.</p> <p>Estado de conservación</p> <p>Algunas en buen estado y otras regular.</p> <p>Uso o abandono</p> <p>La mayoría están en uso pero con pocos habitantes.</p> <p>Muros perimetrales</p> <p>No existen murallas ni barrios cercados.</p> <p>Arquitectura</p> <p>Uso de balcones, patios interiores. Predomina la horizontalidad.</p> <p>Colores</p> <p>Blanco, lacre, marrón, celeste, entre otros tonos pasteles.</p>
<p>Vivienda 1</p>  		<p>Vivienda 2</p> 		<p>Vivienda 3</p> 	
<p>Descripción</p> <p>Esta vivienda tiene su fachada de color blanco, las ventanas y puertas tiene contornos color lacre, es común utilizar colores pasteles y colores fuertes con los que contrasten, en este caso las ventanas tienen arcos, la carpintería es de madera, la construcción es de tapial y los techos inclinados.</p>		<p>Descripción</p> <p>Esta vivienda tiene su fachada de color blanco, con zocalo sin colorear, las ventanas son de fierro y puertas de manera color celeste, es común utilizar colores pasteles y colores fuertes con los que contrasten, la construcción es de adobe con revestimiento de cemento y los techos inclinados.</p>		<p>Descripción</p> <p>Esta vivienda es de tapial, su fachada tiene algunas partes de color blanco, las ventanas y puertas son de madera, se puede apreciar un balcón de madera exterior sin concluir, los techos son inclinados. Aparenemente nadie utiliza la vivienda.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la observación realizada, sobre el **indicador 1: dimensión espacial** y **subindicador 5: vivienda**, las viviendas del Centro Poblado de Lucmapampa son de 1 a 3 niveles, el material predominante es de adobe, tapial y algunas construcciones nuevas de material noble; la carpintería por lo general es de madera o fierro; las aberturas para ventanas y puertas suelen ser rectangulares, cuadrados y algunas poseen arcos; algunas viviendas se conservan en buen estado pues se aprecia que están siendo utilizadas; respecto a la distribución, se pudo observar el uso de patios interiores, uso de balcones, del mismo modo, en las fachadas predomina la horizontalidad, por otro lado, no existen muros perímetros o cercos en los predios, este es un factor que promueve la fragmentación urbana; por último, los colores más utilizados son los tonos pasteles, blanco, lacre, marrón, celeste.

Respecto a las viviendas del Centro Poblado de Macas, estas son en su mayoría de 1 a 2 niveles, el material predominante es adobe y algunas de material noble; en cuanto a la carpintería, aberturas y colores, son las mismas características de las viviendas del C.P. de Lucmapampa, del mismo modo, la mayoría están en uso y buen estado, así mismo, no existen muros perimétricos o barrios cerrados, que fomenten la segmentación del territorio urbano.

En síntesis, las viviendas de ambos Centros Poblados presentan características similares, comparten similitud en relación a alturas (1 a 3), material predominante (adobe, tapial, material noble), carpintería (madera y fierro), patrones de aberturas para puertas y ventanas (cuadrados y rectángulos), colores (pasteles), estado de conservación (bueno a regular), uso (en uso), incluso en la no delimitación o cerramiento de predios con muros o cercos.

Discusión por indicador: dimensión espacial

Consecutivamente, se expresan los hallazgos de las fichas de observación presentadas anteriormente, en relación al **indicador 1: dimensión espacial**, de la primera subcategoría de la segunda categoría del estudio, en primer lugar, del emplazamiento se concluye que, los dos C.P. se ubican entre colinas, por ello ambos cuentan con buenas visuales hacía el paisaje. Por otro lado, por ambas áreas transcurren ríos secos, este factor puede convertirse en algo negativo pues

pueden usarse para vertederos de basura; otro factor es que solo el C.P. de Macas cuenta con un ojo de agua, motivo por el que no presenta escasez de agua a comparación del C.P. de Lucmapampa, Por último, ambos C.P. cuentan con zonas de bosques que además de crear microclimas naturales, reducen el riesgo de deslizamientos de tierra, apoyan la producción agrícola.

En cuanto vías y movilidad, existe una gran diferencia, el C.P. que mayor atención ha recibido por parte de la autoridad local ha sido el C.P. de Lucmapampa, y respecto a movilidad, ambos Centros Poblados prefieren usar motos lineales.

En relación a forma y espacio, ambos Centros Poblados se ubican en zonas planas, sus construcciones son ortogonales, sin embargo, mientras que el C.P. de Lucmapampa tiene trama ortogonal y poblamiento continuo y discontinuo, el C.P. de Macas posee trama irregular y poblamiento discontinuo, esta condición influye en la manera de apreciar el todo como una unidad.

En cuanto a equipamiento, el C.P. de Lucmapampa contiene mayores servicios urbanos de este tipo, cuenta con equipamiento religioso, de salud, y turísticos, además allí se localiza el Palacio Municipal; los que no tiene el C.P. de Macas, en relación a los demás equipamientos, ambos tienen al menos uno.

Sobre las viviendas, ambos C.P. comparten similitud en relación a alturas, material predominante, carpintería, patrones de aberturas, colores, estado de conservación, uso, incluso en la ausencia de muros perimetrales.

Continuando con la investigación, se exponen las **guías de entrevista semiestructurada**, del **indicador 2: dimensión espacial**, al que corresponde dos preguntas, las cuales fueron aplicadas a dos pobladores del Centro Poblado de Lucmapampa y dos pobladores del Centro Poblado de Macas.

Tabla 141

Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 4

Título
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Objetivo específico 4
Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.

Categoría 2	Fragmentación urbana	Pobladores del C.P. Lucmapampa	
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)		
Indicador 2	Dimensión social	PL1	
Sub-indicador 1	Nivel socioeconómico	PL2	
Pregunta 1			
¿Considera usted que existen diferencias socioeconómicas entre los pobladores de Macas y los pobladores de Lucmapampa? ¿Cuáles son?			
Respuestas			
PL1		PL2	
Sí, pero no es mucha la diferencia porque en ambos lugares hay personas con ingresos altos, también con ingresos medios y hasta con ingresos bajos, es diversa el nivel socioeconómico de los pobladores del distrito.		Hay de todo, muy pobres, pobres, con buena posición económica y muy muy buena posición económica.	
INTERPRETACIÓN			
El PL1 menciona que si existen diferencias socioeconómicas entre ambos C.P. porque hay personas de todos los niveles económicos.		El PL2 menciona que existe una diversidad de niveles económicos en el distrito.	
COMPARACIÓN			
Sobre esta pregunta, tanto el PL1 y PL2 mencionan que existe una diversidad de niveles económicos en el distrito, ambos lugares cuentan con personas de altos, medios y bajos ingresos económicos.			
En síntesis, existen diferencias socioeconómicas dentro de los Centros Poblados pero ambos se mantienen en la misma situación, es decir, con todo tipo de nivel económico.			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 2	Dimensión social
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)	Sub-indicador 2	Organización administrativa
Pregunta 2			
¿La organización administrativa del distrito de Jorge Chávez establece tanto normas como planes urbanos y los regula de igual forma tanto en Macas como en Lucmapampa? ¿Por qué?			
Respuestas			
PL1		PL2	
No, cuando el alcalde proviene del Centro Poblado de Lucmapampa, el alcalde hace más obras para esta zona, y cuando el alcalde proviene del Centro Poblado de Macas, las mayores obras son para ese sector, esto es lo que está ocurriendo en los últimos años, que la autoridad que siempre gana las elecciones es de Macas.		Si, a mi parecer, y conforme la gestión actual, el alcalde ha procurado realizar obras tanto en Lucmapampa como en Macas.	
INTERPRETACIÓN			
El PL1 menciona que la autoridad del distrito no establece tanto normas como planes urbanos y tampoco los regula de la misma manera para cada Centro Poblado, esta gestión responde a la procedencia del candidato ganador, ya sea Lucmapampa o Macas.		El PL2 menciona que en este periodo municipal, el alcalde si ha ejercido sus planes y obras de manera equilibrada para ambos Centros poblados.	
COMPARACIÓN			

<p>Sobre esta pregunta, tanto el PL1 y PL2 concuerdan y mencionan que la organización administrativa del distrito no realiza sus acciones de manera proporcionada o equivalente en ambos Centros Poblados.</p> <p>En resumen, la autoridad no cumple éticamente ni responsablemente con sus funciones de planificación, gestión y ejecución en ambos Centros Poblados, su trabajo obedece a intereses personales.</p>			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Pobladores del C.P. Macas	
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)		
Indicador 2	Dimensión social	PM1	
Sub-indicador 1	Nivel socioeconómico	PM2	
Pregunta 1			
¿Considera usted que existen diferencias socioeconómicas entre los pobladores de Macas y los pobladores de Lucmapampa? ¿Cuáles son?			
Respuestas			
PM1		PM2	
Si hay diferencias socioeconómicas pero también hay de todo, ambos Centros Poblados cuentan con todo tipo de personas y economías, esto lo puedes notar incluso solo con ver las construcciones, algunas de mejores acabados, pinturas, puertas, que otras.		Somos un pueblo con diferencias económicas, no todos tenemos las mismas posibilidades ni estudios, algunos vivimos de la chacra o de animales y otros de sus estudios.	
INTERPRETACIÓN			
El PM1 menciona que si existen diferencias socioeconómicas, pero que no es solo un tipo de nivel económico, sino que en ambos Centros Poblados existen pobladores con recursos económicos distintos, factor que se puede demostrar por el tipo de construcciones en cada sector.		El PM1 menciona que si existen diferencias socioeconómicas pues las oportunidades no son las mismas para todos.	
COMPARACIÓN			
<p>Sobre esta pregunta, tanto el PM1 y PM2 concuerdan y mencionan que en ambos Centros Poblados hay personas tanto consideradas como pudientes, otras menos pudientes y finalmente las de recursos limitados, es cuestión de observar las tipologías de viviendas para poder darse cuenta.</p> <p>En síntesis, según los pobladores de Macas, existen diferencias socioeconómicas porque no existe un solo tipo de economía en el distrito, así como no existen fachadas culminadas con los mismo materiales que otras, o tipo de sistemas constructivos, acabados, iluminación, colores, etc.</p>			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 2	Dimensión social
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)	Sub-indicador 2	Organización administrativa
Pregunta 2			
¿La organización administrativa del distrito de Jorge Chávez establece tanto normas como planes urbanos y los regula de igual forma tanto en Macas como en Lucmapampa? ¿Por qué?			
Respuestas			
PM1		PM2	

No, el alcalde realiza más obras en la zona central del distrito, es decir en Lucmapampa, eso se puede ver por ejemplo, con la calidad de calles que cuenta esa zona a comparación de la nuestra.	No, el alcalde casi siempre prioriza las obras para Lucmapampa por ser la zona histórica del distrito, además ahí está la plaza de armas.
INTERPRETACIÓN	
El PM1 menciona que la autoridad del distrito no establece tanto normas como planes urbanos y tampoco los regula de la misma manera para cada Centro Poblado, además, enfatiza que casi todas las acciones del gobierno están orientadas a la zona principal del distrito que es Lucmapampa	El PM2 menciona que la autoridad del distrito según su percepción ha desarrollado más obras para Lucmapampa por ser el centro histórico.
COMPARACIÓN	
<p>Sobre esta pregunta, tanto el PM1 y PM2 concuerdan y mencionan que la organización administrativa del distrito no realiza sus acciones de manera proporcionada o equivalente en ambos Centros Poblados, pues donde se ubica Lucmapampa cuenta con mejores servicios urbanos a diferencia de Macas.</p> <p>En síntesis, según los pobladores de Macas, la autoridad municipal no cumple equitativamente sus funciones de planificación, gestión y ejecución en ambos Centros Poblados, pues mayor interés le da a la zona históricas donde se ubica la capital y la municipalidad.</p>	

Nota. Datos de elaboración propia.

Discusión por indicador: dimensión social

Ahora, conforme a las respuestas de los entrevistados, sobre el **indicador 2: dimensión social**, según los pobladores de ambos C.P., ambos acogen a personas con diferencias socioeconómicas. Así mismo, ambos C.P. perciben que las autoridades locales prestan mayor atención al C.P. opuesto, es decir, los pobladores de Macas expresan que el beneficio es para Lucmapampa, mientras que, los pobladores de Lucmapampa respondieron que el beneficio era para Macas.

En síntesis, ambos pobladores manifiestan que los dos Centros Poblados acogen a personas de distintos niveles económicos, esto quiere decir, que, no se trata de que uno es más rico o pobre que el otro; así mismo, ambos pobladores manifestaron su sentido de desigualdad en cuanto a la ejecución de la función de la organización administrativa del distrito.

En seguida, se exponen las fichas de análisis de contenido sobre el **indicador 3: dimensión simbólica**, al que corresponde dos preguntas, las cuales fueron aplicadas a los mismos pobladores tanto del Centro Poblado de Lucmapampa como del Centro Poblado de Macas.

Tabla 142

Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 4

Título			
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Objetivo específico 4			
Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Pobladores del C.P. Lucmapampa	
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)		
Indicador 3	Dimensión simbólica		
Sub-indicador 1	Auto-identificación étnica	PL2	
Pregunta 1			
¿Con qué grupo étnico se identifica? ¿Por qué?			
Respuestas			
PL1		PL2	
Bueno mi familia, mis antepasados son de tez blanca, y yo igual, por esto me identifico con ellos.		Soy de piel blanca, por mi mamá y papá que son de Celendín.	
INTERPRETACIÓN			
El PL1 manifiesta que se identifica como blanco pues su familia tiene esta característica en común.		El PL2 manifiesta que se identifica como blanco por sus familiares.	
COMPARACIÓN			
Sobre esta pregunta, tanto el PL1 y PL2 concuerdan y se identifican con la gente de tez blanca debido a las características de sus antepasados.			
En resumen, según los pobladores de Lucmapampa, estos son de tez blanca, gracias a sus generaciones pasadas.			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 2	Dimensión simbólica
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)	Sub-indicador 2	Integración social
Pregunta 2			
¿Por qué los pobladores del Centro Poblado de Macas organizan y desarrollan diferentes actividades sociales y culturales en su territorio, en lugar de participar en las actividades que se realizan en el Centro Poblado de Lucmapampa?			
Respuestas			
PL1		PL2	
Yo creo que hacen eso porque siempre quieren demostrar que son mejores que nosotros. Copiaron nuestra virgen y eligieron fechas similares para celebrar su festividad.		Supongo que es porque se conocen entre ellos porque viven cerca, en cambio a nosotros no nos conocen mucho y prefieren pasar tiempo con sus conocidos.	
INTERPRETACIÓN			

El PL1 menciona que los pobladores del C, P, de Macas organizan y realizan actividades separados de Lucmapampa porque quieren demostrar que son superiores a ellos.		El PL2 menciona que los pobladores del C.P. de Macas organizan y realizan actividades separados de Lucmapampa porque se conocen entre ellos.	
COMPARACIÓN			
Sobre esta pregunta, el PL1 y PL2 no concuerdan, mientras que, el PL1 menciona que las personas del C.P. de Macas quieren ser mejores que ellos, y no depender de sus actividades, tiempo y mucho menos de sus espacios, el PL2 solo atribuye sus actividades separadas por la preferencia de pasar tiempo con sus conocidos.			
En resumen, según los pobladores de Lucmapampa, por una parte se evidencia la competencia que existe entre ambos Centros Poblados, a tal grado que se compite por las mejores fiestas, mejores actividades deportivas, mejores equipamientos, etc., por otro lado, simplemente la elección de pasar tiempo con personas que conoces.			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Pobladores del C.P. Macas	
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)		
Indicador 2	Dimensión simbólica		
Sub-indicador 1	Auto-identificación étnica	PM1	PM2
Pregunta 1			
¿Con qué grupo étnico se identifica? ¿Por qué?			
Respuestas			
PM1		PM2	
Yo me identifico como blanco, porque eso es lo que soy, además tengo familiares con los rasgos de la gente blanca.		Blanco, porque es mi color de piel.	
INTERPRETACIÓN			
El PM1 menciona que se reconoce como blanco en base a sus características físicas y familiares.		El PM2 menciona que se identifica como blanco porque ese es su color de piel.	
COMPARACIÓN			
Sobre esta pregunta, tanto el PM1 y PM2 concuerdan y se identifican con la gente de tez blanca debido a sus propias características y la de sus antepasados.			
En resumen, según los pobladores de Macas, son de tez blanca, gracias a sus antepasados.			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 2	Dimensión simbólica
Sub-categoría 1	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)	Sub-indicador 2	Integración social
Pregunta 2			
¿Por qué desarrollan diferentes actividades sociales y culturales en su territorio, en lugar de participar en las actividades que se realizan en el Centro Poblado de Lucmapampa?			
Respuestas			
PM1		PM2	

Porque siempre se le ha dado prioridad a Lucmapampa, ellos tiene todos los servicios a su alcance, en cambio, nosotros hemos sido olvidados, por eso nos vemos en la obligación de crear nuestras propias actividades, no queremos depender de un lugar al que no le interesamos.	Porque nos gusta participar en actividades tanto deportivas como religiosas, pero la distancia hasta Lucmapampa impide que podamos realizarlas allá, más fácil para nosotros es programar actividades aquí y realizarlas.
INTERPRETACIÓN	
El PM1 menciona que el C.P. de Macas debido a la desigualdad de oportunidades y acceso a servicios en relación al C.P. de Lucmapampa se ha visto en la necesidad de auto gestionarse para no depender de nadie.	El PM2 menciona que ellos programan actividades en su jurisdicción porque la distancia hasta Lucmapampa impide que ellos puedan ir a participar.
COMPARACIÓN	
Sobre esta pregunta, tanto el PM1 y PM2 no concuerdan, mientras que, el PM1 manifiesta su percepción de abandono, motivo por el que crean sus propios servicios, el PM2 expresa que no participan en las actividades en Lucmapampa por la distancia a la que se encuentra.	
En resumen, según los pobladores de Macas, demuestran su sentimiento de abandono, además que, la distancia hasta el C.P. de Lucmapampa impide su integración, por ello, se han vuelto un territorio un tanto independiente respecto al C.P. de Lucmapampa.	

Nota. Datos de elaboración propia.

Discusión por indicador: dimensión simbólica

A partir de las respuestas de los entrevistados, sobre el **indicador 3: dimensión simbólica**, ambos pobladores del C.P. de Lucmapampa y Macas se reconocen como blancos, debido a su tez clara y a las características de sus familiares; así mismo, se evidencia un sentimiento de abandono y desigualdad de acceso a servicios urbanos por parte de los pobladores del C.P. de Macas.

En resumen, no existen diferencias en cuanto a la auto identificación étnica, pero si en cuanto a la percepción de atención, integración y dotación de servicios urbanos por parte del Centro Poblado de Macas, además reconocen que la distancia entre centros poblados impide su conexión, es por ello que optan por aislarse del C.P. de Lucmapampa, y se reconoce como una sociedad autosuficiente.

Discusión por objetivo:

De los resultados del **objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el**

distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado:

En cuanto a la dimensión espacial, los dos C.P. poseen un emplazamiento privilegiado, se ubican entre colinas, ambos cuentan con zonas de bosques que además de crear microclimas naturales, reducen el riesgo de deslizamientos de tierra, apoyan la producción agrícola y favorecen la dotación de buena calidad de aire y paisaje; así mismo, solo el C.P. de Macas cuenta con un ojo de agua, motivo por el que no presenta escasez de agua a comparación del C.P. de Lucmapampa. Por otro lado, por ambas áreas transcurren ríos secos, estos pueden afectar las zonas pues pueden utilizarse para vertederos de basura. Sobre vías y movilidad, el C.P. que cuenta con vías en buen estado es el C.P. de Lucmapampa, esto muestra el aporte de la autoridad local a esta zona, respecto a movilidad, ambos Centros Poblados utilizan mayormente motos lineales, pues no existe un sistema de transporte público que permita reducir costos en desplazamiento.

En relación a forma y espacio, ambos Centros Poblados se ubican en zonas planas, con edificaciones ortogonales, sin embargo, el C.P. de Lucmapampa tiene trama ortogonal y poblamiento mixto, el C.P. de Macas posee trama irregular y poblamiento discontinuo. En cuanto a equipamiento, el C.P. de Lucmapampa contiene mayores servicios urbanos, tiene equipamiento religioso, de salud, y turísticos, además el Palacio Municipal; equipamientos que no tiene el C.P. de Macas, en relación a los demás equipamientos, ambos tienen la misma dotación. Sobre las viviendas, ambos C.P. comparten características similares, tales son alturas, materialidad, patrones de aberturas, colores, hasta la ausencia de muros perimetrales.

En cuanto a la dimensión social, los pobladores tanto de Macas como de Lucmapampa manifiestan que los dos Centros Poblados acogen a personas de distintos niveles económicos, esto evidencia, que uno es más rico o pobre que el otro; del mismo modo, ambos pobladores manifestaron su sentido de desigualdad en cuanto a la ejecución de las funciones de la autoridad local.

Por último, conforme a la dimensión simbólica, no existen diferencias en cuanto a la auto identificación étnica, pero si hay una diferenciación en cuanto a la percepción de atención, integración y dotación de servicios urbanos por parte del

Centro Poblado de Macas, es por ello que crea y desarrolla actividades tradicionales separados de Lucmapampa.

Lo mencionado puede compararse con los resultados de **Cabrera et al. (2019)**, ya que sus hallazgos guardan relación, partiendo de que las características tanto espaciales, sociales y simbólicas de los fragmentos urbanos permiten conocer la situación de cada territorio. Además, en la tesis mencionada se realizó el mismo análisis, pero a los barrios de Cochabamba en base a las tres dimensiones. Sin embargo, en ese caso, se evidencia que, existían barreras físicas construidas por el hombre, tales como cercos o muros perimetrales que fueron instalados para mayor seguridad de algunas residencias, estas barreras fragmentaron el territorio, pero dichas urbanizaciones cerradas aún no alcanzaron la total fragmentación urbana pues gozaban de características positivas tanto sobre emplazamiento, vías y movilidad, forma y espacio, equipamientos y vivienda, es decir, los barrios estaban fragmentados por una barrera física pero dependían unos de otros, por tanto el distanciamiento social no se había dado del todo. En la presente investigación, la fragmentación se dio por un elemento natural, este es un cerro en medio de ambos Centros Poblados, y la misma situación se ha observado, pues aunque haya distancia física, los pobladores de un sector dependen del otro y viceversa porque existen servicios urbanos en un territorio que se complementan con los servicios del otro, además aún conservan características similares en cuanto a arquitectura, esta es una manera de expresar la identidad y la unidad de un pueblo, y a pesar de que algunos pobladores manifiesten su percepción de abandono o desigualdad, las costumbres son las mismas, pero eso sí, es necesaria la pronta intervención del municipio para establecer acciones que permitan la mejora de las circunstancias desfavorables de cada Centro Poblado. Por otro lado, en dicho estudio, se evidenció que la movilidad urbana en el territorio se dependía del transporte público masivo y en menor proporción del privado, mientras que, en la investigación sobre Jorge Chávez, se demuestra que la movilidad depende del uso de motos o sistemas particulares de transporte, lo que conlleva a aumentar el gasto en transporte, circunstancia que perjudica la movilización de un C.P. a otro, lo que al final aporta a la no interacción y distanciamiento entre pobladores.

Por tanto, se concluye, que se está **de acuerdo** con los resultados del antecedente, fichas de observación y respuestas de los entrevistados, en relación a por ejemplo, el hecho de que pueda darse la fragmentación urbana pero no la fragmentación social o viceversa, pues dos territorios urbanos pueden estar separados por alguna barrera física pero esto no involucra que las personas sigan relacionándose, este concepto está sustentado bajo los aportes de Kozak (2018) pues este determinó que la fragmentación urbana no necesariamente ocurre a la vez que la fragmentación social o viceversa y tampoco uno produce lo otro, son dos fenómenos independientes. Además, es evidente que la fragmentación parcial tiene relación con la influencia positiva del sistema de transporte público masivo en Cochabamba para la integración de sus barrios, según Rao et al. (2017) la acción del Estado de proveer a la urbe conexiones de transporte publico de alto volumen permite la sostenibilidad económica de estos territorios urbanos, e integra el comercio minorista y otras actividades sociales con el diseño de un ciudad más productiva, transitable, equilibrada y resiliente.

Del mismo modo, los resultados pueden compararse con los de **Barreto et al. (2016)** este estudio permitió observar la mixtura de las viviendas que conviven en cercanía unas de otras, se clasificaron tres grandes grupos según su forma de producción habitacional: informal, estatal y privado, dichos agrupamientos habitacionales mostraron características semejantes en su interior, pero desiguales en relación a los demás grupos entre sí. En el caso de Jorge Chávez las viviendas se agruparon de manera informal y de gestión privada, pues no existen reglamentos estipulados propiamente para el distrito, fueron los propios pobladores los que diseñaron sus calles y la distribución de sus lotes, sin embargo, en comparación con el antecedente, aquí las características de las viviendas son iguales tanto al interior de cada Centro Poblado como en comparación de un Centro Poblado a otro, circunstancia que demuestra que aún se conserva una unidad.

Entonces, se concluye, que se está **en desacuerdo** con los resultados del antecedente, pues la manera en que se forma un espacio residencial en el territorio no es un factor determinante para conocer las características sociales de barrios o territorios urbanos cercanos, bajo las ideas de Warshawski (2021) pueden haberse poblado las zonas de distintas maneras, continua o discontinua y las características

de las sociedades pueden ser distintas pero también pueden ser iguales en comparación al resto de grupos, por tanto, no siempre la manera de asentamiento en el territorio genera la fragmentación social y urbana de una zona.

Objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.

Para cumplir con el quinto objetivo específico de la segunda categoría se hizo uso de una segunda subcategoría: **fenómenos que generan la fragmentación urbana**, con tres indicadores: **fenómenos espaciales**, **fenómenos sociales** y **fenómenos políticos**, esto se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 143

Subcategorías del objetivo específico 5

SUBCATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTOS		
Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Fenómenos espaciales	Entrevista	Análisis de contenido	Guía de entrevista semiestructurada	Ficha de análisis de contenido
	Fenómenos sociales				
	Fenómenos políticos				

Nota. Elaboración propia

En este caso, se emplearon dos instrumentos de recolección de datos, la guía de entrevista semiestructurada y la ficha de análisis de contenido. Por lo tanto, a continuación se expone la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 1: fenómenos espaciales**, a la cual le corresponde dos preguntas, las cuales se aplicaron a tres profesionales especialistas en urbanismo

Tabla 144

Ficha de guía de entrevista del indicador 1 del objetivo específico 5

Título			
Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Objetivo específico 5			
Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.			
Categoría 2	Fragmentación urbana	Especialistas en Urbanismo (EU)	
Sub-categoría 2	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	EU1	Arq. Muñiz Velásquez, Carlos
Indicador 1	Fenómenos espaciales	EU2	Arq. Montenegro León, Javier
Sub-indicador 1	Desconexión física	EU3	Arq. Morales Dávila, Carlos
Pregunta 1			
La fragmentación urbana es el proceso de división de un territorio en pequeños espacios o zonas. Una de las causas de dicho fenómeno, es la falta de relación, unión o conexión entre centros urbanos, esto se conoce como desconexión física. En su opinión, ¿Por qué considera usted que se produce la desconexión física en territorios urbanos?			
Respuestas			
EU1	EU2	EU3	
La desconexión física del territorio se da por diversos factores, pero considerando uno de los más comunes dentro del desarrollo urbano del Perú; este fenómeno surge debido a que las ciudades no son policéntricas, por lo tanto, los servicios, equipamientos e infraestructura urbana se concentra en una sola determinada zona, denominando esta área como un centro o centralidad. En ese sentido, y debido a que todos los servicios y desarrollo económico se concentran en esta, el desarrollo territorial termina siendo desequilibrado. Así, una zona es más desarrollada que otra desencadenando procesos de segregación, además que la inversión en infraestructura de conectividad a otras zonas no se prioriza. Finalmente, en la fragmentación urbana vemos ciudades con más inversión pública y privada que otras.	Porque no diseñamos ciudades integradas, crecemos desordenadamente, no existe un plan territorial ni sectorial.	La fragmentación urbana entre centros urbanos no ocurre solamente por la falta de conexión vial, sino que dentro de un mismo núcleo urbano puede existir fragmentación urbana debido a condiciones geográficas específicas (un río, un cerro, etc., o por el modelo de desarrollo urbano (segregación social e injusticia espacial), por dar ejemplos adicionales. En contextos predominantemente rurales como el presentado, considero que para comprender el origen y las causas de la desconexión físico-espacial que pueda haber es importante reconocer la evolución y relación histórica de la población con su territorio, así como también la cosmovisión de la sociedad que la habita. Recordemos que las lógicas de habitar el territorio en el Ande son distintas a las de la Costa y la Selva, por lo que es importante también interpelarnos sobre los criterios, métodos, técnicas o instrumentos con los cuales medimos o evaluamos diversas realidades.	
INTERPRETACIÓN			

El arquitecto menciona que la causa de la desconexión física de territorios urbanos es porque los servicios urbanos se ubican únicamente en un punto de manera céntrica y es a partir de esta circunstancia que no existe una proporcionalidad en relación a las demás partes de la ciudad, lo que desencadena la segregación. También porque no hay inversión en infraestructura vial que permita la conexión entre distintas urbes.	El arquitecto menciona que la desconexión física en territorios urbanos se da porque las ciudades no obedecen a una planificación integrada.	El arquitecto menciona que la desconexión física se da por condiciones geográficas específicas que separan el territorio urbano, así mismo determina que para entender el origen de la desconexión física del distrito de Jorge Chávez es importante conocer la historia y modos de poblamiento de la población.
---	--	--

COMPARACIÓN

Sobre esta pregunta, ningún arquitecto ha coincidido, tanto el EU1, EU2 y EU3 identificaron razones distintas de porque se produce la desconexión física en entornos urbanos. Es así que, el EU1 reconoce como principal causa el centralismo, pues todos los servicios urbanos normalmente se ubican en un punto central al que la población de los suburbios difícilmente puede acceder por deficiencias en la infraestructura vial. Por otro lado, el EU2 hizo referencia a que el motivo partía de la mala planificación urbana, por último, el EU3 menciona que una causa también proviene de las condiciones geográficas de la zona, pues la existencia de algún elemento natural es capaz de separar el territorio urbano.

En resumen, la desconexión física de territorios urbanos se da por ejemplo, por la aglomeración de todos los servicios urbanos en un solo punto, si se fomentara el policentrismo, la movilidad urbana sería más sostenible, y el acceso a servicios urbanos sería más equilibrado para todas las partes de la ciudad; otra causa la existencia de elementos geográficos como ríos, cerros, etc.), o por modelos de poblamiento: finalmente, por la ausencia de una planificación urbana integral.

Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 1	Fenómenos espaciales
Sub-categoría 2	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Sub-indicador 2	Morfología urbana

Pregunta 2

La **morfología urbana** hace referencia a la forma y evolución del tejido urbano en base a: un sistema vial, sistema de áreas verdes, sistema de equipamiento, sistema de servicios urbanos y mobiliario urbano, finalmente, un sistema de bordes y vacíos urbanos. En este sentido, **¿Cuáles considera usted que son las características morfológicas urbanas de un distrito fragmentado?**

Respuestas

EU1	EU2	EU3
Claramente al ser un centro urbano desconectado y por lo tanto en carencia de inversión pública y privada, el tejido urbano termina siendo uno con déficit en sistemas de infraestructura. Sin embargo, los tejidos urbanos son definidos en base los planes de desarrollo urbano. Todo ello en sentido que un tejido urbano puede estar sin plan urbano pero tener bastante inversión; lo que terminaría definiendo un tejido	Para que exista una ciudad fragmentada, es porque no existe una solución integral en los ejes mencionados en tu pregunta. Es decir no existe o no está solucionado el sistema vial, los equipamientos, etc.	El urbanismo nos permite analizar y proyectar asentamientos humanos (en el sentido más amplio de la palabra), y nos brinda herramientas para caracterizar el territorio. Gracias a ello podemos, por ejemplo, analizar el tejido urbano (trama o grano urbano), conocer la relación de llenos y vacíos (nolli), identificar la densidad urbana (habitantes/superficie), reconocer relieve del territorio (topografía/pendientes), entre otros. No obstante, considero que la ecología y el paisaje también nos pueden brindar herramientas y "lentes" complementarios para comprender esa conformación morfológica: fragmentación del hábitat, unidades del paisaje, conectividad ecológica, estructura de paisaje, ecotonos, etc. Finalmente, considero que es importante, también, reconocer los roles, dinámicas y/o procesos que los fragmentos urbanos están teniendo de manera independiente, como conjunto y en su relación con el territorio circundante, para así identificar si existen

urbano desordenado y no funcional		relaciones de competitividad, complementariedad o sujeción a un centro dinamizador de mayor jerarquía.
INTERPRETACIÓN		
El arquitecto menciona que el tejido urbano de un distrito fragmentado es desordenado y no funcional, un espacio desconectado sin inversión pública con carencias de infraestructuras	El arquitecto menciona que un distrito fragmentado y deficiente en cuanto a sistema vial, áreas verdes, equipamientos, servicios urbanos y mobiliario y bordes y vacíos urbanos	El arquitecto menciona que las características morfológicas de un territorio urbano fragmentado pueden determinarse en base al análisis de la trama urbana, llenos y vacíos, nivel de densidad, relieves topográficos, estructura y unidades del paisaje, así mismo, involucra el estudio del comportamiento y evolución de cada fragmento. Sin embargo, no especifica cuáles podrían ser tales características.
COMPARACIÓN		
<p>Sobre esta pregunta, solo el EU1 y EU2 han concordado, mencionando que un territorio urbano fragmentado tiene todos sus sistemas desordenados y funcionando de manera deficiente y desconectada, tanto en sistema vial, áreas verdes, equipamientos, servicios urbanos, y bordes y vacíos urbanos, incluso en algunos casos la inversión pública es nula y el déficit de infraestructuras empeora la condición de desigualdad para las partes de una ciudad. Por otro lado, el EU3 no especifica cuales era las características morfológicas de un territorio fragmentado, únicamente se limitó a mencionar métodos para reconocer tales características.</p> <p>En síntesis, un distrito fragmentado tiene como característica principal el desarrollo desordenado y funcionamiento deficiente, sus sistemas urbanos trabajan de manera desconectada, esto conlleva al aumento de la segregación social, creando entornos que no pueden acceder a servicios urbanos.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Ahora, conforme a las respuestas de los entrevistados, sobre el **indicador 1: fenómenos espaciales**, se reconocen cuatro causas por las que un territorio urbano tiene una desconexión física con alguna de sus partes, primero, por la aglomeración de todos los servicios urbanos en un solo punto, esto es el centralismo típico en las ciudades latinoamericanas, si se promoviera el polícentrismo, todos los centros urbanos gozarían de servicios urbanos e incluso la movilidad urbana sería más sostenible; segundo, la presencia de elementos geográficos que actúan como barreras físicas en el espacio, tales como ríos, cerros, etc.); tercero, por modelos de poblamiento, en zonas rurales el poblamiento se da de manera continua o discontinua, el crecimiento de manera discontinua aumenta las posibilidades de crear entornos desconectados; finalmente, cuarto, por la ausencia de una planificación urbana integral.

En pocas palabras, la desconexión física se da por las siguientes causas, el centralismo, las condiciones geográficas del lugar, modelos de poblamiento discontinuo, y por la ausencia de planificación territorial en la mayoría de ciudades.

Posteriormente, se presentan las fichas de análisis de contenido conforme al **indicador 1: fenómenos espaciales**, de este indicador se desarrollaron cuatro fichas en base a la revisión de tres artículos científicos diferentes.

Tabla 145

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 1 del OE5 (pág. 1)

FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°32
		Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.
Categoría 2: Fragmentación urbana		Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana
Indicador 1: Fenómenos espaciales		Objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.
Nombre del Documento	Urban containment planning: Is it effective? The case of Portland, OR	Referencia Bibliográfica
Autor	Giovannoni, Giulio	Tipo de documento
Palabras claves	urban containment; urban growth, fragmentation	País - Año
		Estados Unidos/Portland - 2021
		
Poblamiento disperso. Fuente: https://acortar.link/zmFRLU		Fuente: https://acortar.link/tH4DHu
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: EXPANSIÓN URBANA COMO CAUSA DE LA DESCONEXIÓN FÍSICA		
El desarrollo disperso puede ser un producto de la espera especulativa de los pobladores que retiran no ponen en venta sus terrenos, con la esperanza de recibir una mayor remuneración en el futuro. Si una ciudad está experimentando un crecimiento significativo, el desarrollo a saltos puede ser eficiente a largo plazo cuando las áreas subdesarrolladas vuelvan al mercado. Pues, el cambio de densidad de las ciudades puede necesitar la remodelación de áreas internas, esto es más difícil si no hay vacíos que llenar. La expansión también puede provenir de una zona que no permite un continuo desarrollo urbano, el crecimiento urbano tiende a realizarse en zonas más baratas. Esta es una de las principales causas de la expansión en ciudades.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 146

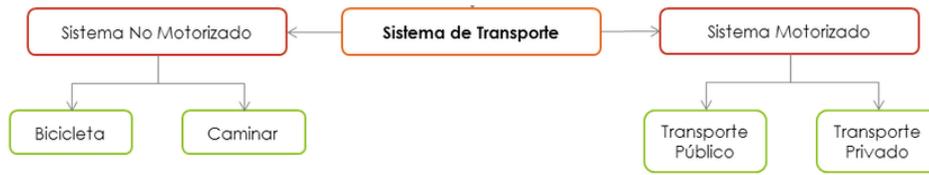
Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 1 del OE5 (pág. 2)

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°33
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	Indicador 1: Fenómenos espaciales
Objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.		
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica
Ten principles for rethinking the mall		
Autor	Beyard, Michael; Beth, Mary; Kramer, Anita; Pawlukiewicz, Michael y Bach, Alexa	Tipo de documento Libro
Palabras claves	retail market, exterior design	País - Año Estados Unidos - 2006
		
Fuente: https://acortar.link/MU552d		Fuente: https://acortar.link/SbjyS
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: RED VIAL DESAGREGADA		
Un territorio urbano fragmentado ubicado en periferia o suburbio por lo general contiene grupos de fraccionamientos de viviendas con una sola entrada y salida, que con rapidez se congestionan por la falta de rutas alternas. Una de las razones es que las redes de carreteras se desarrollan en beneficio de proyectos individuales. Mejorar sistema de red de carreteras interconectadas permitirá el acceso para vehículos de emergencia y el uso de vías alternas en caso de bloqueos. A medida que el tráfico vehicular se disminuye, los conductores, ciclistas y peatones se vuelven más seguros. Para evitar crear fraccionamientos desagregados, es indispensable planificar y crear una red de vías vehiculares con conexiones para peatones, ciclistas, espacios comunes y espacios abiertos.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 147

Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 1 del OE5

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°34
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	Indicador 1: Fenómenos espaciales
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento	Fragmentação socioespacial, mobilidade urbana e cotidiano na Bahia, Brasil	
Autor	Whitacker, Arthur M.; Mares, Rizia M.	Referencia Bibliográfica
Palabras claves	retail market, urban fragmentation	https://acortar.link/id0q9h
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	Brasil - 2019	
 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/7604QK</p>		
 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/UmlJdX</p>		
 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/siH9vb</p>		
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: SISTEMA DE TRANSPORTE DEFICIENTE		
Los territorios urbanos por lo general contiene a poblaciones como ingresos insuficientes, así mismo, poseen una deficiente estructura de transporte y vías de circulación, además, si el fragmento menos favorecido se ubica desconectado físicamente del fragmento que cuenta con mayores servicios urbanos, el transporte obedece a un alto costo tarifario, estos factores determinan la agrupación social o poblamiento continuo, por lo general, el barrio más perjudicado es aquel que no tiene permitida la circulación a otras áreas del ciudad en la frecuencia deseada por las condiciones viales y económicas del sector.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la literatura presentada, sobre el **indicador 2: fenómenos espaciales**, una de las causas de que territorio urbano se encuentre desconectado físicamente de otro responde al poblamiento disperso de la población, es decir, de la ubicación y construcción de viviendas dejando ciertos predios vacíos; así mismo, otra condicionante es la expansión, si el centro urbano que es el que posee los mejores servicios urbanos tiene costos elevados del suelo, las personas no construirán allí sino buscaran los lugares más económicos, estos por lo general, son aquellos terrenos que se ubican en las periferias, es así que las agrupaciones residenciales en suburbios o periferias debido a su bajo costo de la tierra es la zona con menos beneficios urbanos.

Por tanto, una zona urbana fragmentada tiene como características, poblaciones como ingresos insuficientes, un sistema vial con una sola entrada y salida, sin rutas alternas, y carreteras desconectadas que muchas veces se encuentran en mal estado. Para evitar crear fraccionamientos desagregados, es indispensable planificar y crear una red de vías vehiculares con conexiones para todos los usuario y espacios, entre peatones, ciclistas, espacios comunes y espacios abiertos. Del mismo modo, el sistema de transporte es deficiente o inexistente, esto limita la circulación a otras áreas de la ciudad y por tanto segrega a la población.

En resumen, la desconexión física entre espacios urbanos se da por patrones de poblamiento, en las zonas rurales es común observar el poblamiento disperso, esto de por si crea un distanciamiento entre viviendas de un mismo sector, otro causante es el fenómeno de expansión urbana que siempre se da hacia los suburbios o bordes ya que el costo de la tierra es menor ahí, sin embargo, los servicios urbanos son menores también. Por otra parte, las características principales de un territorio urbano fragmentado es la deficiencia en transporte urbano, vías y circulaciones en mal estado, e ingresos económicos bajos.

Discusión por indicador: fenómenos espaciales

Seguidamente, se muestra la comparación de los hallazgos de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en relación al **indicador 3: fenómenos espaciales**, conforme a las respuestas de los especialistas, la

desconexión física de zonas urbanas se da, por el centralismo, esto implica la agrupación de los servicios urbanos en un solo sector, la descentralización hacia un poli centrismo promovería la igualdad de oportunidades para todas las poblaciones, además la movilidad urbana sería más sostenible; así mismo, otra causante es la presencia de componentes geográficos que separan el territorio, como ríos, cerros, etc.), finalmente, por los modelos de poblamiento o por la falta de políticas integrales para la planificación urbana.

En complemento, un distrito fragmentado se desarrolla de manera desordenada y no funciona eficientemente, sus sistemas urbanos trabajan de manera desconectada, esto al final promueve la segregación social, pues algunos entornos tienen menores oportunidades para acceder a ciertos servicios urbanos a diferencia de otros, ya sea por su ubicación, desconexión física, separación por elementos naturales o creados por el hombre, etc. Es así que, conforme a la revisión de la literatura, se encontraron resultados muy similares, en relación a la desconexión física, esta es producto de los modelos de poblamiento, por la expansión urbana siempre emplazada en periferias, zonas desabastecidas y precarias. Así mismo, ambos hallazgos concuerdas en que un territorio urbano fragmentado se caracteriza por poseer un sistema de transporte urbano deficiente o con déficit, y vías de circulación sin mantenimiento.

A continuación, se presenta la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 2: fenómenos sociales**, con dos preguntas, las cuales se aplicaron a los mismos profesionales especialistas en urbanismo.

Tabla 149

Ficha de guía de entrevista del indicador 2 del objetivo específico 5

Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 2	Fenómenos sociales
Sub-categoría 2	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Sub-indicador 1	Repliegue comunitario
Pregunta 3			
<p>Toda circunstancia que involucre al entorno físico, involucrará también al entorno social que se desarrolle en él. Por ejemplo, el territorio del Centro Poblado de Macas, no posee un sistema de vías adecuadas, por ello se encuentra separado del resto del centro urbano, esto produce el repliegue de la comunidad, es decir, la acción defensiva por parte de los pobladores de encerrarse o aislarse del resto ante la exclusión que sufren. Pero, este fenómeno concebirá mayores secuelas. En función de lo mencionado. ¿Cuáles cree usted que son las consecuencias a largo plazo del repliegue social o aislamiento de la comunidad del Centro Poblado de Macas?</p>			

Respuestas		
EU1	EU2	EU3
<p>El desequilibrio territorial, lo que termina definiendo una zona más desarrollada que otra, por lo tanto, los desarrollos sociales de las poblaciones también serán desiguales.</p>	<p>Que una ciudad este aislada de otras, genera muchos sentires, tanto emocionales, económicos, etc. Es que el estado en su mayoría no tiene un plan estratégico de generar ciudades, son los mismos ciudadanos que generan ciudades, y obviamente estas no tienen ninguna base científica de cómo hacerlo, es por ello que, en el transcurso del camino, los mismos ciudadanos sufren por tales características mencionadas.</p>	<p>Es preciso indicar que las comunidades no se aíslan por completo, más aún en el medio rural. Puede que el modus vivendi particular que tienen lleve a las personas a habitar zonas muy desoladas (pensemos, por ejemplo, en aquellas comunidades que viven "aisladas" por encima de los 4,000 msnm) pero nunca están aisladas por completo. Esto debido a que, en el caso del Ande, si se trata de una comunidad productiva (dedicada a la agricultura, la ganadería, la explotación forestal, la silvicultura y/o el pastoreo), van a requerir si o si de otros medios complementarios a su actividad: fertilizantes, acceso a mercados, energía, por dar solo algunos ejemplos. El desarrollo (a nivel social, ambiental, económico y urbano) de una comunidad requiere del reconocimiento de que esta es parte de un todo (un conglomerado urbano, un distrito, una ciudad, una región, un país), un sistema que funciona - o debería funcionar- de manera integral y unificada, y cuyo funcionamiento y crecimiento debe darse en equilibrio o armonía con el soporte territorial en el que se inserta.</p>
INTERPRETACIÓN		
<p>El arquitecto menciona que el desarrollo del distrito se refleja en el desarrollo de los pobladores, por tanto, si se aísla al C.P. de Macas, se produciría el desequilibrio urbano y social.</p>	<p>El arquitecto menciona que el aislamiento social del C.P. de Macas que se produce por la fragmentación urbana del distrito, afecta a los pobladores tanto emocional como económicamente, pero, como en estas zonas no se ejecutan planes territoriales urbanos por parte de las autoridades locales, siendo las mismas personas las que hacen ciudad, son ellas mismas las causantes de su mal.</p>	<p>El arquitecto menciona que a pesar de la fragmentación del distrito, el C.P. de Macas no se aísla por completo, pues todo centro urbano requiere de otro para satisfacer de sus necesidades, por ejemplo aquellas personas dedicadas a la agricultura, van a requerir en algún momento fertilizantes, por tal motivo, tendrá que integrarse a un entorno y obtenerlo, ningún pueblo puede desarrollarse de manera independiente pues siempre necesitará de complementos y la pertenencia a un todo.</p>
COMPARACIÓN		
<p>Sobre esta pregunta, todos los arquitectos respondieron bajo distintas perspectivas, por ejemplo, el EU1, menciona que el aislamiento del C.P. de Macas produce un desbalance en cuanto a servicios urbanos de ambos fragmentos, mayores diferencias en cada territorio urbano, siendo el menos favorecido Macas, lo que afectará en el desarrollo social de sus habitantes; en el caso del EU2, este menciona que los efectos responden en la afectación de emociones y cuestiones económicas. Finalmente, el EU3 menciona que no siempre una sociedad puede aislarse de otra del todo, porque siempre es necesaria la relación pues se depende de actividades complementarias para lograr el desarrollo social y urbano.</p> <p>En resumen, el aislamiento social puede darse en niveles, pues no es posible aislarse de un territorio urbano del todo, porque siempre serán necesarias actividades complementarias, sin embargo, cuando el nivel de aislamiento es mayor se afecta a la población, por ejemplo, por la desigualdad de oportunidades para la integración, acceso a equipamientos, etc., así mismo, el aislamiento influye de manera negativa en lo emocional y económico.</p>		

Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 2	Fenómenos sociales
Sub-categoría 2	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Sub-indicador 2	Lógicas exclusivas
Pregunta 4			
<p>Las lógicas exclusivas son las ideas concebidas por algunas personas respecto a que algunas zonas son de uso exclusivo para ciertos grupos sociales en base a su ubicación en el territorio. Esto ocurre con los habitantes del centro poblado de Lucmapampa, pues se ubican en la zona central del distrito, y muchas veces discriminan a las personas provenientes del centro poblado de Macas. A su criterio, ¿De qué manera se puede abordar la exclusión social para disminuir la fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez?</p>			
Respuestas			
EU1	EU2	EU3	
<p>La exclusión social, en este caso, se da por qué se ha generado una centralidad. Cuando las zonas urbanas tienen varios centros entonces todos se desarrollan de igual manera. Ahora, lo que se busca es generar inclusión social por medio de la inversión equilibrada en infraestructura en todas las zonas urbanas.</p>	<p>La integración social mejora estas circunstancias.</p>	<p>El planeamiento urbano debe prever la dotación y el acceso de servicios de toda la comunidad. Cuando hay sectores no cubiertos con equipamientos e infraestructura se dice que hay un déficit o brecha de cobertura, lo cual nos lleva a pensar en relación a la desigualdad urbana presente en el lugar de estudio. Algunas consecuencias derivadas de la no atención a dichas demandas puede ser la aparición desordenada de actividades urbanas en contradicción con la clasificación y calificación de suelo prevista, y el consecuente requerimiento de nuevos equipamientos e infraestructuras de servicios que no serán debidamente cubiertos, agravando la fragmentación urbana.</p>	
INTERPRETACIÓN			
<p>El arquitecto menciona que la exclusión social se debe por la centralización de los servicios urbanos, por tal motivo, una manera de abordarla es a través de la inversión y ejecución de obras en ambos sectores con el fin de crear nuevos centros y equipamientos.</p>	<p>El arquitecto menciona que la exclusión social se aborda con estrategias para la integración social.</p>	<p>El arquitecto menciona que la exclusión social se debe a la manera desigual en que ciertos territorios acceden a servicios urbanos a comparación de otros, por tanto, los profesionales de la planificación urbana responsables en cada municipio deben prever la dotación de equipamientos e infraestructura suficiente para todas las poblaciones. De no cumplirse esto, se empeoraría la situación, pues los usos urbanos se desarrollaran de manera desordenada.</p>	
COMPARACIÓN			

Sobre esta pregunta, todos los arquitectos coincidieron de cierta manera, pues todos mencionaron medios para lograr un mismo fin, en este caso, el EU1 hace referencia a la necesidad de crear nuevos centros urbanos, para él la causa de la exclusión social está relacionada a la agrupación de equipamientos e infraestructura en una sola zona, lo que dificulta el acceso para aquellas personas emplazadas más a las periferias. Es precisamente el EU3 quien hace mención a todas estas condiciones, y determina que los profesionales de la planificación urbana de las ciudades deben optimizar dichas situaciones, para fomentar lo opuesto, que es la integración social, precisamente esta es la respuesta del EU2, generar estrategias para la integración de la población.

En resumen, el problema de la exclusión social se puede aminorar mediante la poli centralización, esto involucra la creación de centros urbanos nuevos, dotar con el equipamiento necesario para el desarrollo urbano por cada fragmento del territorio urbano, así mismo, utilizar cualquier estrategia que involucre la integración social.

Nota. Datos de elaboración propia.

A continuación, en base a las opiniones de los expertos, conforme el **indicador 2: fenómenos sociales**, el aislamiento social no se da por completo en ninguna situación, pues siempre será necesario participar en algún momento en las actividades complementarias de otros territorios urbanos, sin embargo, cuando el aislamiento se da por más mínimo que sea, este aqueja a la población, generando desigualdad de oportunidades para la integración, dificultad acceso a servicios urbanos, así mismo, afecta en lo emocional y económico. Respecto a la exclusión social, puede aminorarse promoviendo la poli centralización, es decir, la implementación de nuevos centros urbanos, y dotación de cada fragmento desfavorecido con el equipamiento necesario para el desarrollo urbano y la integración de los habitantes.

En resumen, tanto el aislamiento social como las lógicas exclusivas son fenómenos que se dan parcialmente, para evitar que se desarrollen en los territorios urbanos fragmentados, es necesario dotar de equipamiento e infraestructura a todos los sectores, de lo contrario, se afectara a la población en cuanto al desarrollo desequilibrado de servicios urbanos, y tanto emocional como económicamente.

Consecutivamente, se muestran las fichas de análisis de contenido conforme al **indicador 2: fenómenos sociales**, de este indicador se desarrollaron dos fichas en base a la revisión de dos artículos científicos diferentes.

Tabla 150

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 2 del OE5

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°35
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 1: Espacios de uso comercial	Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	Indicador 2: Fenómenos sociales
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez		
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica
Spatial fragmentation and self-organisation : a negative relationship in Brazilian metropolises		https://acortar.link/CiUJcY
Autor	Moreno, Igor	Tipo de documento
Palabras claves	urban fragmentation	Artículo científico
		País - Año
		Brasil - 2019
		
Necesidad de mano de obra. Fuente: https://acortar.link/gXcTGr		Necesidad de fertilizantes para la agricultura. Fuente: https://acortar.link/8jsqL
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: INTEGRACIÓN SOCIAL SOLO POR FUNCIONALIDAD		
En el entorno urbano brasileño no sólo existen barreras físicas, sino también las desigualdades financieras, que dificultan la conexión de los residentes con el entorno construido. las urbes con un alto grado de desigualdad y fragmentación espacial se relacionan más funcionalmente, esto quiere decir que, solo lo hacen por necesidad para cumplir alguna función o actividad. Por ejemplo, lo residentes de los asentamientos informales y los residentes de barrios cerrados se integran funcionalmente cuando las comunidades cerradas dependen de la mano de obra de los pobladores de los asentamientos informales para hacer trabajos de baja calificación.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 151

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 2 del OE5

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°36	
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.			
Categoría 1: Espacios de uso comercial		Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	
Indicador 2: Fenómenos sociales			
Objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez			
Nombre del Documento		Referencia Bibliográfica	
The Urban Enclave, a Spatio-Temporal Logic of the Urbanized Periphery: Effects on Residential Segregation and Urban Fragmentation		https://acortar.link/bMm5K7	
Autor Capron, Guénola; Esquivel, María		Tipo de documento Artículo científico	
Palabras claves urban fragmentation		País - Año México - 2016	
			
Arquitectura hostil. Fuente: https://acortar.link/5bSXvx		Integración funcional, económica y social. Fuente: https://acortar.link/jg9HkF	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado			
Aporte a la investigación: LAS LÓGICAS EXCLUSIVAS NO EVITAN LA INTEGRACIÓN SOCIAL			
Desde la perspectiva de habitantes de las comunidades tradicionales, la población nueva no busca integrarse a ellos e, incluso, para evitar los contactos se aíslan y encierran. Sin embargo, cuando estas personas demandan de mano de obra, productos y servicios de la población del lugar, los habitantes que se aislaron generan oportunidades de trabajo en actividades domésticas o como peones o albañiles. En este proceso se evidencia que a pesar de que una sociedad se aislé por decisión propia, siempre habrá integración funcional, económica y social, situación que es similar en el distrito de Jorge Chávez.			

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la literatura presentada, sobre el **indicador 2: fenómenos sociales**, la fragmentación urbana genera la desigualdad de servicios urbanos en unas zonas respecto a otras, cuando esto se produce, los habitantes del sector menos favorecido, pierden identidad y empiezan a aislarse del resto, incluso implementan elementos de cerramiento hostiles. A pesar de ello, cuando estos individuos necesitan mano de obra, productos y servicios de los demás, es decir, de la población de la zona, recurren obligatoriamente. Esto evidencia que, en las urbes con un alto grado de desigualdad y fragmentación espacial a pesar que sus habitantes se aíslen, siempre se relacionarán funcional, económica y socialmente, escenario parecido al del distrito de Jorge Chávez.

En síntesis, respecto al repliegue comunitario y lógicas exclusivas, fenómenos sociales que generan la fragmentación urbana, por más barreras físicas que separen un sector de otro, siempre ambos sectores se van a relacionar al menos de manera funcional por la necesidad de algún producto o servicio.

Discusión por indicador: fenómenos sociales

Consecutivamente, se expresa la comparación de los hallazgos de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en relación al **indicador 3: fenómenos sociales**, conforme a las respuestas de los especialistas, el aislamiento social y las lógicas exclusivas son fenómenos que se producen parcialmente, pues la necesidad de bienes o productos del entorno es permanente; esto mismo, lo describen los artículos revisados, pues no es posible aislarse de un sector urbano, aún más si en conjunto con él se forma un territorio urbano de mayor jerarquía, esta unión se conoce como integración funcional. Por otro lado para evitar el deterioro de territorios urbanos fragmentados, es necesario dotar de equipamiento e infraestructura equitativamente a los sectores, de lo contrario, se afectara a la población en cuanto al desarrollo desequilibrado de servicios urbanos, emocional y financieramente; circunstancia que también se observa de la revisión de la literatura, pues una de las consecuencias es propiamente el intento de aislamiento por parte de la población que no se ha podido identificar con la zona.

En seguida, se detallan la **guía de entrevista semiestructurada**, del **indicador 3: fenómenos políticos**, del mismo modo, en este caso son dos preguntas, que se aplicaron a los mismos profesionales especialistas en urbanismo.

Tabla 152

Ficha de guía de entrevista del indicador 3 del objetivo específico 5

Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 3	Fenómenos políticos
Sub-categoría 2	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Sub-indicador 1	Autonomización de autoridades públicas
Pregunta 5			
Actualmente, se desprenden y crean nuevos cargos administrativos en los gobiernos locales, esto quiere decir, que se le otorga poder a nuevas personas para que estas representen y actúen en nombre de alguna autoridad. En su opinión ¿Cuáles son los ventajas y desventajas de la autonomización de autoridades públicas municipales para la organización, reglamentación, planificación del desarrollo urbano y ejecución de obras de infraestructura local?			
Respuestas			
EU1	EU2	EU3	
El problema central es que no se da una planificación urbana participativa, donde todos los actores participen en las decisiones del desarrollo urbano. Entonces, cuando se dan poderes a nuevos cargos públicos para desarrollar la ciudad se sigue contribuyendo a un desarrollo que solo prioriza las decisiones del gobernante y no se hace consulta pública o concurso para elegir a los ciudadanos y profesionales a desarrollar la ciudad.	En lugares de baja densidad de habitantes, donde se conocen las características de los pobladores, es bueno democráticamente escoger a quien será su representante municipal. Y este debe de ser una persona idónea, donde tenga visión de ciudad. Ventajas: La población conoce de sus virtudes y actitudes. Desventajas: Muchos pueden escoger porque les agrada y no obstante tenga virtudes.	Las personas consideran que si la zona donde viven se convierte en un nuevo distrito sus necesidades serán resueltas, incluso que los recursos serán mayores para ejecutar obras. Sin embargo, esto no es así, los recursos no aumentan y por el contrario son menores, pues se fragmentan, así mismo, se crean nuevos cargos públicos, que lo único que hacen es debilitar las capacidades para poder gobernar eficientemente un territorio. La autonomización política, disminuye la capacidad administrativa de los distritos, esto impacta en la gestión y ejecución de obras. Por tanto, crear un nuevo distrito o una provincia no solucionará las insuficiencias de los barrios como agua, vías, equipamientos, etc.	
INTERPRETACIÓN			
El arquitecto menciona que son solo desventajas, pues desde el inicio de las gestiones públicas se priorizan los intereses de los gobernantes, sin considerar las opiniones de expertos en el tema y menos de los ciudadanos	El arquitecto menciona que si se tienen en cuenta las necesidades y características de la población, la autonomización de autoridades tiene como ventaja que se pueden otorgar cargos a personas con capacidades.	El arquitecto menciona que la autonomización o creación de nuevos cargos solo trae desventajas a la urbe, pues no se aumentan ni los recursos ni las capacidades, al contrario, de disminuyen, porque cada uno actúa de manera independiente, esto debilita el poder y la planificación integral de la zona.	
COMPARACIÓN			
Sobre esta pregunta, el EU1 y EU3 concuerdan, pues determinan que la creación de nuevos puestos públicos para la gestión del suelo urbano solo genera desventajas, como sustento el EU1 menciona que esto se debe a la corrupción en los municipios, donde se priorizan los intereses de los gobernantes y no se consideran ni la experiencia de profesionales ni las opiniones de la comunidad. Al respecto el EU3 menciona que no es ventajosa la autonomización de autoridades ni la división de territorios urbanos para formas nuevos distritos, pues a través de este proceso de disminuye la capacidad de gestión, además los recursos son menores, esta medida no es viable para la atención de las necesidades de una población, menos si se encuentra fragmentada. Por otro lado, el EU2, menciona que sería una ventaja si en caso se eligieran a personas con capacidades para los cargos que conozca los requerimientos y características de la población.			
En resumen, la autonomización de autoridades públicas presenta más desventajas que ventajas, la única ventaja está condicionada por la ética del profesional que asuma el cargo, si se escogen personas con capacidades pues sería beneficioso para el distrito; sin embargo, las desventajas parten del conocimiento público del actuar de la mayoría de			

autoridades, que se rigen bajo sus intereses, en este sentido, la creación de nuevos cargos solo favorecería a la nueva autoridad más no al pueblo, del mismo modo, se creen que los recursos aumentarían, por el contrario, estos se dividen entre más territorios urbanos, la solución no es la división pues esto debilita la capacidad de gestión y ejecución.

Categoría 2	Fragmentación urbana	Indicador 3	Fenómenos políticos
Sub-categoría 2	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Sub-indicador 2	Regulación urbana

Pregunta 6

La **regulación urbana** es el proceso que consiste en establecer el límite imaginario de hasta dónde puede llegar a crecer una ciudad. La planificación urbana busca evitar la ubicación continua de actividades que no son compatibles. Sin embargo, al día de hoy estos procesos no están cumpliéndose de manera eficiente, especialmente en zonas rurales. El Centro Poblado de Macas, por ejemplo, se consolidó en el extremo derecho del distrito de Jorge Chávez, el principal motivo fue el menor costo y herencia de los predios, pero no se analizaron factores como accesibilidad, servicios básicos, etc., es decir, no se siguió ningún reglamento. En este sentido, con el fin de disminuir la dispersión o separación de los grupos urbanos y la localización de nuevas urbanizaciones en la periferia con suelos pobres e inaccesibles **¿De qué manera se puede mejorar el proceso de regulación urbana del distrito de Jorge Chávez?**

Respuestas

EU1	EU2	EU3
Primero empoderando la sociedad civil para que conozca y lidere los cambios del desarrollo de la ciudad, sus ventajas y desventajas. Posteriormente, ellos mismo exigir planes urbanos lo que les daría acceso a pedir financiamiento público de distintas intuiciones del país.	Cabe resaltar que las carreteras llamados arteriales pertenecen o están bajo la jurisdicción del MTC, no obstante cada representante debe de tener un proyecto de ciudad.	La planificación y gestión urbana depende de muchos factores: recursos económicos, disponibilidad de información, marco normativo y de gestión, capital humano capacitado, entre muchos otros, y todas ellas implican aspectos cruciales para una administración pública y planificación urbano-territorial adecuada. No obstante, en lo personal, considero que, además de los aspectos administrativos señalados, nuestros instrumentos de planificación y de gestión urbana tienen limitaciones operativas, dado que estos no permiten recoger y/o abordar la problemática o particularidades que existen a lo largo y ancho de nuestro territorio. La recientemente Ley 31313 - Ley DUS aprobada ha ofrecido algunos avances en materia de principios e instrumentos para ámbitos urbanos, pero creo que aún mantiene una deuda para la actuación y/o intervención en ámbitos rurales.

INTERPRETACIÓN

El arquitecto menciona que se puede mejorar el proceso de regulación urbana en el distrito mediante el empoderamiento de la población, para exigir proyectos urbanos y su financiamiento.	El arquitecto no menciona ninguna manera en que se puede mejorar el proceso de regulación urbana, pero hace referencia a que la autoridad local debe contar con proyectos para la ciudad.	El arquitecto menciona que la planificación y gestión urbana eficiente depende de factores como recursos económicos, disposición de la información, normativas, capital humano con capacidades. Sin embargo, el arquitecto menciona que actualmente en el Perú el marco normativo de planificación territorial no responde a entornos con determinadas características, tal es el caso de zonas rurales.
---	---	--

COMPARACIÓN

Sobre esta pregunta, todos los arquitectos respondieron desde perspectivas distintas, el EU1 menciona que la regulación urbana puede mejorarse mediante la intervención de la población mediante la exigencia de proyecto, por otro lado, el EU2, no menciona ninguna forma para mejorar tal proceso pero determina que toda autoridad tiene proyectos específicos para su territorio, finalmente, el EU3, reconoce que para mejorar la planificación y gestión urbana, el municipio debe contar con recursos económicos y capital humano, así mismo, debe existir un registro de información de la zona accesible, también deben conocerse las normativas actuales, sin embargo, el arquitecto menciona que según su experiencia la normativa peruana para planificación territorial no responde a las necesidades de una zona rural como el distrito de Jorge Chávez.

En síntesis, para mejorar la planificación y gestión urbana en el distrito es necesario lo siguiente: la participación de la población en cuanto a expresar sus necesidades, capital financiero y humano, información de la zona de fácil acceso, y el conocimiento de la normativa vigente.

Nota. Datos de elaboración propia.

Posteriormente, conforme a las opiniones de los expertos, sobre el **indicador 3: fenómenos políticos**, la autonomización de autoridades públicas presenta como única ventaja la opción de elegir como autoridad a un profesional capacitado, sin embargo, su desempeño está condicionado por la ética profesional que tenga; por otro lado, en relación a las desventajas están son dos, primero, por la corrupción que existe en el país las autoridades solo actúan bajo sus intereses, en este sentido, la creación de nuevos cargos favorecería únicamente al ocupante del cargo, pero no a la urbe.

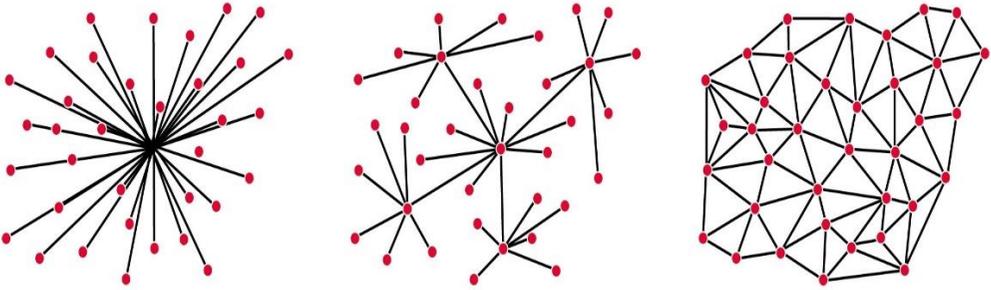
Por otro lado, cuando un territorio está aislado físicamente de otro se suele observar como este se independiza, pues se cree que los recursos aumentan cuando se crea un nuevo distrito o provincia, pero, por el contrario, estos recursos se dividen, por tanto, el medio no es la segmentación ni espacial ni política pues esto debilita la capacidad de gestión y ejecución urbana. Para mejorar estas acciones es relevante, por ejemplo: la participación de la población, dotación de capital financiero y humano, información de la zona, y la comprensión de la normativa actual.

En síntesis, la autonomización de autoridades públicas se reconoce como un procedimiento desventajoso para mejorar el proceso de planificación y gestión urbana, para su optimización se deben tener en cuenta las necesidades y características de la población, se debe contar con recursos financieros y capital humano, del mismo modo, la autoridad debe contar con acceso a información de la zona, y debe comprender a cabalidad la normativa actual relacionada a la planificación de los territorios urbanos.

A continuación, se muestran las fichas de análisis de contenido conforme al **indicador 3: fenómenos políticos**, de este indicador se desarrollaron cinco fichas en base a la revisión de cinco artículos científicos diferentes.

Tabla 153

Ficha n°1 de análisis de contenido del indicador 3 del OE5

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°37
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	Indicador 3: Fenómenos políticos
Objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.		
Nombre del Documento Urban containment planning: Is it effective? The case of Portland, OR		Referencia Bibliográfica
Autor Giovannoni, Giulio	Tipo de documento Artículo científico	https://acortar.link/LWeeTt
Palabras claves urban containment; urban growth, fragmentation	País - Año Estados Unidos/Portland - 2021	
 <p style="text-align: center;">Centralizado Descentralizado Distribuido</p> <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/BAJW9H</p>		 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/xHelfi</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: POLÍTICAS URBANAS DESCENTRALIZADAS Y NO FRAGMENTADAS		
<p>Los patrones de crecimiento urbano están influenciados por políticas urbanas, cada una con distintos objetivos, sin embargo, es factible que la fragmentación política reduzca su eficacia. Para regular la expansión urbana es conveniente desarrollar una planificación descentralizada, pues cuando se planifica en torno a una centralidad lo único que se hace es aumentar el valor del suelo y promover aún más la extensión a los perímetros donde el suelo tiene menor costo. Las políticas públicas, deben prever siempre que sea posible, el impacto de los precios en la expansión, con el fin de maximizar los beneficios y disminuir las condiciones negativas del poblamiento disperso.</p>		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 154

Ficha n°2 de análisis de contenido del indicador 3 del OE5

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°38
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	Indicador 3: Fenómenos políticos
Objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.		
Nombre del Documento	Peri-Urbanization and Land Use Fragmentation in Mexico City. Informality, Environmental Deterioration, and Ineffective Urban Policy	
Autor	Aguilar, Adrian; Flores, Miguel; Lara, Luis	
Palabras claves	urban fragmentation, physical disconnection	
Tipo de documento	Artículo científico	
País - Año	México - 2022	
Referencia Bibliográfica	https://fjfsdata01prod.blob.core.windows.net/articles/files/790474/pubmed-zip/versions/1/package-entries/frsc-04-790474/frsc-04-790474.pdf?sv=2018-03-28&sr=b&sig=QHMLweU4i3WKBPYVycpWlpXAHTh8TIAT8pxVJOW%2FWSA%3D&se=2022-05-22T18%3A13%3A32Z&sp=r&rsd=attachment%3Bfilename%2A%3DUTF-8%27%27frsc-04-790474.pdf	
		La fragmentación urbana implica una serie de procesos urbanos y ambientales que influyen negativamente a ciertas sociedades, beneficiando a otras. Es necesaria la planificación urbana y un gobierno inclusivo que busque formas de abordar la desigualdad social por medio de la integración y cohesión social, con una ciudadanía participativa e informada que pueda participar en el desarrollo de su distrito. Una prioridad política urbana es gestionar la expansión o poblamiento de forma más compacta y continua.
Fuente: https://acortar.link/S9vBUA	Fuente: https://acortar.link/Oe5g0e	
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: APORTES PARA MEJORAR LAS POLÍTICAS URBANAS		
Se necesita un gobierno capaz de generar un nuevo pacto social, que logre la preservación ambiental a la par de la expansión urbana; para ello es necesario hacer convenios con los dueños de predios para promover las subdivisiones legales y correctas. Esto puede impedir que las zonas rurales se conviertan en asentamientos informales pobres; del mismo modo, es importante abreviar los procesos para suscribir títulos de propiedad, ofrecer servicios urbanísticos y programas sociales. Por último, se debe incorporar el medio ambiente en todos los planes gubernamentales. Todas estas acciones harán que el distrito sea más productivo, accesible, inclusivo y sostenible.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Tabla 155

Ficha n°3 de análisis de contenido del indicador 3 del OE5

 FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO		FAC N°39
Título de investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
Categoría 2: Fragmentación urbana	Subcategoría 2: Fenómenos que generan la fragmentación urbana	Indicador 3: Fenómenos políticos
Objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.		
Nombre del Documento	Sustainable Land Management in a European Context	Referencia Bibliográfica
Autor	Weith, Thomas; Barkmann, Tim; Gaasch, Nadin; Rogga, Sebastian; Strauß, Christian; Zscheishchler, Jana	Tipo de documento
Palabras claves	urban fragmentation, urban regulation	País - Año
		Artículo científico https://acortar.link/hOV9A2
		EE.UU. - 2021
<p style="text-align: center;">COMPONENTES DEL MODELO DE GESTIÓN MUNICIPAL PARTICIPATIVO (MGMP)</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/iJO0Cm</p>		 <p style="text-align: center;">Fuente: https://acortar.link/KHrEs8</p>
Descripción del concepto abordado y del aporte al indicador seleccionado		
Aporte a la investigación: NO HAY INTERACCIÓN ENTRE AUTORIDADES		
La gobernanza involucra una variedad de procesos administrativos y actividades disciplinarias, que, casi siempre no tienen integración. Si bien se requiere la concepción para plantear planes urbanos desde perspectivas más funcionales, los poderes territoriales y sectoriales dominantes deberían alinear sus acciones. Pues existe una incongruencia entre los ecosistemas observables y las designaciones de las autoridades. Las decisiones actuales sobre el uso de la tierra se basan en una comprensión personal desde la posición de cada autoridad, y del nivel de acceso a la información sobre el territorio urbano.		

Nota. Datos de elaboración propia.

Desde la revisión de la literatura presentada, sobre el **indicador 3: fenómenos políticos**, las políticas urbanas influyen los patrones de crecimiento urbano, sin embargo, la autonomización de autoridades reduce la eficacia de tales políticas, generalmente, las gestiones diferentes en espacio y tiempo no tienen integración. Si bien se requiere la planeación más funcional, los poderes territoriales y sectoriales deberían alinear sus acciones. Las disposiciones actuales sobre el uso de la tierra se basan en una comprensión personal de cada autoridad, y del nivel de acceso a la información sobre el territorio urbano. Sin embargo, esto no basta para una gestión eficiente, por ejemplo, para regular la expansión urbana es conveniente desarrollar una proyección descentralizada, para no promover aún más la extensión a los perímetros donde el suelo tiene menor costo, las políticas públicas deben lograr la preservación ambiental a la par de la expansión urbana; para ello es necesario hacer convenios con los dueños de terrenos para suscitar las subdivisiones legales, esto impedirá que las zonas rurales se conviertan en asentamientos informales pobres; del mismo modo, es importante apresurar los procesos para obtener títulos de propiedad, ofrecer servicios urbanos y programas sociales equitativamente en el territorio. De esta manera, el distrito será más productivo, menos fragmentado, accesible, inclusivo y sostenible.

En síntesis, la autonomización de autoridades públicas es un proceso que perjudica la gestión integral de los territorios, si de la manera actual en que actúan las autoridades no se observan beneficios, tal condición empeorará si se segmenta el poder. Por otro lado, respecto a la regulación urbana, se necesita de un gobierno que proponga estrategias descentralizadas para controlar la expansión urbana dispersa, así mismo, integrar en todas las acciones al medio ambiente para fomentar el desarrollo del distrito en equilibrio con la preservación ecológica, por último, las autoridades deberían facilitar el acceso a los títulos de propiedad y subdivisión de predios para facilitar la ocupación formal de aquellos predios sin uso, esto favorecería a la densificación y compacidad del distrito para volver a conectar ambos Centros Poblados.

Discusión por indicador: fenómenos políticos

Consecutivamente, se expresa la comparación de los hallazgos de las guías de entrevista y las fichas de análisis de contenido, en relación al **indicador 3:**

fenómenos políticos, conforme a las respuestas de los especialistas, la autonomización de autoridades públicas no es conveniente para mejorar el proceso de planificación y gestión urbana, para mejorar este proceso se recomienda conocer las necesidades y características de los habitantes del distrito o sector en cuestión, también, contar con capital financieros y humano, del mismo modo, la jurisdicción debe contar con información de la zona actualizada, y debe comprender las normas actuales para la planificación de los territorios urbanos. Desde esta perspectiva, de la revisión de la literatura, se encontraron resultados muy similares, por ejemplo la documentación también establece que, la autonomización de autoridades públicas perjudica la gestión integral de los territorios, por otro lado, en relación a la regulación urbana, la gobernanza debe plantear estrategias descentralizadas para controlar la expansión urbana dispersa, del mismo modo, integrar en sus acciones al medio ambiente para fomentar el desarrollo del distrito en equilibrio con la preservación ecológica, por último, las autoridades deben optimizar los procedimientos para obtener títulos de propiedad y para la subdivisión de predios, esto promoverá la ocupación formal en el territorio, para densificar y convertir al distrito en una urbe más compacta, en este caso el distrito lo requiere, al aumentar la densidad no vertical sino horizontal se podrá conectar nuevamente ambos sectores de la jurisdicción.

Discusión por objetivo:

De los resultados del **objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez:**

En cuanto a los fenómenos espaciales, la desconexión física ocurre en primer lugar, por la presencia de componentes geográficos que separan la urbe, como ríos, cerros, etc., otro motivo, es el centralismo, pues los servicios urbanos se concentran en un solo sector, así mismo, por los modelos de poblamiento y por la falta de políticas integrales para la planificación urbana. Por otra parte, un territorio fragmentado desarrolla todos sus sistemas urbanos de manera desordenada, funcionando de manera desconectada, un sistema de transporte urbano deficiente o con déficit, y vías de circulación sin mantenimiento, lo que suscita la segregación social.

Respecto a los fenómenos sociales, el aislamiento social y las lógicas exclusivas se producen parcialmente, pues siempre hay bienes o productos del exterior que son necesarios; es decir, no es posible aislarse del todo de un sector urbano, esta dependencia a bienes o servicios del exterior se conoce como integración funcional. Una manera de disminuir la exclusión social es por medio de la dotación de equipamiento e infraestructura de manera equitativa en ambos sectores, pues las desigualdades frente a la fragmentación afectan a los ciudadanos por el desarrollo desequilibrado de los servicios urbanos, por lo emocional y económico.

Sobre los fenómenos políticos, no se recomienda la autonomización de autoridades públicas como medio para mejorar el proceso de planificación y gestión urbana, en su lugar, las autoridades existentes deben orientar sus esfuerzos a fomentar la participación ciudadana para conocer sus necesidades, otra condicionantes para una buena gestión urbana es la existencia de capital económico y humano, del mismo modo, la jurisdicción debe tener acceso a información del sector, también debe tener conocimiento de las normativas vigentes. Para mejorar las estrategias de regulación urbana, la gobernanza descentralizar los servicios urbanos, e integrar en sus acciones al medio ambiente para fomentar el desarrollo del distrito a la par con la preservación ecológica, por último, las autoridades deben agilizar la generación de títulos de propiedad y la subdivisión de terrenos, para la ocupación formal, densificar y convertir al distrito en una urbe más compacta, esto permitirá conectar ambos sectores.

Esto puede compararse con los resultados de **Czerny & Czerny (2020)** ya que sus hallazgos guardan relación, partiendo de que la desconexión física del territorio estudiado por el autor fue el factor determinante de su fragmentación urbana, pues los barrios se ubicaban a gran distancia, esta distancia física favoreció a la segmentación del territorio, a la centralización los servicios urbanos, y al desarrollo desigual, lo que a su vez favoreció al distanciamiento social y económico de los habitantes, proponiéndose a modo de disminuir la fragmentación la densificación compacta de la zona y descentralización de servicios.

Frente a lo mencionado, se concluye, que se está **de acuerdo** con los resultados del antecedente, ya que el distanciamiento también es una de las causas

de la fragmentación urbana del distrito que se estudió en la presente investigación, incluso según Matossian (2016) la dispersión espacial de un municipio, terrenos y paisaje montañoso limitan la funcionalidad y la cohesión interior de una ciudad lo que conlleva a la fragmentación de dicho territorio urbano. Esta distancia puede reducirse a través de la densificación de la zona, esta estrategia combinada con la descentralización permite la proximidad a viviendas y mejor acceso a servicios y equipamientos urbanos, esto se sustenta bajo las ideas de Teller (2021) quien determina que el ordenamiento territorial mixto dota a las ciudades de una mejor accesibilidad a servicios básicos a distancias prudentes.

Así mismo, los resultados mencionados anteriormente guardan relación con los hallazgos de **Santa-Cruz (2018)** pues su estudio determinó que la fragmentación urbana es producto no solo de elementos naturales, sino también por estructuras construidas por el hombre, como en este caso que el proceso de transformación del territorio de la Costa Verde, empezó de la intención de extender los balnearios del sur a toda Lima, pero la estructura vial terminó fragmentando el entorno urbano, siendo necesaria la implementación de proyectos para crear zonas de seguridad para la personas entre las vías y el malecón. Sin embargo, la dimensión política del territorio no ha ejecutado planes urbanos acorde a las necesidades de los ciudadanos, por el contrario, ha presentado propuestas que no se integran al entorno, ni promueven la preservación ambiental y ecológica de la zona.

Ante lo descrito, se concluye, que se está **de acuerdo** con los hallazgos del antecedente, pues, en primer lugar, la fragmentación urbana puede darse tanto por barreras físicas naturales como por las creadas por el hombre, en este caso las vías también pueden segmentar en dos partes a las ciudades, esto se respalda bajo las ideas de Schumacher & Deilmann (2019) quien determinó que a pesar de que las rutas de tráfico sirven para interconectar diferentes lugares también son capaces de fraccionar un área en dos "lados" del camino, esto significa que, las principales rutas de tráfico pueden segmentar el espacio urbano. Estas al actuar como barreras perjudican la calidad de vida en las áreas contiguas y promueven a la separación de la comunidad.

En segundo lugar, es cierto que la fragmentación urbana está condicionada en parte por principios gubernamentales, la inacción de las autoridades públicas y gobernantes repercute en la segmentación del territorio y la exclusión social de sus habitantes, esta condición empeora cuando la ejecución de planes territoriales perjudica la ecología del entorno en lugar de integrarla al proyecto. En base a Teller (2021), toda acción por parte del gobierno debe prever la provisión de infraestructuras verdes, sobre todo en una ciudad tan densa como Lima, esto es crucial para el beneficio de los habitantes y ecosistemas. Aún más en estos años que hemos sido afectados por la pandemia de Covid-19. Así mismo, según Freemark et al. (2020) para mitigar los efectos de la fragmentación urbana que promueven la desigualdad, las políticas y acciones de las autoridades locales deben diseñarse reconociendo los aspectos específicos del territorio urbano y las zonas estructurantes que alimentan dicha desigualdad.

Por último, nuestros resultados pueden compararse con los de **Vilela & Moschella (2017)** pues su estudio determinó que el proceso de ocupación residencial del suelo de manera informal (que ha promovido la expansión urbana desordenada), el uso del suelo ineficiente y el déficit de políticas municipales alineadas para regular la gestión del territorio y proteger la zona turística, han traído como consecuencia la fragmentación de la región, con áreas desabastecidas de servicios urbanos.

Frente a lo mencionado, se concluye, que se está **de acuerdo** con los resultados del antecedente, debido a que en la dimensión espacial los procesos de ocupación o poblamiento del suelo permiten conocer las características de las zonas construidas, lo que nos facilita entender de qué manera se produjo la fragmentación y que sector es el más desfavorecido. En este caso, la expansión urbana en una zona turística sin planificación alguna demuestra que la intervención de las autoridades públicas influye directamente en los procesos de fragmentación, según Moreno (2019) los municipios deben ofrecer mejores condiciones para que los ciudadanos puedan desarrollarse, así mismo, las iniciativas, planes o acciones deben responder a una estructura integrada en base a las demás autoridades sectoriales o regionales.

V. CONCLUSIONES

En este apartado se exponen las **conclusiones** derivadas de los resultados de la investigación. Según Surbhi (2020) se trata de la respuesta final a la pregunta del estudio, en su desarrollo se demuestra la importancia de los hallazgos. Es el capítulo donde se desarrolla una síntesis de los temas abordados durante todo el trabajo de investigación, sin obviar o añadir información adicional, con énfasis en algunas ideas de mayor importancia, la que demuestran la aprobación o negación de la hipótesis planteada al inicio del estudio. Es así que, se presentan las **conclusiones específicas**, las que dependen de cada objetivo específico.

1. Conforme al **objetivo específico 1: establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.**

Se concluye según la investigación que, para el diseño de espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez, en base a la primera dimensión del ambiente comercial, que es el diseño exterior, el primer criterio arquitectónico a considerar es la conceptualización a partir de los tres niveles de percepción de las fachadas, que incluye la percepción del perfil urbano, percepción de la calle o avenida y la percepción directa del propio edificio, conservar la escala promedio contigua es una manera de integrarse al perfil urbano; por otra parte, la materialidad de las fachadas o superficies exteriores debe responder a sistemas constructivos y materiales de la zona, siempre que la mano de obra especializada sea viable; así mismo, el revestimiento para suelos más propicio para el uso comercial responde al mármol, adoquines, alfombra o vinil obedeciendo al tipo de ambiente a recubrir; del mismo modo, los espacios exteriores abiertos permiten la integración de la vegetación y atraen a la población; en cuanto al color, los tonos sobrios para exteriores son llamativos para el público mientras que, los cálidos en interiores permite la socialización; en cuanto a la forma, el uso de volúmenes regulares facilita el desarrollo de la función comercial con mayor fluidez que otras formas más caprichosas; sobre la seguridad, el uso de puertas y elementos de cerramiento translucidos aumentan el nivel de visibilidad hacia el interior, esto permite la permeabilidad al equipamiento y la disminución de la percepción de

inseguridad, al final la composición debe ser capaz de expresar la identidad del sitio.

Respecto a la segunda dimensión del ambiente comercial: ambientación, en cuanto a sonidos, los criterios a considerar son: el uso de la música dependiendo el tipo de producto que este en venta para influir en la decisión de compra, el uso de retiros, barreras vegetales, aplicación de materiales porosos en paredes y la dotación mayor de ventilación natural para contrarrestar los ruidos molestos; respecto a los aromas, considerar el uso de especies vegetales aromáticas como herramienta para controlar malos olores o simplemente para el confort olfativo y la dotación de ventilación natural o artificial dentro y fuera del establecimiento; respecto a la temperatura, el distrito de Jorge Chávez puede alcanzar 5°C, siendo 15°C el mínimo valor para ofrecer un espacio agradable, debe priorizarse la ganancia de calor, por tanto es importante el estudio del asoleamiento, vientos o el uso de tapial y adobe, por otro lado, sobre la iluminación, los espacios con iluminación natural son los preferidos por los usuarios, los niveles convenientes de luz para zonas de venta de comida y cocinas es de 200-300lux, para zona de juegos 300-500lux, para corredores 50-100lux y para zonas de venta al por menor 200-500lux, y respecto a los espacios de limpieza, normalmente se ubican en la zona de servicio o de carga y descarga con un acceso independiente, accesible y ventilado.

Sobre la tercera dimensión del ambiente comercial: diseño interior, tanto la forma como función son relevantes, sin embargo, el espacio comercial debe tener como prioridad la funcionalidad, pues de esta depende la experiencia de compra de los consumidores, en este sentido, el estudio de la modalidad de venta en el distrito permitirá definir el tipo de uso comercial, ambientes, tipos de mobiliario, flujos, circulaciones, características de los locales o puestos de venta para poder agrupar los productos en base a las secciones conforme a la zona seca, húmeda y semi-húmeda.

En relación a la cuarta dimensión del ambiente comercial: dimensión social, se concluye que los usuarios de una edificación comercial son los siguientes: proveedores, compradores, vendedores, personal administrativo, de mantenimiento, de carga y descarga y los hijos de los vendedores que frecuentan

los puestos de venta y permanecen como acompañantes, así mismo, los beneficiarios del equipamiento comercial son todos los pobladores del distrito de Jorge Chávez, y distritos colindantes como Sucre y José Gálvez, pues son sectores con la misma demanda de esta edificación.

Finalmente, sobre la quinta dimensión del ambiente comercial: integración al entorno, los criterios a considerar parten de la inclusión de materiales, patrones de abertura, alturas, proporciones, formas, entre otras características arquitectónicas similares de las edificaciones contiguas; así mismo, el paisaje es un elemento que debe incluirse en el diseño del equipamiento comercial, integrar y aprovechar el recurso natural vegetal asegura la preservación ecológica del sitio, por otra parte, el diseño debe considerar el uso del espacio para usuarios tanto de a pie como en auto, pero la prioridad es siempre para el peatón; por otro lado, el diseño debe considerar la inclusión de espacios para el ocio, entretenimiento, descanso u otras actividades complementarias al comercio, con criterios de iluminación, ventilación y accesibilidad universal; por último, el mobiliario debe ser coherente a la función del espacio y ninguno de sus componentes ni forma de distribución debe poner en riesgo la seguridad de los beneficiarios o del ambiente.

2. De los resultados del ***objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez.***

Se concluye que, la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los usuarios, radica en el hecho de que, todo espacio es percibido sensorialmente, esto significa que nuestros sentidos reciben ciertos estímulos a los que respondemos positiva o negativamente, lo que al final promoverá el uso e integración social o por el contrario el abandono e aislamiento del equipamiento, en la investigación se analizó la percepción del espacio comercial desde el sentido de la vista, oído y olfato.

Respecto a la vista, se perciben estímulos estéticos y funcionales de los ambientes comerciales, lo que incluye el tipo de color, iluminación, formas y distribución espacial. Las respuestas positivas que inducen a la compra e integración social en los espacios comerciales corresponden a estímulos de color

entre tonos cálidos rojos y naranjas, espacios con iluminación natural, formas curvilíneas y la organización libre del espacio y del mobiliario.

Conforme al oído, se perciben estímulos acústicos tanto del entorno urbano como del propio equipamiento, los ruidos del exterior influyen negativamente en el espacio interior y disminuyen el uso e integración de los usuarios. La ubicación estratégica de espacios públicos alejados de los ruidos desagradables, el cerramiento de aquellos espacios que forzosamente se ubican junto de los lugares problemáticos, o la integración de sonidos agradables, tal como música o sonidos provocados por elementos de la naturaleza, ejemplo, el agua, son estrategias que permiten la enmascaración de los sonidos perturbadores del entorno, además generan beneficios psicológicos y emocionales a las personas tales como calma, relajación, frescura y tranquilidad.

Por último, el olfato, es el sentido que percibe estímulos odoríferos tanto del exterior como de la construcción, los que influyen en la salud, bienestar y comportamiento, los olores desagradables afectan negativamente a sus usuarios, una buena experiencia olfativa del espacio comercial impulsa la permanencia en él, si un ambiente se percibe positivamente este se reconoce y asimila como bueno, por tanto se vuelve a visitar, esta asistencia constante a un espacio promueve la integración con otros usuarios.

3. Sobre el **objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez.**

Se concluye que, estos beneficios responden a tres dimensiones: la económica, social y cultural, es así que, en relación al aspecto económico, dichos beneficios son: el aumento del valor del suelo, creación de puestos de trabajo, mayor nivel de empleabilidad, lugares propicios para la venta de productos artesanales tradicionales, mayor diversidad de productos y precios en el mercado para consumidores lo que aumenta el ingreso económico de la población, así mismo, el proyecto comercial eliminaría el gasto en transporte hacia otras localidades donde si existe este servicio urbano, y la zona será un nuevo hito comercial para la provincia de Celendín.

En cuanto a la dimensión social, la creación de edificaciones comerciales ofrece los siguientes beneficios: sistemas de iluminación de la calle y sistemas de accesibilidad tanto peatonal como vehicular a la zona más óptimos, así mismo, mayor flujo de personas, lo que promueve la interacción entre ciudadanos, por último, el equipamiento comercial es capaz de atraer nuevas construcciones lo que promueve la expansión o densificación urbana del distrito, este nuevo dinamismo disminuye la percepción de inseguridad durante las horas de la noche.

Y sobre la dimensión cultural, los beneficios que brindan los equipamientos comerciales son: si las edificaciones a través de sus componentes arquitectónicos son el reflejo de las tradiciones e historia del sitio permitirán la potenciación o recuperación de la identidad cultural de la población del distrito, así mismo, se aumentaría el turismo, actividad que permite el intercambio cultural entre pobladores del sector y aledaños, con espacios para actividades tradicionales del distrito, como por ejemplo, la venta de comida típica o artesanía de la zona, exposiciones de pintura o música, entre otros concursos.

4. En relación al **objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.**

Para caracterizar la fragmentación de un centro urbano se identificaron tres dimensiones, la primera corresponde a la dimensión espacial, contemplando el emplazamiento de los centros urbano en estudio, en este aspecto, tanto el Centro Poblado (C.P.) o de Lucmapampa como Macas poseen un emplazamiento privilegiado, se ubican entre colinas, ambos cuentan con zonas de bosques que además de crear microclimas naturales, reducen el riesgo de deslizamientos de tierra, apoyan la producción agrícola y favorecen la dotación de buena calidad de aire y paisaje; sin embargo, solo el C.P. de Macas cuenta con un ojo de agua, motivo por el que no presenta escasez de agua a comparación del C.P. de Lucmapampa. Por otro lado, por ambas áreas transcurren ríos secos, estos son potenciales zonas para vertederos de basura lo que perjudica el entorno urbano. Otro aspecto de la dimensión espacial es el análisis de las vías y movilidad, en este caso, el C.P. que cuenta con vías en buen estado es el C.P. de Lucmapampa,

esto evidencia el accionar de la autoridad local sobre esta zona, respecto a la movilidad, ambos Centros Poblados ocurren situaciones similares, donde como primer medio de transporte se ubican las motos lineales, seguido por los colectivos, transporte a pie y al final automóviles privados. El siguiente aspecto es la forma y espacio, en este rubro, ambos Centros Poblados se ubican en zonas planas, con edificaciones ortogonales, sin embargo, mientras que el C.P. de Lucmapampa posee una trama ortogonal y poblamiento mixto, el C.P. de Macas posee trama irregular y poblamiento discontinuo, esto marca una diferencia en cuanto al proceso de urbanización, además, evidencia la formalidad de un C.P. e informalidad del otro. Así mismo, se analizó el equipamiento, siendo el C.P. de Lucmapampa el que contiene mayores servicios urbanos, con la presencia de equipamiento religioso, de salud, y turísticos, además del Palacio Municipal; edificaciones que no existen en el C.P. de Macas, en relación a los demás equipamientos, ambos tienen la misma dotación. Por último, sobre las viviendas, ambos C.P. comparten características similares, tales son alturas, materialidad, patrones de aberturas, colores, hasta la ausencia de muros perimetrales, esto demuestra que si bien ambos C.P. se encuentran fragmentados por la distancia física, existencia de una barrera física natural y por el poblamiento discontinuo, esta fragmentación aún no es del todo, pues las características de la arquitectura de ambos C.P. comparten similitudes.

Luego, la segunda dimensión es la social, donde se analizaron las opiniones de los pobladores, de las que se concluye que, los pobladores tanto de Macas como de Lucmapampa manifiestan que ambos Centros Poblados acogen a personas de distintos niveles económicos, esto evidencia, que en todo el territorio urbano siempre hay una persona con más recursos económicos que otro, pero esta diferenciación ocurre por igual en ambos lugares; del mismo modo, tanto los pobladores de Macas como los de Lucmapampa manifestaron una percepción de desigualdad en cuanto a la ejecución de las funciones de la autoridad local.

Después, la tercera dimensión responde a la dimensión simbólica, no existen diferencias en cuanto a la auto identificación étnica, todos se identifican como blancos, pero si hay una diferenciación por parte del Centro Poblado de Macas en cuanto a la percepción de atención, integración y dotación de servicios urbanos, es

por ello que demuestra su autosuficiencia a través de la creación y desarrollo de actividades tradicionales separados de los pobladores del C.P. de Lucmapampa.

5. Según el **objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.**

Se reconocieron tres tipos de fenómenos producidos por la fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, el primero concierne a los fenómenos espaciales, del análisis se concluye que, el fenómeno de la desconexión física se produce por la presencia de componentes geográficos que separan la urbe, como ríos, cerros, etc., otro motivo, es el centralismo, pues los servicios urbanos se concentran en un solo sector, así mismo, por los modelos de poblamiento y por la falta de políticas integrales para la planificación urbana. Por otra parte, un territorio fragmentado desarrolla todos sus sistemas urbanos de manera desordenada, funcionando de manera desconectada, un sistema de transporte urbano deficiente o con déficit, y vías de circulación sin mantenimiento, lo que suscita la segregación social.

Respecto al segundo fenómeno, se ubicaron a los fenómenos sociales, produciéndose en el distrito el aislamiento social y las lógicas exclusivas de manera parcial, pues no es posible aislarse del todo de un sector urbano, siempre hay bienes o productos del exterior que son necesarios, esta dependencia a bienes o servicios del exterior se conoce como integración funcional. Una manera de disminuir la exclusión social es por medio de la dotación de equipamiento e infraestructura de manera equitativa en ambos sectores, pues las desigualdades frente a la fragmentación afectan a los ciudadanos por el desarrollo desequilibrado de los servicios urbanos, por lo emocional y económico.

El último fenómeno corresponde a lo político, sobre este aspecto el distrito de Jorge Chávez expresa deseos de independización del territorio de Macas, este hecho responde a la autonomización de autoridades públicas como un medio para mejorar el proceso de planificación y gestión urbana, sin embargo, se concluye que, este proceso no atrae resultados positivos, por el contrario, crear nuevos cargos divide el presupuesto y la capacidad de gestión de los municipios. La descentralización de los servicios urbanos, la ocupación formal, y la densificación

urbana son herramientas para transformar el distrito en una urbe más compacta, lo que al final favorecerá la conexión entre ambos Centros Poblados.

Por tanto, se expone la **conclusión general** del estudio que corresponde al **objetivo general: Identificar la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez**, en este sentido, se afirma y corrobora la hipótesis inicial, pues los espacios de uso comercial son importantes para disminuir los problemas de fragmentación urbana ya que a través de sus elementos de diseño arquitectónico, como la forma, el volumen, la textura, la función, ambientes, materialidad, entre otros, se promueve la integración con el entorno. De igual forma, respecto a los ciudadanos, las actividades comerciales, y complementarias entre sociales y culturales que se desarrollan dentro de estos equipamientos favorecen su cohesión, así mismo, estos espacios brindan a la población la opción de ofrecer sus productos, en este caso, la venta de productos agrícolas, ganado o prendas de vestir como ponchos, sombreros, etc., que son hechos a mano, permitiéndoles mejorar su nivel económico y recuperar la identidad cultural que se perdió.

Al mismo tiempo, se ha demostrado que los espacios comerciales generan beneficios desde el nivel económico, social hasta el cultural. Del mismo modo, los espacios de uso comercial influyen de manera positiva en el proceso de integración del centro urbano fragmentado de Jorge Chávez, impactan directamente a la ciudad mejorando las condiciones de vialidad e iluminación del entorno. Además, al ocupar áreas sin uso con la oferta de esta infraestructura, se atraerá la construcción de nuevas edificaciones, promoviendo la densificación del sector, lo que promoverá el turismo y disminuirá la desconexión física conectándose el tejido urbano fragmentado, teniendo en cuenta que a la actualidad la fragmentación urbana del distrito se da de manera parcial, pues aún se conservan conexiones sociales entre los pobladores y sus actividades, en esta etapa aún es posible disminuir los efectos urbanos de la segmentación del territorio, tales como la desconexión física, la autonomización de autoridades o el aislamiento social.

VI. RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las recomendaciones, estas conforme a las ideas de Cookson & Stirk (2019) son las medidas específicas que se proponen y pueden seguirse para la solución de algún problema o situación problemática, surgen de los resultados y conclusiones de la investigación, en otras palabras, son las posibles soluciones, estrategias o intervenciones para abordar las situaciones descubiertas producto del estudio, estas se alinean con los resultados y conclusiones.

1. Acorde al ***objetivo específico 1: establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.***

Se recomienda tanto a profesionales, autoridades como a cualquier persona interesada en adquirir conocimientos o diseñar espacios comerciales bajo un enfoque de integración urbana, tomar en cuenta los criterios detallados en la presente investigación, tanto en la etapa preliminar del diseño, durante el propio proceso de diseño, durante la construcción y después de ella, es decir, durante el funcionamiento del equipamiento. Esencialmente considerar lo siguiente:

- En cuanto al diseño exterior, en las fachadas y exteriores, se recomienda plantear proporciones, colores, sistemas constructivos, materialidad, revestimientos, acordes a las características predominantes del entorno, así mismo, considerar la integración de áreas verdes, elegir elementos de cerramiento traslucido para la permeabilidad y el aumento de la percepción de seguridad de la calle, la composición final debe expresar la identidad del sitio desde los tres niveles de percepción desde fuera.
- Del mismo modo, sobre ambientación, se recomienda emplear estrategias acústicas, ya sea música, o la combinación de retiros, mayor ventilación, barreras vegetales o materiales porosos, para absorber o reflejar aquellos ruidos ambientales, con el fin de mejorar la experiencia de compra de los usuarios. Del mismo modo, respecto a los aromas, se invita a considerar la ventilación natural o artificial dentro y fuera del establecimiento, analizar las

características aromáticas de las especies vegetales de la zona, para proponer áreas con distintos olores, y crear según su perfume una identidad reconocible para cada espacio; respecto a la temperatura, se exhorta a realizar un estudio previo del asoleamiento, vientos y materiales para la ganancia de calor; sobre la iluminación, se recomienda el diseño de espacios con iluminación natural; y respecto a los espacios de limpieza, se aconseja su localización en la zona de servicio o de carga y descarga con un acceso independiente, accesible y ventilado.

- En relación al diseño interior, se exhorta la priorización de la funcionalidad del equipamiento sobre la forma, esto implica la necesidad de realizar un estudio previo sobre la modalidad de venta en el distrito para definir el tipo de uso comercial, zonas, ambientes, mobiliario y circulaciones.
- De igual forma, sobre la dimensión social, se encomienda la inclusión de las necesidades espaciales y funcionales de los siguientes usuarios del espacio comercial: proveedores, compradores, vendedores, personal administrativo, de mantenimiento, de carga y descarga, así mismo, se recomienda realizar una investigación más a profundidad con entrevistas hacia los pobladores para conocer las preferencias comerciales de los pobladores del distrito de Jorge Chávez, y distritos cercanos como Sucre y José Gálvez para proponer una programación arquitectónica más acertada.
- Para lograr la integración con el entorno, se exhorta a diseñar bajo un enfoque paisajista, incluir materiales, patrones de abertura, alturas, proporciones, formas, entre otras características arquitectónicas similares de las edificaciones del distrito; también se aconseja esbozar circulaciones y espacios para el vehículo sin poner en riesgo la seguridad del usuario de a pie, así mismo, se recomienda incluir espacios para el ocio, entretenimiento, descanso u otras actividades sociales que intensifiquen el uso de equipamiento en distintos horarios, por último, se encomienda la búsqueda de mobiliario coherente a la función de cada espacio.

2. Sobre el **objetivo específico 2: Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez.**

Respecto a la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de sus usuarios, se recomienda tanto a autoridades locales como a ciudadanos, la valoración adecuada a esta disciplina, actualmente, el ser humano pasa la mayor parte del tiempo en espacios construidos. La percepción de los espacios y sus componentes es inevitable pues por naturaleza nuestros sentidos responden ante los estímulos del entorno, tales como acústicos, visuales u odoríferos, sin embargo, muchas edificaciones comerciales no contemplan los efectos de dichos estímulos, generando problemas o respuestas negativas, ya sea problemas psicológicos o físicos, expresados en experiencias de compra poco placenteras, por tanto, es necesario realizar estudios previos para conocer los efectos e influencia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para aprovecharlos pues ellos nos otorgan distintos beneficios, entre ellos, beneficios sociales, económicos y a la salud. De igual forma, se exhorta de manera independiente a Instituciones como institutos, universidades, etc., a enfocar o incluir en sus programas curriculares temas relacionados al lenguaje sensorial de los espacios, de este modo, todo profesional tendrá clara la importancia de su influencia sobre el comportamiento de sus usuarios, además, será capaz de aplicar en su vida cotidiana y profesional estrategias arquitectónicas sensoriales a sus proyectos.

3. Conforme al **objetivo específico 3: Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez.**

Se recomienda especialmente a las autoridades del distrito de Jorge Chávez, en primer lugar, reconocer los beneficios de la creación de espacios comerciales en el sector, del mismo modo, se propone incluir en los planes urbanos del distrito, la implementación de proyectos arquitectónicos comerciales, pues son un recurso que promueve el desarrollo económico, la integración social, y hasta el turismo y la recuperación de la identidad cultural de la población; finalmente, se aconseja compartir la información obtenida del presente estudio a la localidad del

distrito para que esta pueda aprobar la construcción de este tipo de equipamiento, así como, apoyar su conservación y mantenimiento posterior.

4. En relación al **objetivo específico 4: Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.**

Se aconseja a futuros investigadores incluir en los estudios de fragmentación urbana variables relacionadas a los procesos de expansión urbana, tipos de poblamiento y densidad urbana, para obtener información del territorio urbano a lo largo de la historia, en la presente investigación no fue posible obtener dichos datos debido a que no existe registro catastral ni del territorio urbano pasado ni actual del distrito, estos datos pudieron haber ofrecido un panorama más amplio de la situación e incluso pudieron otorgar respuestas a los modos de asentamiento de la población y preferencia de la parte periférica de Jorge Chávez.

De igual manera, ante la fragmentación parcial del distrito, se exhorta a las autoridades municipales del distrito, a proponer estrategias urbanas que equilibren la desigualdad actual de servicios urbanos, velar por el diseño de proyectos que fomenten la integración social, con ambientes y actividades que permitan la participación de ambos Centros Poblados, pues son más exitosos y reciben mayor aceptación. Así mismo, mejorar las condiciones del sistema de vías del Centro Poblado de Macas para mejorar la conectividad, del mismo modo, ofrecer un sistema de transporte público masivo capaz de abastecer en distintos horarios a la localidad. Aún los Centros Poblados mantienen características similares, esta circunstancia demuestra que mediante la incorporación de planes urbanos aún es posible la integración del distrito.

5. Según el **objetivo específico 5: Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.**

Se recomienda a las autoridades del distrito de Jorge Chávez identificar los posibles efectos y causas directas de los fenómenos provocados por la fragmentación urbana del distrito, a través de la realización de una investigación más exhaustiva en el sector, así mismo, se aconseja integrar al personal municipal profesionales con experiencia y conocimientos de planificación urbana, e

infraestructura para proyectar acciones acordes a la problemática y necesidades reales de la población.

También, se exhorta a los pobladores a reconocer la importancia de su participación e integración social para el desarrollo integral del distrito, así mismo, se les pide encarecidamente no fomentar la división mayor de la urbe, pues como se evidenció en la investigación, el distrito ha seguido lineamientos de subdivisión continua, que al final, no han aportado a ninguna de las partes divididas, es importante reconocer que la creación o independización de un distrito según los hallazgos del estudio, en vez de optimizar los recursos del sector, lo que hace es disminuirlos aún más, además de debilitar el potencial de gestión municipal.

PROPUESTA ARQUITECTÓNICA DE LA INVESTIGACIÓN

Lo recomendado luego de realizada la investigación se expresa en una propuesta arquitectónica, que fue trabajada a través de fichas descriptivas y fichas técnicas, partiendo desde el contexto, la problemática, la propuesta arquitectónica, los criterios de ubicación del equipamiento, así mismo, los tipos de usuarios con sus necesidades y ambientes requeridos, lo que llevó a un programa arquitectónico y a un esquema de zonificación.

Por otra parte, también se elaboraron fichas sobre la normatividad para el diseño de espacios comerciales, fichas técnicas sobre las consideraciones para el tipo de mobiliario y algunos detalles sobre los ambientes arquitectónicos del proyecto, entre estos se ubica la materialidad de las cubiertas, el sistema de captación de lluvia, la implementación de especies vegetales nativas frutales, el uso de mármol por ser un distrito productor de este material, la integración de una zona multifuncional complementaria a los ambiente comerciales con la función de cine al aire libre, espacio para eventos artísticos y como mural artístico donde se mostraría una pintura representativa de la historia del distrito, del mismo modo, la implementación de estatuas a base de piedra generando empleo a la Asociación de Artesanos de Cajamarca.

Del mismo modo, producto de la investigación se determinó el tipo de elementos de seguridad para los locales comerciales tanto exteriores como interiores, así mismo, el tipo de mobiliario de la zona de juegos; el tipo de paneles para el armado de los corrales de la zona de venta de ganado, el sistema de funcionamiento de las fuentes ornamentales; al final, se muestran fichas sobre cada componente de la propuesta de diseño en relación a los indicadores de la investigación.

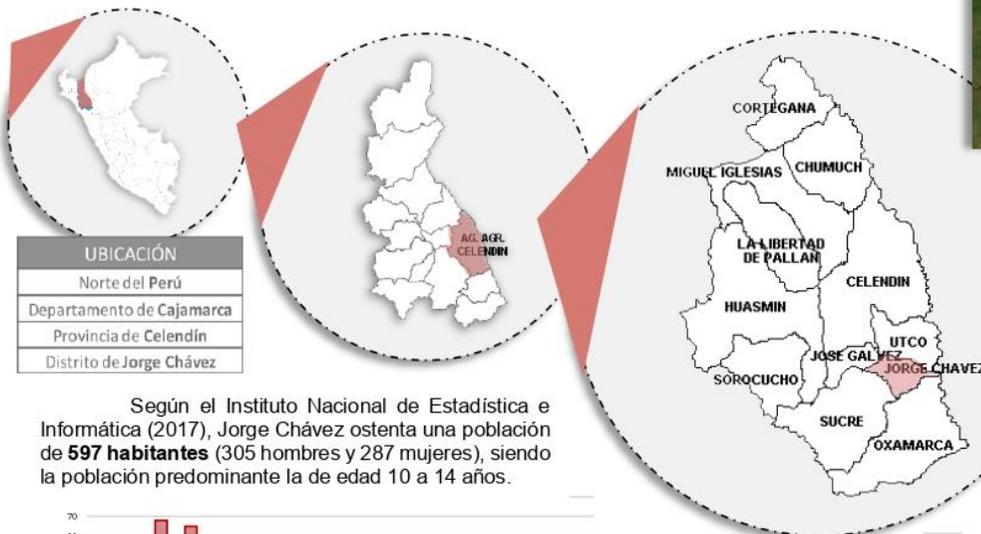
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°1

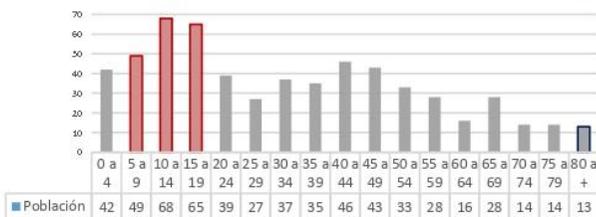
CONTEXTO

JORGE CHÁVEZ, es un distrito ubicado en el departamento de Cajamarca, provincia de Celendín, tiene una superficie de **5400 hectáreas** y está conformado por dos núcleos urbanos (el centro poblado de **Lucmapampa**, que a su vez es la capital del distrito, y el centro poblado del Caserío de **Macas**), de igual forma, se desarrollan en su territorio distintas zonas rurales.

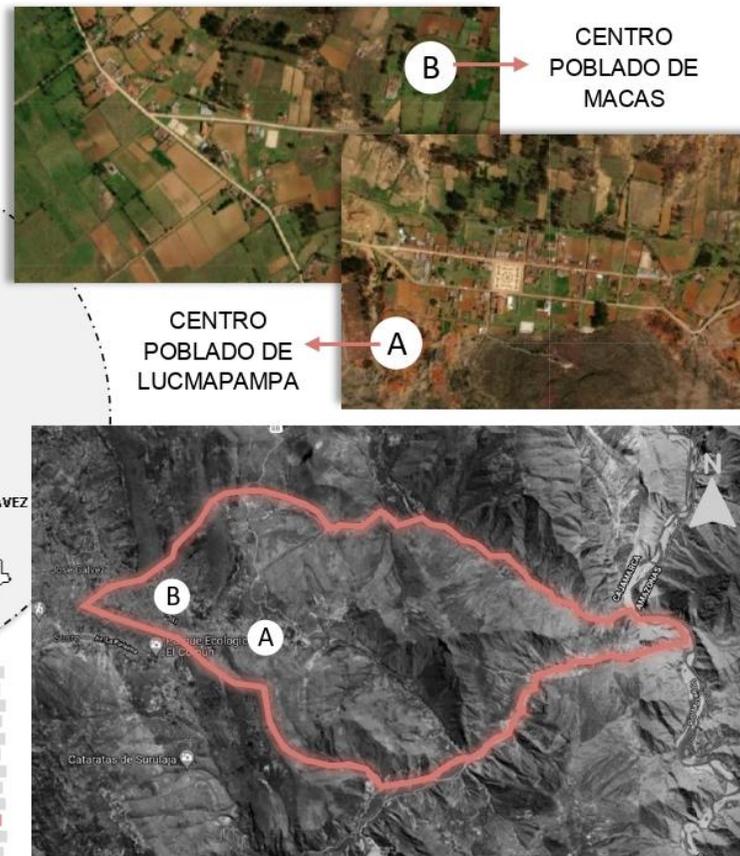


UBICACIÓN	
Norte del Perú	
Departamento de Cajamarca	
Provincia de Celendín	
Distrito de Jorge Chávez	

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017), Jorge Chávez ostenta una población de **597 habitantes** (305 hombres y 287 mujeres), siendo la población predominante la de edad 10 a 14 años.



En relación a la ubicación de la **pobreza distrital**, Jorge Chávez se ubica en el puesto número 10, de un total de 12 distritos.

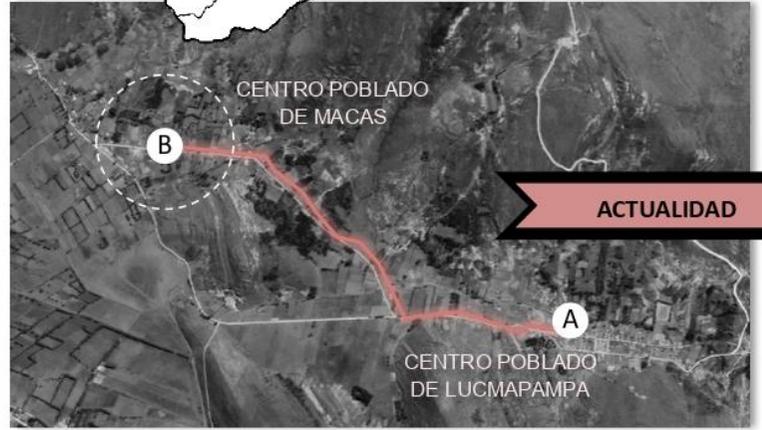


FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

Nº2

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEORICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

PROBLEMÁTICA



El Centro Poblado de Macas se ubica a **2570 metros** del Centro Poblado de Lucmapampa, las vías de acceso a Macas son caminos sin asfaltar que vuelven inaccesible a este territorio, además existen grandes terrenos rústicos sin uso que aíslan a dicho poblado del centro urbano del Distrito.

La **fragmentación urbana** del distrito de Jorge Chávez ha provocado la desigualdad de oportunidades y servicios urbanos para el caserío de Macas, así como la modificación de la identidad cultural de sus habitantes pues ambas partes del distrito siempre están en competencia. Ante la problemática descrita, es necesario plantear estrategias para disminuir los problemas de la fragmentación del distrito, es por ello que, el estudio plantea como recurso la incorporación de **espacios comerciales**, pero espacios con elementos del diseño arquitectónico adecuados que permitan la integración tanto del tejido urbano como de los ciudadanos, teniendo en consideración que a la actualidad el distrito no cuenta con estos tipos de espacios, la única manera de adquirir productos de primera necesidad es a través de los comercios ubicados en el distrito de Celendín, a **10 760 metros**, lo que equivale a un viaje en auto de media hora.

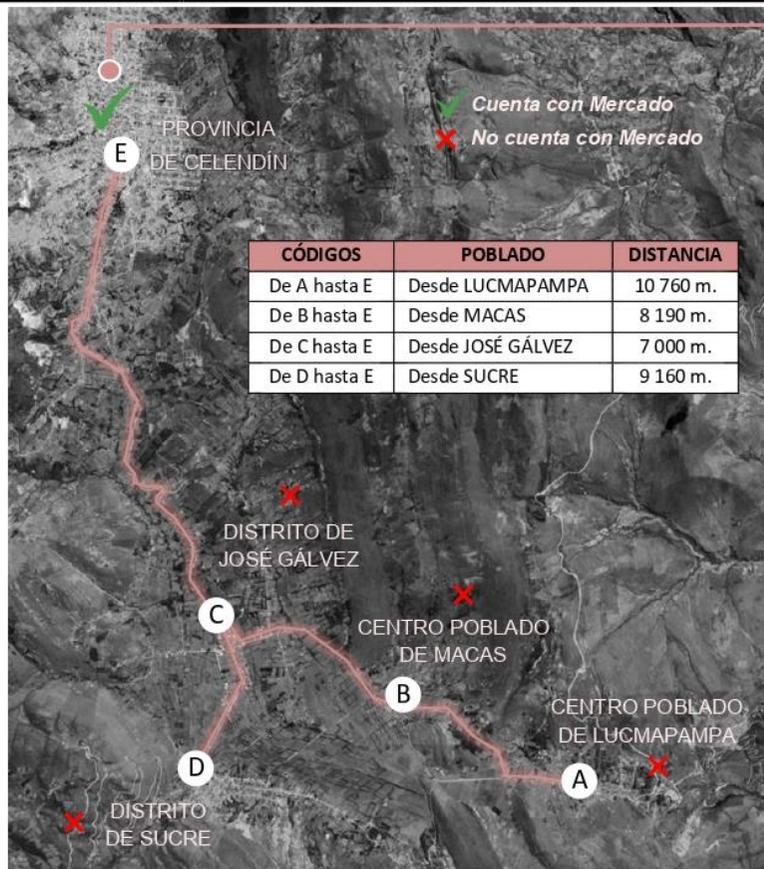
Nota. Elaboración propia con información de los siguientes portales web Boletín Informativo Cultural La Voz Del Tingo, Asociación Movimiento de Unidad Sucrense y Municipalidad de Celendín.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°3

PROPUESTA



El Mercado Modelo Adolfo Aliaga Apaestegui es un centro de abastecimiento zonal de tipo Minorista que inició actividades en el año 1986, es administrado por la Municipalidad. Este mercado de Construcción noble alberga 820 puestos fijos y tiene 730 puestos activos permanentemente.

MERCADO MINORISTA



Los espacios de uso comercial son importantes para disminuir los problemas de fragmentación urbana pues a través de sus elementos de diseño arquitectónico, como la forma, el volumen, la textura, la función, entre otros, se promueve la integración con el entorno. De igual forma, respecto a los ciudadanos, las actividades comerciales, sociales y culturales favorecen su cohesión, así mismo, estos espacios brindan a la población la opción de ofrecer sus productos, en este caso, la venta de sombreros hechos a mano (el distrito se caracteriza por ello), permitiéndoles mejorar su nivel económico y recuperar la identidad cultural que se perdió. Los espacios de uso comercial influyen de manera positiva en el proceso de integración del centro urbano fragmentado de Jorge Chávez, impactan directamente a la ciudad mejorando las condiciones de vialidad del entorno. Además, ocupando áreas sin uso, con la oferta de esta infraestructura, se elimina la desconexión física y se conecta el tejido urbano fragmentado. Al mismo tiempo, los espacios comerciales generan beneficios a nivel económico, social y cultural en las ciudades.

Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°4

CRITERIOS DE UBICACIÓN

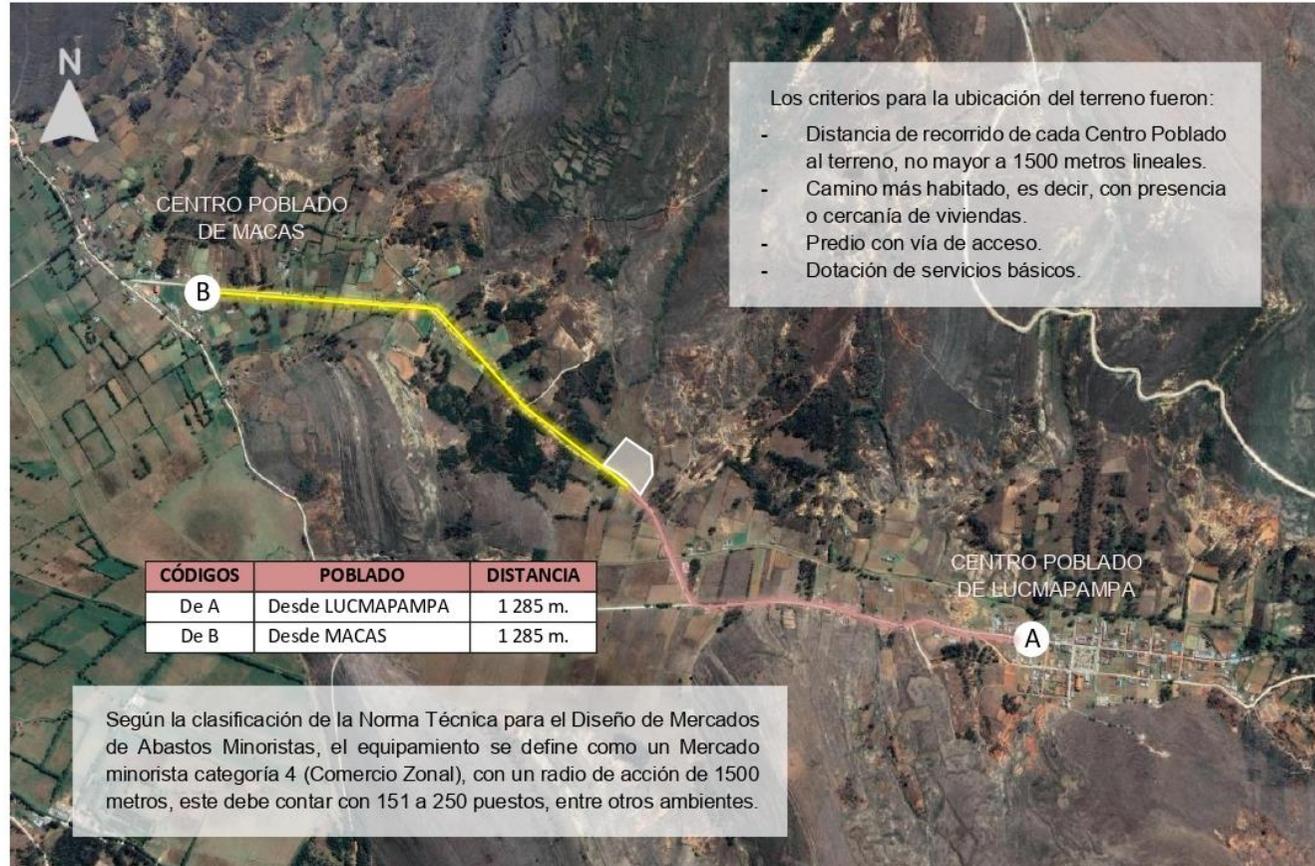
MERCADO MINORISTA

MERCADO DE ABASTOS

MINORISTAS: Establecimiento en el que comerciantes distribuidos en puestos, venden a usuarios finales y en pequeñas cantidades productos agropecuarios, productos hidrobiológicos, abarrotes, productos de limpieza personal y del hogar y otros productos alimenticios y no alimenticios tradicionales y/o brindan servicios menores complementarios, que no atenten contra la sanidad e inocuidad del establecimiento.



ÁREA	PERÍMETRO
16 983 m ²	527.55 m



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

N°5

TITULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

NORMATIVIDAD

**NORMA 0.70
REGLAMENTO NACIONAL
DE EDIFICACIONES**

Se considera como criterio de diseño la Normatividad vigente del Reglamento Nacional de Edificaciones en cuanto a COMERCIO.

Se muestra una tabla donde se sintetiza la información del reglamento en relación a factores como el aforo, altura libre mínima, dimensión de puertas, pasajes, dotación de servicios higiénicos, estacionamientos, y ambientes para la basura.

COMERCIO		NORMA 0.70		
AFORO	MERCADO MINORISTA	ART 7	2.0M2 POR PERSONA	
ALTURA LIBRE MININA	EDIFICACIONES COMERCIALES	ART 8	3.00m	
	ALTURA MINIMA		2.10m	
PUERTAS	ANCHO MINIMO	ART 10	INGRESO PRINCIPAL	1.00m
			INTERIORES	0.90m
			SERVICIOS HIGIENICOS	0.80m
			SERVICIOS HIGIENICOS DISCAP.	0.90m
PASAJES	ANCHO MINIMO	ART 12	GENERALES	2.40m
			PRINCIPALES	3.00m
DIMENSIONES	LOCALES COMERCIALES	ART 15	AREA MINIMA	6.00m2
			FRENTE MINIMO	2.40m
			ANCHO DE PUERTA	1.20m
	PUESTOS	ART 16	ALTURA MINIMA	3.00m
			CARNES, PESCADO, PRODUCTOS PERECIBLES	6.00m2
			ABARROTÉS, MERCERIA, COCINA	8.00m2
DOTACION DE SERVICIOS	UBICACIÓN	ART 19	OTROS PRODUCTOS	6.00m2
			DISTANCIA ENTRE ELLOS	50m
			CERCA A LAS CIRCULACIONES VERTICALES	
			1 A 5 EMPLEADOS	H Y M = 1L, 1U, 1I
			6 A 20 EMPLEADOS	H = 1L, 1U, 1I M = 1L, 1I
			21 A 60 EMPLEADOS	H = 2L, 2U, 2I M = 2L, 2I
			DE 61 A 150 EMPLEADOS	H = 3L, 3U, 3I M = 3L, 3I
			POR CADA 100 ADICIONALES	H = 1L, 1U, 1I M = 1L, 1I
			0 A 50 PERSONAS	NO REQUIERE
			51 A 100 PERSONAS	H = 1L, 1U, 1I M = 1L, 1I
101 A 250 PERSONAS	H = 2L, 2U, 2I M = 2L, 2I			
251 A 500 PERSONAS	H = 3L, 3U, 3I M = 3L, 3I			
POR CADA 100 ADICIONALES	H = 1L, 1U, 1I M = 1L, 1I			
ESTACIONAMIENTO	MERCADO MINORISTA	ART 24	EMPLEADOS	1 EST CADA 20 PERSONAS
			PUBLICO	1 EST CADA 20 PERSONAS
EST DISCAPACITADOS	DIMENSIONES MINIMAS	ART 24	ANCHO	3.80m
			PROFUNDIDAD	5.00m
			CANTIDAD	1 EST C/ 50 REQUERIDOS
EST VEHICULO CARGA	DOTACIÓN	ART 25	1 A 500m2 DE AREA TECHADA	1 ESTACIONAMIENTO
			501 A 1500m2 DE AREA TECHADA	2
			1500 A 3000m2	3
			MAS DE 3000m2	4
ESP. DEP.DE MERCADERIA	DIMENSIONES MINIMAS	ART 26	25% DEL AREA DE VENTA (PUESTOS+EXPOSICION PRODUCT+CIRCULACIONES)	
			CAPACIDAD CARNES	0.02m3 por m2 DE AREA DE VENTA
ESP. CAM. FRIGORIFICA	DIMENSIONES MINIMAS	ART 26	PESCADO	0.06m3 por m2 DE AREA DE VENTA
			CAPACIDAD OTROS	0.03m3 por m2 DE AREA DE VENTA
AMBIENTE PARA BASURA	DIMENSIONES MINIMAS (MIN=6m2)	ART 27	AREA MINIMA	0.03m2 por m2 DE AREA DE VENTA

Nota. Elaboración propia con información del Reglamento Nacional de Edificaciones

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

N°6

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

NORMATIVIDAD

**NORMA TÉCNICA PARA
EL DISEÑO DE
MERCADOS DE ABASTOS
MINORISTAS, 2021**

De igual forma se considera como criterio de diseño la Normatividad vigente para el Diseño de Mercados Minoristas.

Se muestra una tabla donde se sintetiza la información del reglamento en relación a, factores como clasificación de mercados, composición interior, puestos, altura libre mínima, circulaciones y rampas.

MERCADO MINORISTA		NORMA TÉCNICA PARA EL DISEÑO DE MERCADOS DE ABASTOS MINORISTAS, 2021	
CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA 4 - COMERCIO ZONAL (CZ)	ART 7	RADIO DE ACCION DE 1200 A 1500m POBLACION ABASTECIDA DE 50mil A 200mil HABITANTES
COMPOSICIÓN	ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	ART 10.1	PUESTOS HÚMEDOS Para el comercio de productos que requieren agua y refrigeración como carnes (de todo tipo), pescados, especerías y alimentos preparados.
			PUESTOS SEMI-HÚMEDOS Para el comercio de productos que requieran agua, como vegetales y frutas.
			PUESTOS SECOS Para el comercio de productos envasados o a granel, que por sus características no requieren de agua, como abarrotes, y otros tradicionales no comestibles de consumo directo.
			SSHH PARA CLIENTES Deberán establecerse de manera estratégica debiendo ser segregados por género.
	ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN COMPLEMENTARIA	ART 10.2	PUESTOS COMPLEMENTARIOS Para el comercio de productos no comestibles y adicionales a las funciones del mercado tales como bazar, menaje y afines., su incorporación es opcional y no debe exceder del 20% de puestos del mercado.
			ZONA GASTRONÓMICA Área específica para la venta y consumo de alimentos preparados, dicha zona está conformada por puestos de comida, además de un área de mesas para el consumo de los mismos, su incorporación es opcional.
			ZONA DE ESPARCIMIENTO Áreas comunes para juegos, áreas verdes, eventos, ferias, entre otras actividades para la recreación, su incorporación es opcional.
	ÁREAS DE ABASTECIMIENTO, CONTROL Y DESPACHO	ART 10.3	ÁREAS DE ALMACENAMIENTO O DEPÓSITO Lugar en donde se ubican los almacenes, espacios en donde los comerciantes pueden guardar productos no perecederos.
			ÁREA DE REFRIGERACIÓN Lugar en donde se ubica un sistema de frigorífico (cámaras de refrigeración y/o frigoríficas) para la conservación de productos húmedos o perecedero que son comercializados en el mercado de abastos.
			PATIO DE DESCARGA Para el ingreso diferenciado de la mercadería en el área del mercado. El acceso a esta área deberá tener una solución vial que no afecte con el libre tránsito de vehículos y deberá tener un horario establecido por la administración del mercado.
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	ART 10.4	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Deberá contar con una oficina para el personal administrativo, los cuales deberán contemplar espacios para contabilidad, marketing y atención al cliente. Área = 12m2	
		ESTACIONAMIENTOS Deberá establecerse un área de estacionamiento para clientes y comerciantes de acuerdo con lo dispuesto en las normas vigentes	
		SSHH TRABAJADORES	
ÁREA DE ENERGÍA Y MANTENIMIENTO	ART 10.5	CUARTO DE MAQUINAS Área mínima es de 10m2	
		CUARTO DE MANTENIMIENTO Espacio para almacenar y guardar, implementos de limpieza, herramientas, y demás elementos que se necesiten para el mantenimiento del mercado.	
ÁREA DE RESIDUOS SÓLIDOS	ART 10.6	DEPÓSITO DE RS Depósito de residuos sólidos: el cual debe considerar ambientes y facilidades para el lavado y desinfección de recipientes, y para el almacenamiento de estos.	
		CANTIDAD	ART 11
PUESTOS	DIMENSIONES MÍNIMAS	ART 12.12	CARNES, PESCADOS ABARRORES 4m2
			COCINA 6m2
			OTROS PRODUCTOS 5m2
ALTURA	DIMENSIONES MÍNIMAS	ART 12.6	PUESTOS 3.00m
			PASILLOS 4.50m
CIRCULACIONES	DIMENSIONES MINIMAS	ART 12.7.1	CORREDORES, PASILLOS GENERALES MINIMO 2.40m PRINCIPALES MINIMO 3.00m
			RAMPAS
LONGITUD MAX DE TRAMOS 7.50m			

Nota. Elaboración propia con información de la Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos Minoristas, 2021

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	Msc. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

Nº7

UBICACIÓN Y LOCALIZACIÓN

UBICACIÓN

Departamento: Cajamarca
Provincia: Celendín
Distrito: Jorge Chávez

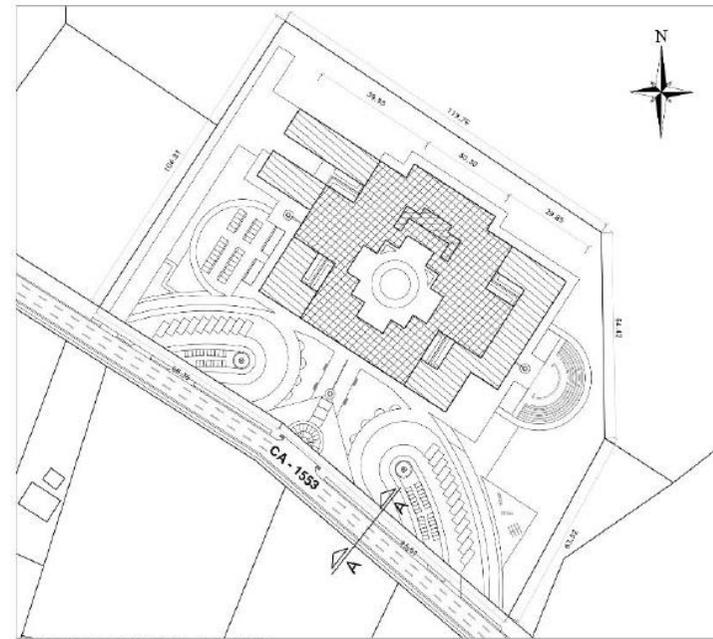
DIMENSIONES

Área: 16 983 m²
Perímetro: 527.55m

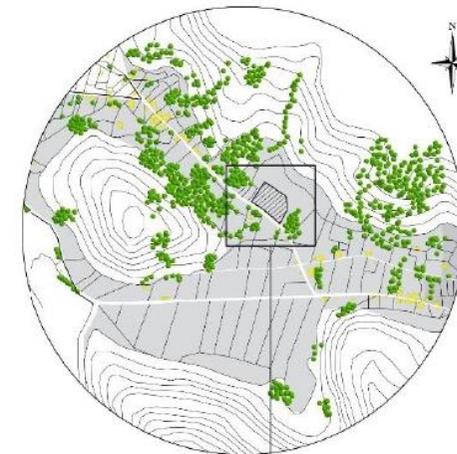
LÍMITES

Por el este: con propiedad de terceros, 127.94 ml
Por el norte: con propiedad de terceros, 119.76 ml
Por el oeste: con propiedad de terceros, 106.91 ml
Por el sur: CA - 1553, 161.86 ml

Fuente: Elaboración propia



PLANO DE UBICACION Esc. 1/750



PLANO DE LOCALIZACION ESCALA 1/10 000

LEYENDA NIVELES

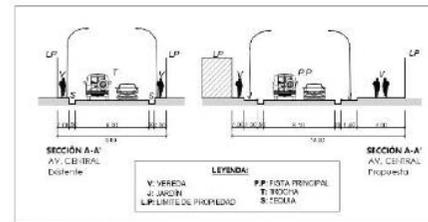
AREA TECHADA PRIMER NIVEL	
AREA TECHADA SEGUNDO NIVEL	
AREA TECHADA TERCER NIVEL	

DEPARTAMENTO	CAJAMARCA
PROVINCIA	CELENDÍN
DISTRITO	JORGE CHÁVEZ
NOMBRE DE LA VÍA	CA - 1553
GRUPO LOCAL	B.7.N



CUADRO DE AREAS (m²)

PISOS	AREAS DECLARADAS				TOTAL
	NUEVA	EXISTENTE	DEMOLICION/AMPLIACION	REMODELACION	
SOTANO	---	---	---	---	---
PRIMER PISO	3,913.45m ²	---	---	---	3,913.45m ²
SEGUNDO PISO	2,451.04m ²	---	---	---	2,451.04m ²
TERCER PISO	1,09m ²	---	---	---	1,09m ²
CUARTO PISO	---	---	---	---	---
AZOTEA	---	---	---	---	---
AREA PARCIAL	6,473.49m ²	---	---	---	6,473.49m ²
AREA TECHADA TOTAL	---	---	---	---	6,473.49m ²
AREA DEL TERRENO	---	---	---	---	16,983.00 m ²
AREA LIBRE	---	---	---	10,509.51 m ²	10,509.51 m ²



CORTES Esc. 1/200

AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	
ASESOR	Msc. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén	
PROYECTO	CAJAMARCA - CELENDÍN - JORGE CHÁVEZ	
PROBLEMA	MEJORADO MINORISTAS, JORGE CHÁVEZ	
FECHA	UBICACIÓN Y LOCALIZACIÓN	LÁMINA
INDICADA	2022	U-01

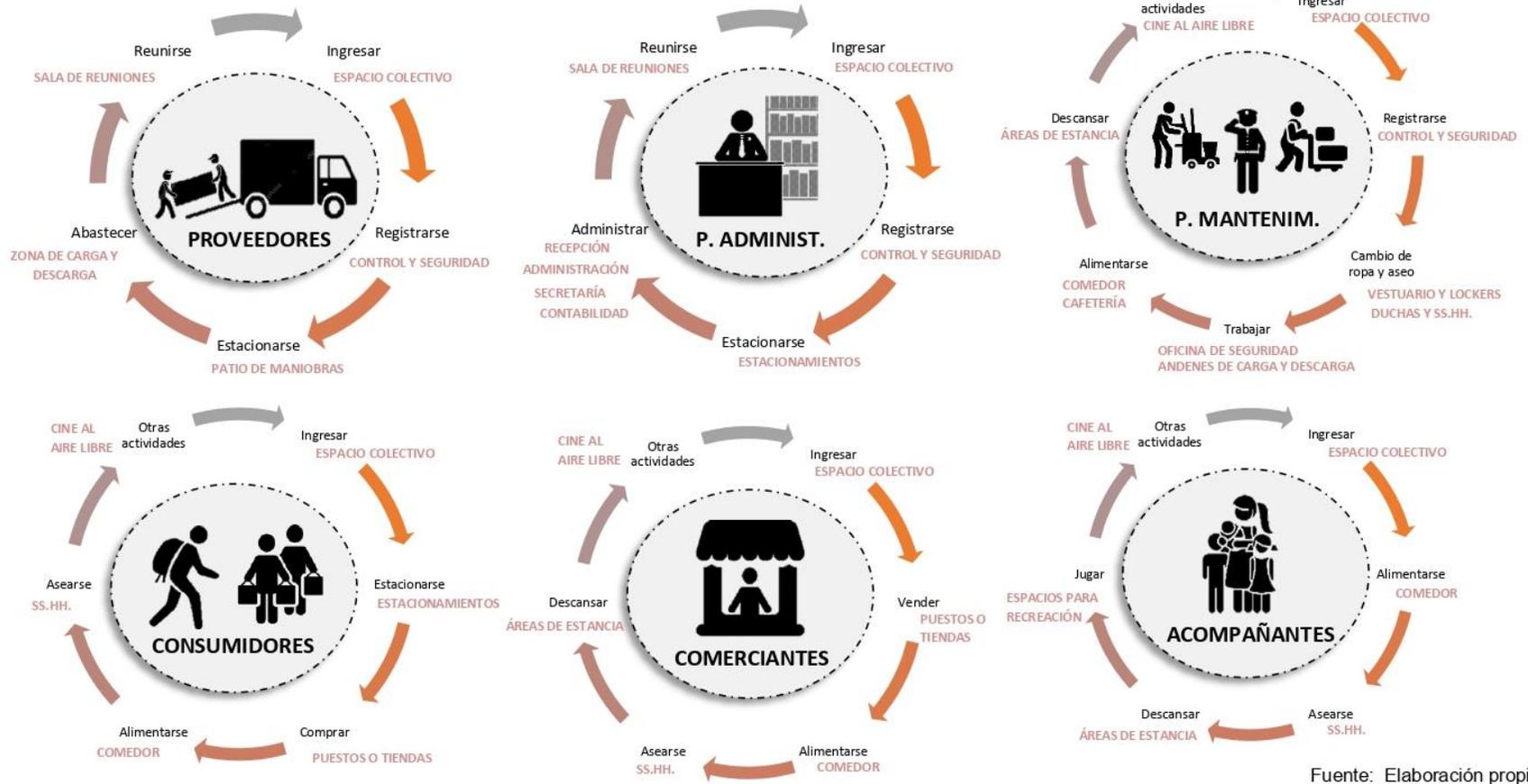
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°8

USUARIOS – NECESIDADES - ESPACIOS

Se identificaron a los siguientes usuarios en base a la investigación realizada.

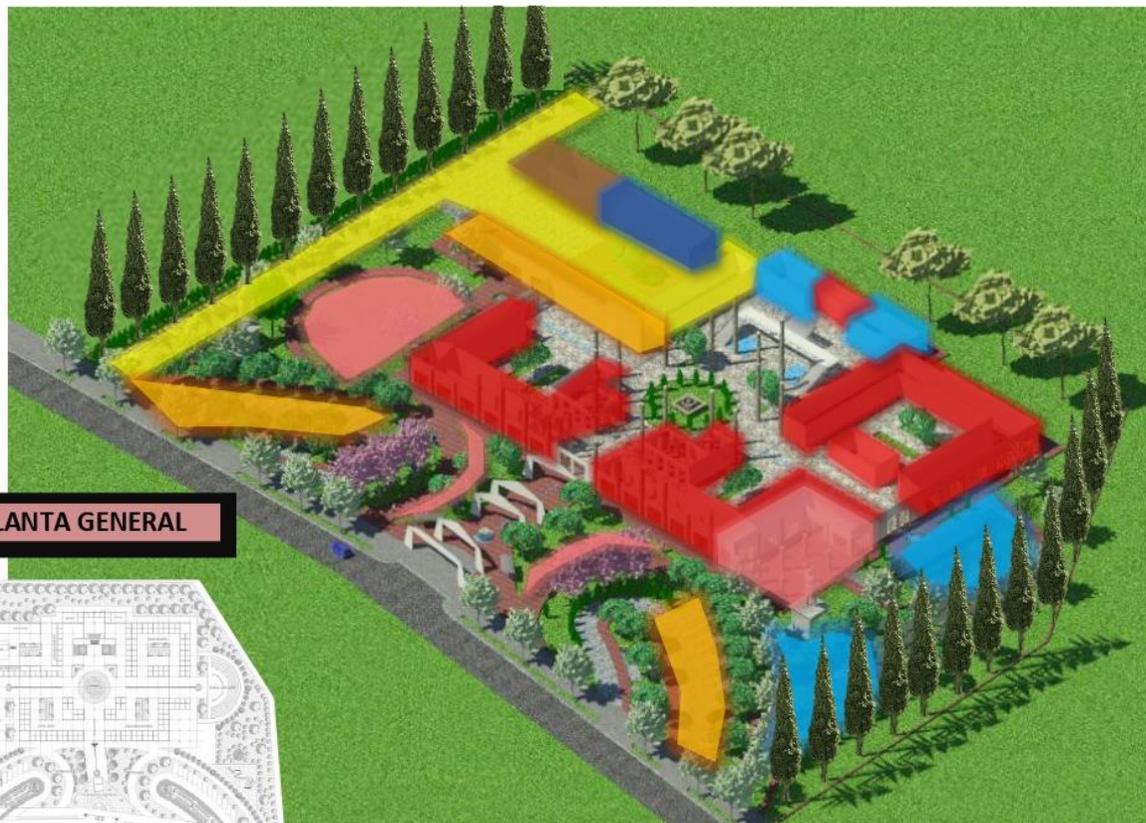


FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°9

ZONIFICACIÓN



PLANTA GENERAL



ZONAS	Espacios Arquitectónicos
ZONA DE ABASTECIMIENTO, CONTROL Y DESPACHO	ESPACIO COLECTIVO
	CONTROL
	PATIO DE MANIOBRAS
	ZONA DE CARGA Y DESCARGA
	VESTUARIO Y LOCKERS
	OFICINA DE SEGURIDAD
	ÁREA DE ANDENES Y ALMACENES
ZONA DE RESIDUOS SÓLIDOS	ALMACENAMIENTO O DEPÓSITOS
	ÁREA DE REFRIGERACIÓN
ZONA DE ENERGÍA Y MANTENIMIENTO	CUARTO DE BASURA
	CUARTO DE MAQUINAS
	CISTERNA
ZONA ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	GRUPO ELECTROGENO
	ESPACIO COLECTIVO
	RECEPCIÓN
	ADMINISTRACIÓN
	LOGÍSTICA
	SECRETARIA
	CONTABILIDAD
	SALA DE REUNIONES
	ESTACIONAMIENTO
	SSHH TRABAJADORES
ZONA COMERCIAL	ESPACIO COLECTIVO
	PUESTOS HÚMEDOS
ZONA COMERCIAL COMPLEMENTARIA	PUESTOS SEMI-HÚMEDOS
	PUESTOS SECOS
ZONA COMÚN COMPLEMENTARIA	PUESTOS FERIALES
	ZONA GASTRONOMICA
	ÁREAS COMUNES DE DESCANSO
	ANFITEATRO AL AIRE LIBRE
	ESPACIO ACADÉMICO
	ÁREA DE JUEGOS
ZONA COMÚN COMPLEMENTARIA	ÁREAS VERDES
	SS.HH.

Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°10

ZONIFICACIÓN



SEGUNDO NIVEL

Fuente: Elaboración propia

ZONAS	Espacios Arquitectónicos
ZONA DE ABASTECIMIENTO, CONTROL Y DESPACHO	ESPACIO COLECTIVO
	CONTROL
	PATIO DE MANIOBRAS
	ZONA DE CARGA Y DESCARGA
	VESTUARIO Y LOCKERS
	OFICINA DE SEGURIDAD
	ÁREA DE ANDENES Y ALMACENES
	ALMACENAMIENTO O DEPÓSITOS
ZONA DE RESIDUOS SÓLIDOS	ÁREA DE REFRIGERACION
	CUARTO DE BASURA
ZONA DE ENERGÍA Y MANTENIMIENTO	CUARTO DE MAQUINAS
	CISTERNA
	GRUPO ELECTROGENO
ZONA ADMINISTRATIVA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	ESPACIO COLECTIVO
	RECEPCIÓN
	ADMINISTRACION
	LOGISTICA
	SECRETARIA
	CONTABILIDAD
	SALA DE REUNIONES
	ESTACIONAMIENTO
SSH TRAJADADORES	
ZONA COMERCIAL	ESPACIO COLECTIVO
	PUESTOS HÚMEDOS
	PUESTOS SEMI-HÚMEDOS
ZONA COMERCIAL COMPLEMENTARIA	PUESTOS SECOS
	PUESTOS FERIALES
ZONA COMÚN COMPLEMENTARIA	ZONA GASTRONOMICA
	ÁREAS COMUNES DE DESCANSO
	ANFITEATRO AL AIRE LIBRE
	ESPACIO ACADÉMICO
	ÁREA DE JUEGOS
	ÁREAS VERDES
SS.HH.	

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°11

CONCEPTUALIZACIÓN

MERCADO

Es un equipamiento donde se desarrollan entre actividades comerciales, sociales y culturales

Atraer el poblamiento de la zona para **UNIR** y **CONECTAR** los centros poblados del distrito.

CHAKANA

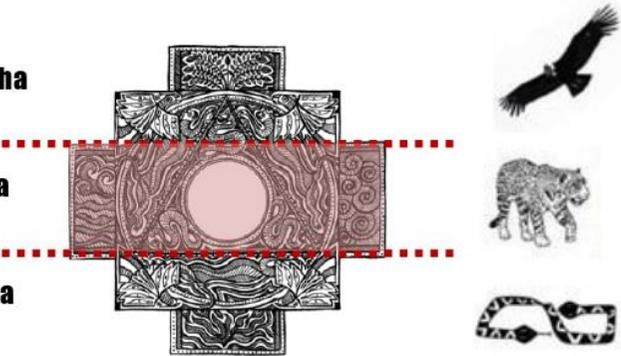
Es una forma geométrica, resultante de la observación astronómica, realizada por los antepasados Andinos.

Puente que **UNE** y equilibra la **CONEXIÓN** a otros mundos

Hanan Pacha

Kay Pacha

Uku Pacha



CHAKANA



Fuente: <https://josejorgemorales.wordpress.com/disenos-de-chakanas/>

La estructura básica de la chakana en la **cosmovisión pre inca**, heredada por los Incas, explica la **conexión entre los tres mundos**. Uno de sus conceptos es la representación de esta como camino o escalera de un universo que está dividido en 3 niveles: el Hanan Pacha o **tierra de arriba**, el Kay Pacha o **tiempo presente**, y el Uku Pacha, **tierra de abajo**. El símbolo central significa el **vacío**, el no conocimiento, la noción de la existencia de un Supremo creador. La chakana es el **elemento ordenador de la Sociedad Andina**, el reglamento para la **convivencia** de pareja, familia y comunidad.
Fuente: <https://es.slideshare.net/consultoraimara/simbologiachacana>

Mundo andino
HANAN PACHA
El mundo de arriba, de los astros y los fenómenos atmosféricos

KAY PACHA
El espacio presente, mundo del hombre y los animales

UKU PACHA
El mundo de abajo, de los espíritus, de los muertos, la Madre Tierra (mumapacha) que recrea la vida

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TITULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Sunchaqui, Rubén

N° 12

MATERIALIDAD



SISTEMA DE ILUMINACIÓN NATURAL

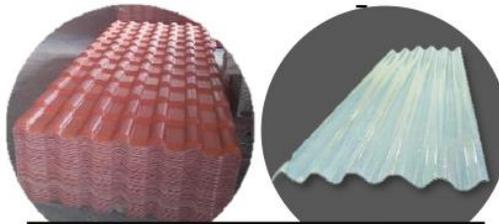
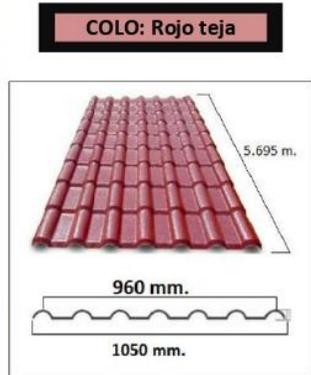


LÁMINA DE TECHO PVC TIPO TEJA



**CUBIERTAS GRANDES:
ESTRUCTURA METÁLICA**



COLO: Rojo teja



Nota. Elaboración propia



**CUBIERTAS PEQUEÑAS:
LOSA ALIGERADA**

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	
- Resistente al Agua. Inoxidable	
- Incombustible	
- Aislamiento Térmico	
- Resistente a la Corrosión	
- Ligeras	
- Color Estable	
- Resistente a Impactos	
- Comportamiento autolimpiante	
- Decorativo y Estético.	
- Ecológico y eficiente de la energía.	

Espesor	2.5 mm. +/- 0.1
Ancho Plancha	1050 mm. (7 ondas)
Ancho Útil	960 mm.
Largo Plancha	5694 mm. (26 ondas)
Traslape Longitudinal	219 mm. (1 onda)
Distancia entre Apoyos	880 mm. (4 ondas)
Temperatura Ablandamiento Vicat	81.3 °C
Fuerza Impacto Charpy sin muescas	29.1 kJ/m2
Garantía	20 años

Fuente: <https://buscalperu.com/wp-content/uploads/2019/02/Hoja-Tecnica-Teja-Royal-UPVC-ASA.pdf>

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Sunchaqui, Rubén

N°13

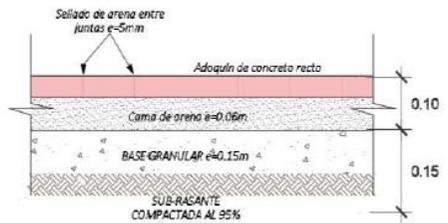
SUPERFICIES

MODULO PREFABRICADO DE CONCRETO

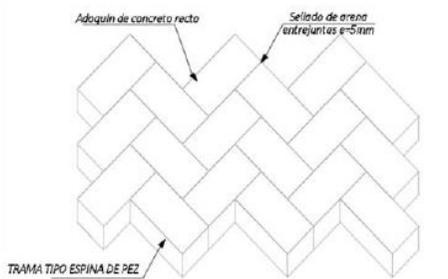


Es una piedra o bloque labrado de forma rectangular que se utiliza en la construcción de pavimentos.
Dimensiones:
 10 x 20 x 6 cm

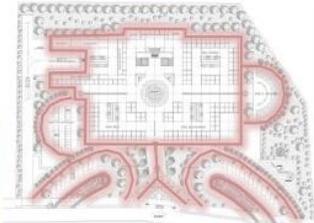
SECCIÓN DE ADOQUINADO



VISTA 3D



Precio: Sodimac: s/.1.20/u	Durable: Por su flexibilidad, duran más que el asfalto. Apto para cualquier clima.	Seguro: Es antideslizante, incluso mojado. El agua se filtra a través de las juntas.	Ecológico: Hechos de agregados naturales, sin productos derivados del petróleo.
---	--	--	---



Plano clave

Para circulaciones exteriores tanto peatonales como vehicular (acceso de motos y bicicletas)



Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°14

SUPERFICIES

GRAVILLA



La grava o gravilla son piedras con forma angular. Producidas por el hombre (piedra chancada), y naturales. por el movimiento en los ríos (canto rodado).
Dimensiones: entre los 2 y 60mm

SECCIÓN DE PISO

Relleno

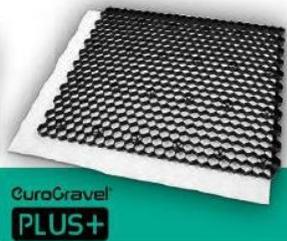
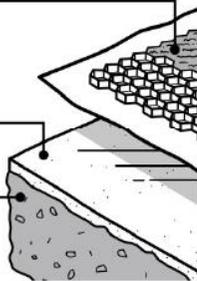
- El grosor total debe ser de 5-6 cm. Para cubrir los estabilizadores necesita una capa superior de 2-3 cm de grava (la altura de la geocelda es de 3 cm).
- Utilice grava entre 5 y 20 mm o cantos rodados entre 5 y 25 mm.

Nivelación

- Capa de igualación del terreno de 3-5 cm. Uso de gravilla fina (ej. 0-2 o 0-4 mm) o arena.

Capa base

- Capa inferior compuesta de zahorra (0-25 o 0-40 mm). Grosor mínimo de 15cm aunque depende de la composición del suelo y la carga que vaya a soportar.



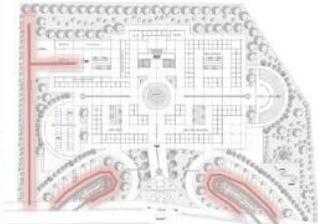
Para mayor resistencia se usan estabilizadores de grava.
Dimensiones: 120 x 100 x 3 cm
<https://www.eurograv-el.com/es/eurogravel-plus-geoceldas/>

Económico:
Menor gasto de mantenimiento

Abastecimiento:
Cauce de ríos
Canteras

Durable:
Dura más que el pavimento.
Filtra la lluvia. Mantiene el automóvil protegido del barro.

Ecológico:
De textura rústica y natural, amigable con el medio ambiente.



Plano clave

Para circulación vehicular tanto de compradores como proveedores y zona de estacionamientos vehiculares.



Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°15

SUPERFICIES

MÁRMOL



Es una roca metamórfica compacta formada a partir de rocas calizas que, sometidas a elevadas temperaturas y presiones, alcanzan un alto grado de cristalización. La cantera Santa Rita se encuentra cerca al distrito de Jorge Chávez. **Empresa Mármoles & Piedras Andess**

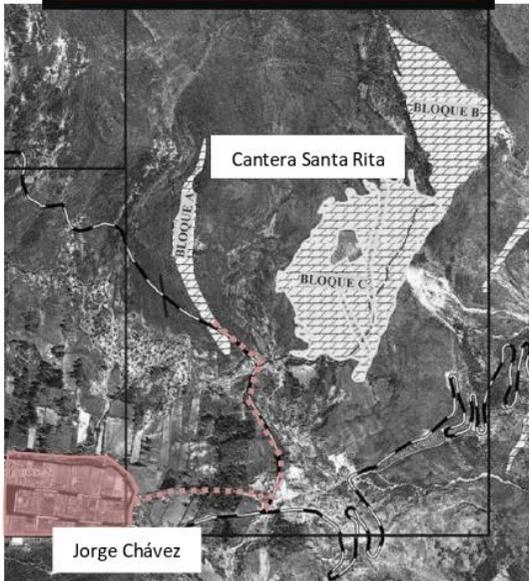


Accesibilidad a la concesion Santa Rita.

Desde	Hasta	Km	Tiempo/Hrs	Tipo de Via	Estado de Via
Cajamarca	Celendín	107	2.0 horas	Asfaltada	Buena
Celendín	José Gálvez	9	20 min	Asfaltada	Buena
José Gálvez	Jorge Chávez	6	10 min	Afirmada	Regular
Jorge Chávez	Concesión Santa Rita	1	5 min	Trocha	Regular
Total		123	2.35 hrs		

Fuente: <https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/6512>

CANTERA DE MÁRMOL A 1KM DE JCH



Bloque A

Está localizado al Oeste de la concesión Santa Rita, este Bloque se caracteriza por mantener un **Mármol color rosado**.



Bloque B

Está localizado al Norte de la concesión Santa Rita, este Bloque se caracteriza por mantener un **Mármol color gris**.



Bloque C

Está localizado en la zona Este de la concesión Santa Rita, este Bloque se caracteriza por mantener un **Mármol color gris claro**.



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°16

SUPERFICIES

TERRAZO DE MÁRMOL

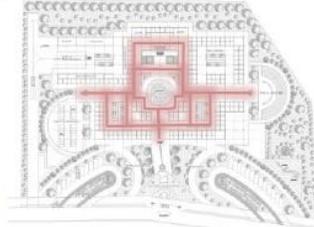
			Tamaño de Grano: Micrograno: < ϕ = 6 mm.
			Grano Medio: < ϕ = 27 mm.
			Grano Grueso: < ϕ = 45 mm.
			Encachado: > 45 mm.

<https://www.construmatica.com/construpedia/TecnoTerrazo>

Resistente:
Soporta muy bien los golpes y no produce abolladuras, también resiste al fuego, calor, y a la radiación UV.

Colores eternos:
La tonalidad del mármol se mantiene inalterable con el paso del tiempo.

Ecológico:
Es una piedra natural, la naturaleza la forma con el paso de los años, no hay piezas iguales.

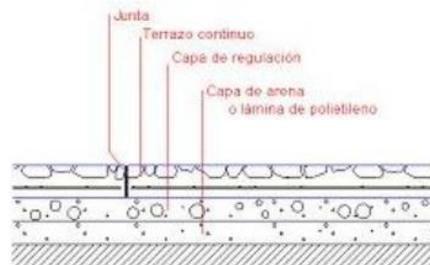


Plano clave

Para circulación interior del equipamiento comercial, en pasillos y zonas comunes.



SECCIÓN DE PISO



Este material se elabora con trozos de mármol y cemento blanco. El terrazo se caracteriza por ser un material muy resistente. Además, tiene un costo de producción bastante bajo. Popular como revestimiento en pisos desde el siglo XV en Venecia.

Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TITULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Suñichqui, Rubén

N° 17

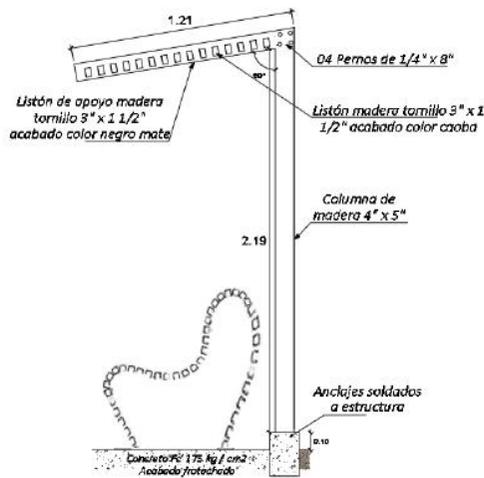
BANCAS CON PÉRGOLA

Las pérgolas otorgan una sensación de frescor, protegen del sol y del calor en los días más intensos del verano, ayudan a cuidar el mobiliario exterior, pues la humedad de la lluvia y los rayos del sol es lo que más deteriora los muebles del exterior.

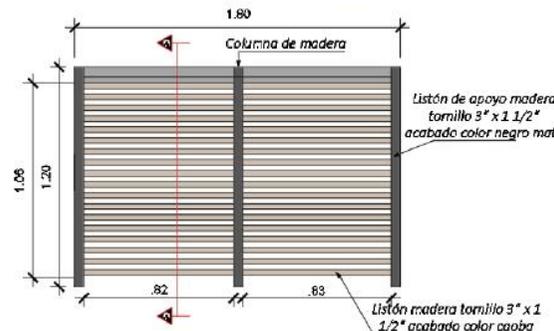
Fuente: <https://casaydiseno.com/jardin-y-terrazza/pegola-ideas-que-te-asombraran.html>



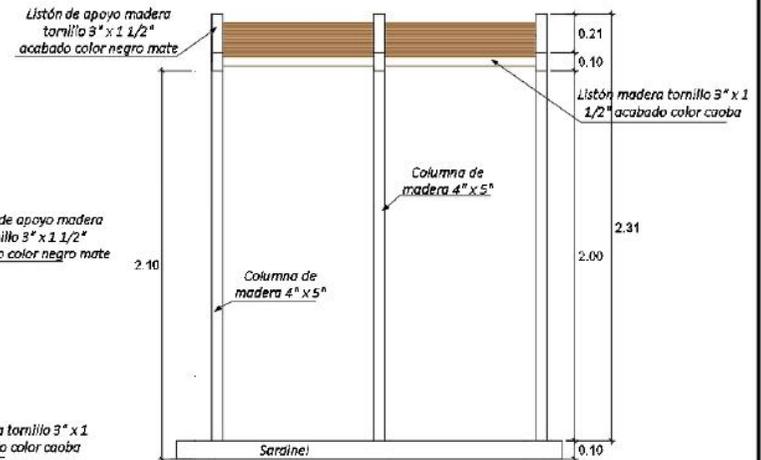
Una vez que las **PLANTAS TREPADORAS** hayan cubierto la pérgola, encontrará que la sombra proporcionada cuando está sentado debajo de la estructura es perfecta para protegerse de los rayos del sol. Y el hecho de que la pérgola no esté completamente cerrada como un techo normal significa que todavía tendrá esa sensación de estar al aire libre.



CORTE A - A



PLANTA PERGOLA



ELEVACIÓN PERGOLA

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 18

LUMINARIA EXTERIOR

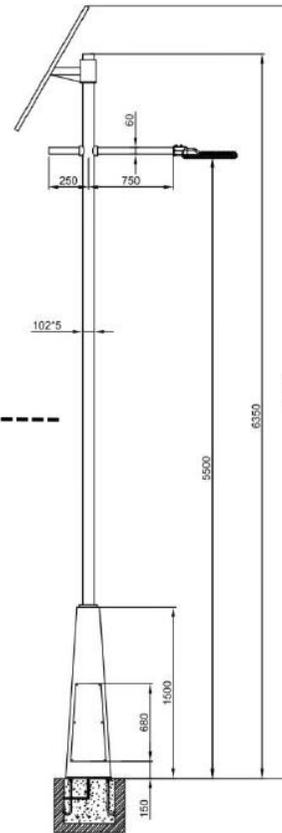
COLUMNA SOLAR

 FUNDICIÓN DÚCTIL BENITO Tel. 93 852 10 00	COLUMNA SOLAR LED	AUTOR: Dpto. Alumbrado Público	COTAS: mm	ICSOL60M
		FABRICANTE: Fundición Dúctil Benito	ESCALA: -	REFERENCIA

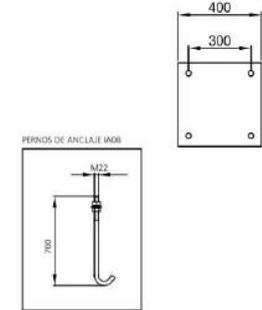
Fuente: https://obj.construmatica.com/construmatica/img/business/products/4299/files/columna_solar_led_ficha_tecnica.pdf



Fuente: Elaboración propia



- APLICACIÓN:** Punto de luz autónomo alimentado por energía solar fotovoltaica, recomendado especialmente para zonas de difícil electrificación. Punto de luz pensado para zonas donde se prime poner de manifiesto la preservación del medio ambiente, mediante el uso de energías renovables.
- DESCRIPCIÓN:** Columna de acero galvanizado en caliente de 6,35 m de altura con un brazo de 750 mm de longitud situado a 5,5 m de altura. La columna incorpora un soporte orientable para la fijación del panel fotovoltaico, y la base está preparada para albergar las baterías y el regulador de carga de las mismas.
- COMPONENTES:**
- Panel fotovoltaico cristalino de 135 Wp
 - Regulador de carga de baterías y gestor de la luminaria (incluye interruptor crepuscular temporizado)
 - 2 baterías de 12 V de 50 Ah de capacidad cada una
 - Tensión de salida: 24 V DC
- FIJACIÓN:** Pernos de anclaje M22x700 mm



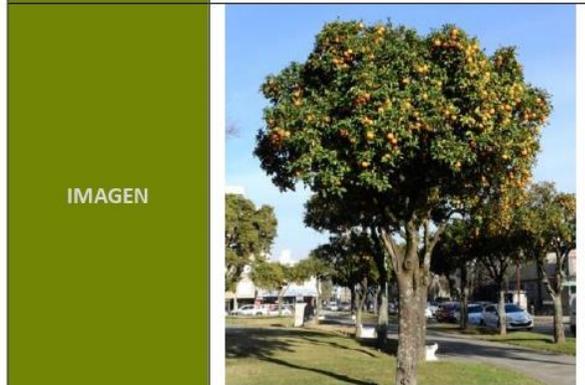
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 19

VEGETACIÓN

NOMBRE	NARANJO (<i>Citrus sinensis</i>)
CARACTERÍSTICAS	<p>ALTURA: Es un árbol mediano, mide entre 3 y 5 m. puede llegar a 10 m.</p> <p>AMPLITUD DE COPA: Media (7 - 14 m)</p> <p>HOJAS: ovaladas, perennes, de 7 y 10 cm,</p> <p>RAMAS: con espinas grandes, hasta 10 cm.</p> <p>FLORES: son blancas, (Azahar).</p> <p>FLORACIÓN: principios de primavera y dura unas semanas. En este tiempo, el árbol se llena de flores con gran aroma.</p> <p>RANGO ALTITUDINAL: 1501 - 2000 msnm, 2001- 2500 msnm, 2501 - 3000 msnm.</p> <p>USOS EN ESPACIOS PÚBLICOS: Parques, Vías peatonales, Glorietas, Plazas/Plazoletas, Edificios institucionales</p>



Fuente: <https://catalogofloravalleaburra.eia.edu.co/species/94>



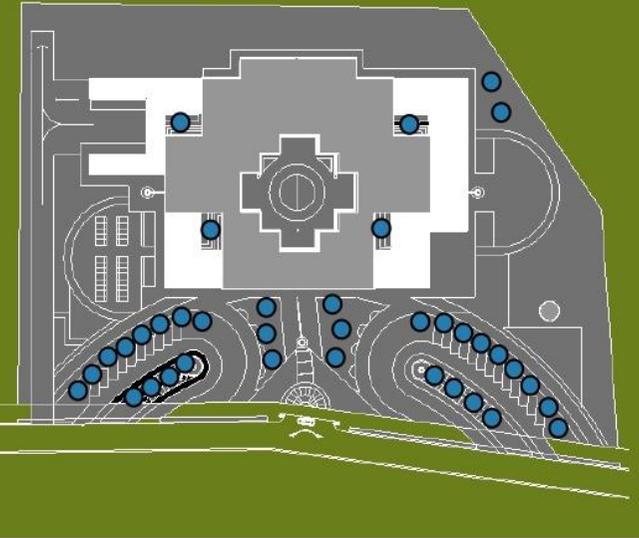
Son árboles frutales todos aquellos que a partir del óvulo maduro de su flor producen frutos carnosos o secos, aptos para el consumo humano.



APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie frutal para filtrar el aire, dar cobijo a la fauna y especialmente para dar sombra en las zonas de estancia vehicular y circulación peatonal exterior, con el fin de ofrecer espacios para el disfrute de la comunidad. Además de esta manera se incentiva el comer frutas, por ejemplo, salir de casa hacia el trabajo y recoger una naranja directo del árbol, o en cualquier momento.

CANTIDAD: 37 unidades



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MSc. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 20

VEGETACIÓN

NOMBRE	CHIRIMOYO
CARACTERÍSTICAS	<p>ALTURA: 5 a 8 metros. DIAMETRO: 4,5 a 9 metros. HOJAS: perennes, de forma ovoide a elíptica, ligeramente velludas y de color verde oscuro en la parte superior y aterciopelada en la parte inferior. RAMAS: densamente cubiertas de vellos. FLORES: Posee flores que expelen una fragancia característica, crecen solitarias o en grupos de dos o tres, en tallos cortos y velludos a lo largo de las ramas. FLORACIÓN: florece en verano.</p>
IMAGEN	

Fuente:

<https://www.facebook.com/arbolesrosario/photos/a.334509314087759/595249838013704/?type=3>



FRUTALES



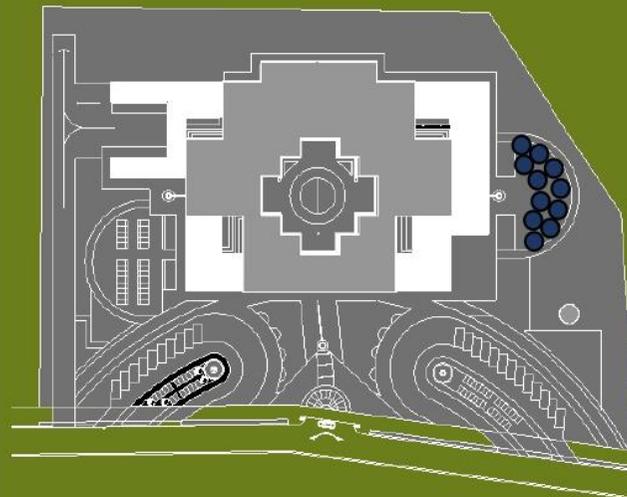
Fuente: Elaboración propia



APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie frutal para filtrar el aire, dar cobijo a la fauna y especialmente para dar sombra en la zona del cine al aire libre. Además de esta manera se incentiva el comer frutas.

CANTIDAD: 11 unidades



Fuente: Elaboración propia

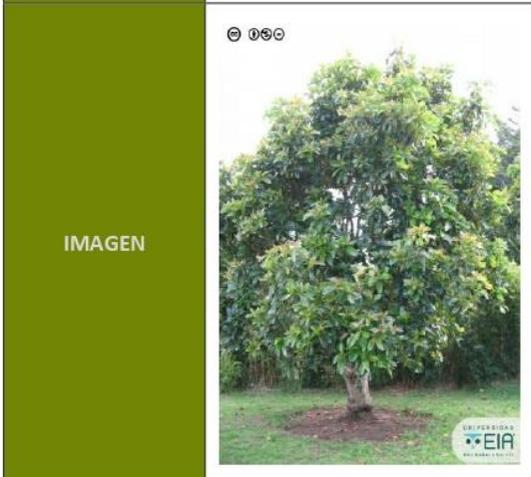
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 21

VEGETACIÓN

NOMBRE	PALTO
CARACTERÍSTICAS	ALTURA: Máximo 20 metros
	DIAMETRO: Media (7 - 14 m)
	HOJAS: elípticas, caducas
	FLORES: Pequeñas, de 1 cm de largo
	USOS EN ESPACIO PÚBLICO: Parques, cerros, retiros de quebrada.
	FRUTO: En invierno.



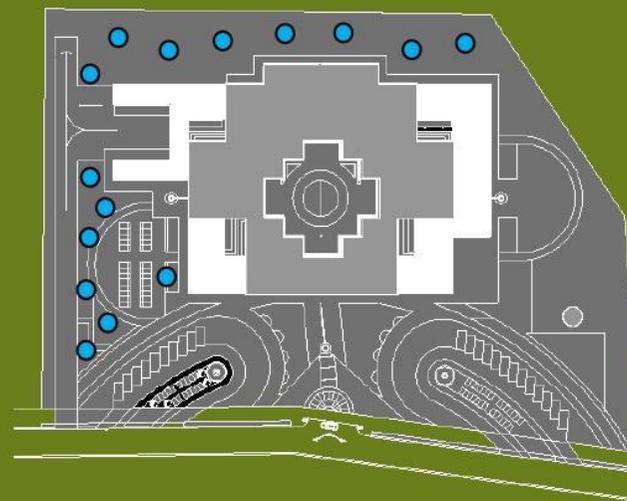
Fuente: <https://catalogofloravalleaburra.eia.edu.co/species/48>



APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie en el área comercial complementaria, donde se implementaría la zona de venta de ganado, pues el gran diámetro de su copa otorga mayor sombra. Además de esta manera se incentiva el comer frutas.

CANTIDAD: 15 unidades



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 22

VEGETACIÓN

NOMBRE	CAPULÍ
CARACTERÍSTICAS	<p>ALTURA: de 3 a 8 m (hasta 12 m) de altura</p> <p>DIÁMETRO: 15 metros</p> <p>HOJAS: caducas simples, de 6 a 14 cm de largo por 2 a 4 cm de ancho.</p> <p>FLORES: Blancas, de 2 a 2.2 cm de diámetro</p> <p>FLORACIÓN: florece de enero a marzo y fructifica entre mayo y agosto.</p> <p>FRUTO: es una baya carmosa, multilocular, elipsoide, jugosa y dulce, de 1 cm de diámetro y de color moreno rojizo oscuro.</p> <p>Usos: En suelos arcillosos (tierra chiclosa) en clima frío.</p> <p>SALUD: para el alivio de la tos, gripa, mediante el uso del cocimiento del fruto como agua de uso; también para la diarrea, catarro y fiebre.</p>
	
IMAGEN	

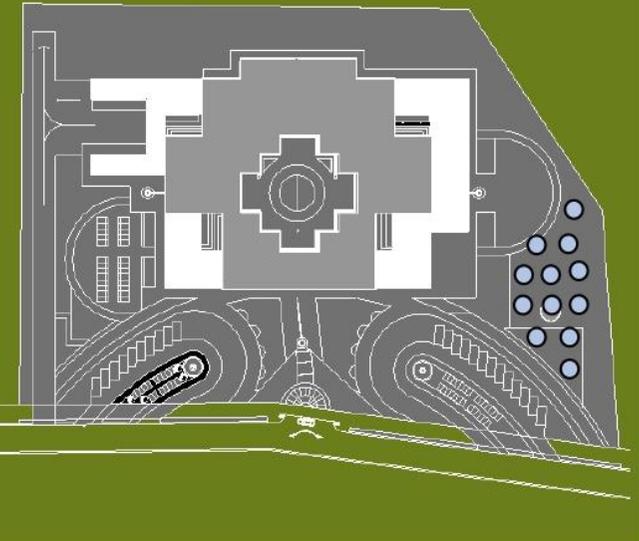
Fuente: <https://catalogofloravalleaburra.eia.edu.co/species/48>



APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie en el área de la zona de juegos y alrededores, pues el gran diámetro de su copa otorga mayor sombra. Además de esta manera se incentiva el comer frutas.

CANTIDAD: 12 unidades



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

N° 23

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

VEGETACIÓN

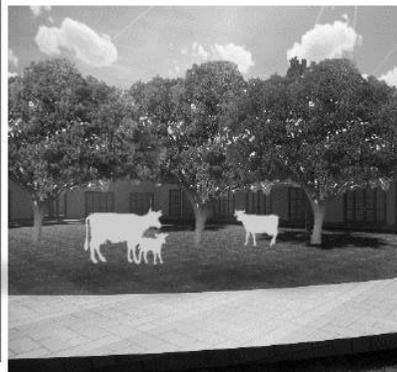
NOMBRE	HUARANGO O ALGARROBO
CARACTERÍSTICAS	ALTURA: 10 metros DIAMETRO: 15 metros HOJAS: perennes. FLORACIÓN: Verano USOS: Es un valioso árbol de sombra. Se le emplea como cortinas rompe vientos, como cercos agrícolas y para brindar sombra al ganado. En zonas donde escasea el agua y el terreno es infértil, el algarrobo desarrolla como arbusto.
	FUNCIÓN: Ornamental, alimento para la fauna, restauración ecológica. Es una especie adecuada para espacios abiertos amplios.
	ESTADO DE CONSERVACIÓN: casi amenazada
	IMAGEN
	

<https://catalogofloravalleaburra.eia.edu.co/species/39>



Las semillas de algarroba asadas se usan como sustituto del café o del chocolate en la repostería después de moler las semillas, lo que se conoce como harina de algarroba, o se procesan en almibar.

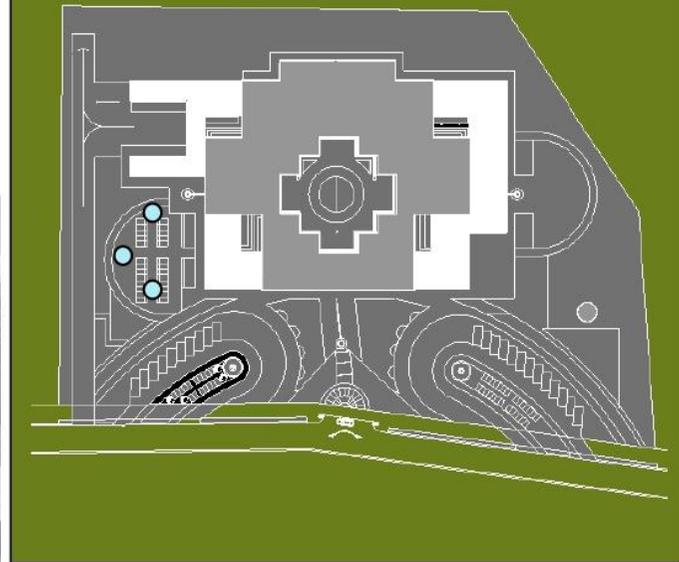
Fuente: <https://ecocosas.com/plantas-medicinales/algarroba-algarrobo/>



APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie en el área donde se ubicaran el ganado especialmente para su protección contra el sol, pues el gran diámetro de su copa otorga mayor sombra.

CANTIDAD: 3 unidades



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

N° 24

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEORICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaquí, Rubén

VEGETACIÓN

NOMBRE	CIPRES MEDITERRÁNEO
CARACTERÍSTICAS	ALTURA: Hasta 35 metros si no se poda
	HOJAS: Miden entre 0,5 y 1 mm de longitud, en forma de escama, con ápice obtuso y de color verde oscuro mate que se solapan apretadamente y cubren completamente las ramillas.
	FUNCIÓN: Ornamental
	TIPO DE SUELO: Tolera todo tipo de suelos, incluso los pobres.
IMAGEN	

<https://catalogofloravalleaburra.eia.edu.co/species/301>



APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie a modo de seto, para ello se necesita un proceso de poda, se ubican en las zonas que se requiere una delimitación por seguridad como el área de juegos y entre los estacionamientos y caminos peatonales, Así mismo, como elemento ornamental en el interior y plaza de ingreso.

CANTIDAD: 69 unidades



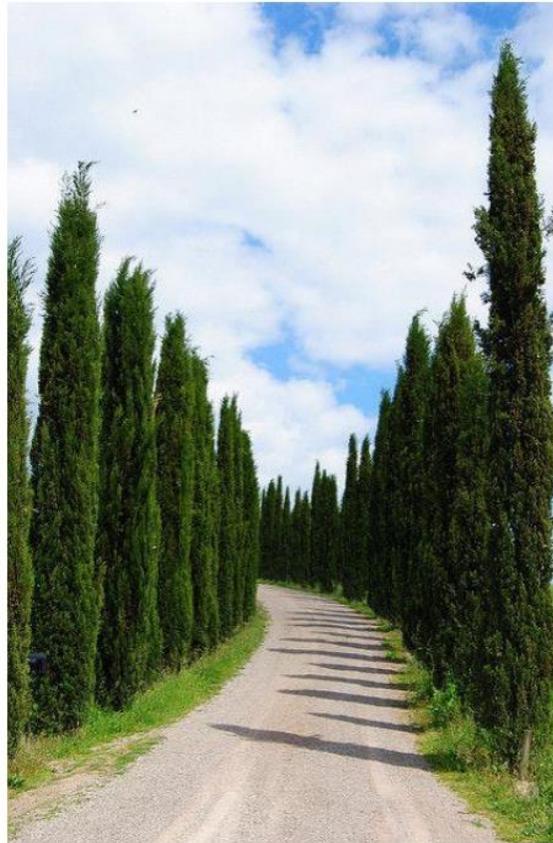
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 25

VEGETACIÓN

NOMBRE	PINO VELA
CARACTERÍSTICAS	ALTURA: Hasta 35 metros
	HOJAS: perennes. Miden entre 0,5 y 1 mm de longitud, en forma de escama, con ápice obtuso y de color verde oscuro mate que se solapan apretadamente y cubren completamente las ramillas
	FUNCIÓN: Ornamental
	TIPO DE SUELO: Tolera todo tipo de suelos, incluso los pobres.
	RIEGO: abundante

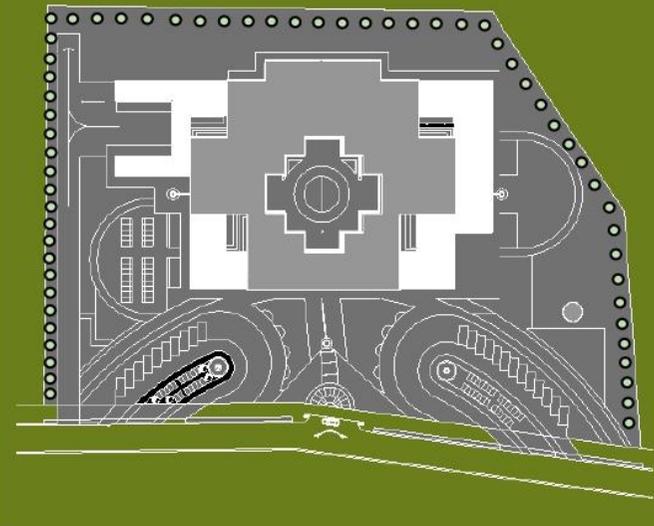


<https://catalogofloravalleaburra.eia.edu.co/species/301>

APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie a modo de barrera física y visual vegetal en todo el perímetro del terreno, aprovechando la seguridad del distrito y valores de la población sobre la propiedad urbana, no se proponen cercos perimétricos, además estos romperían con el concepto de integración urbana que busca lograr el proyecto, aportando a la fragmentación de los sectores,

CANTIDAD: 59 unidades



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MSc. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N° 26

VEGETACIÓN

NOMBRE	JACARANDÁ
CARACTERÍSTICAS	<p>ALTURA: 6 a 10 m de altura hasta 25 m.</p> <p>DIAMETRO: 4 a 6 m de diámetro de copa</p> <p>HOJAS: Las hojas en verdad son perennes, pero si hace frio se convierte en una planta caducifolia.</p> <p>FLORES: Las flores azules o lilas se reúnen en espigas y son azules o púrpura azulado. Tienen un tamaño de 5 cm de largo</p> <p>FLORACIÓN: Primavera y principios de otoño.</p>
IMAGEN	

<http://maringatova.blogspot.com/2009/07/iacaranda-iacaranda-mimosifolia.html>

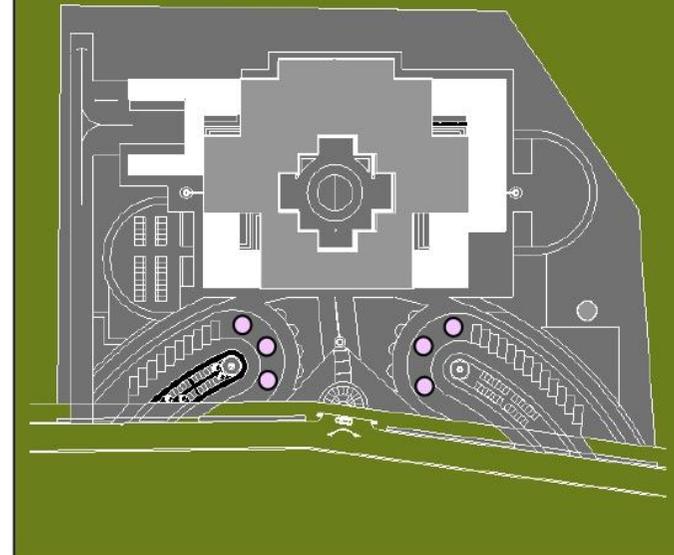


Fuente: Elaboración propia

APLICACIÓN EN EL PROYECTO

Se plantea el uso de esta especie en el ingreso, como protección contra el sol y por su aporte estético y colores. La jacaranda es una de las especies que más CO2 consume, unos 1832 Kg por año.

CANTIDAD: 6 unidades



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°27

VEGETACIÓN

OTRAS ESPECIES VEGETALES

Se plantea el uso de estas especies con fines estéticos y aromáticos.

- **CANTIDAD TIPO 1:** 10 unidades
- **CANTIDAD TIPO 2:** 20 unidades
- **CANTIDAD TIPO 3:** 17 unidades



OREJA DE RATÓN (tipo 1)	
FLORACIÓN: Setiembre - Noviembre	
ALTURA: 20 - 40 cm	
ORIGEN: Se distribuye en las lomas del departamento de Lima, y estribaciones andinas de los departamentos de Ancash, Apurímac, Arequipa, Cajamarca, Huánuco Huancavelica, Junín, Lima, La Libertad y Puno.	

MALVA DE LIMA (tipo 2)	
FLORACIÓN: Agosto - Octubre	
ALTURA: 40 - 70 cm	
ORIGEN: Originaria de Centro y Sudamérica desde Venezuela a Perú. En el Perú registrada en los departamentos de La Libertad, Cajamarca, Ancash y Lima.	

MANITO DE CUY (tipo 3)	
FLORACIÓN: Setiembre - Octubre	
ALTURA: 20 - 50 cm	
ORIGEN: Habitual del Perú. Distribuida y observada en floración en las lomas de Amancaes, también en Cajamarca, Pachacamac, Malanche, Puquio y Pacta	

PASTO DE LA GALLINA	
FLORACIÓN: Julio - Octubre	
ALTURA: 4 - 40 cm	
ORIGEN: Especie de origen europeo, con distribución cosmopolita. Amplia distribución en el Perú alcanzando los departamentos de Arequipa, Ancash, Cuzco, Huánuco, Huancavelica, Lima, La Libertad, Cajamarca	

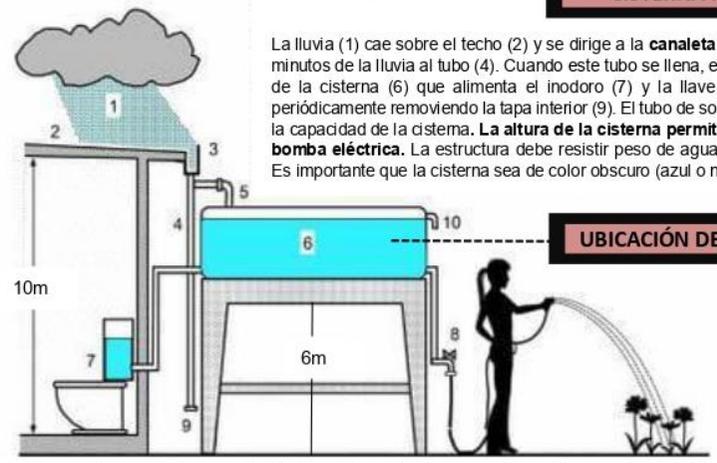
SISTEMA DE CAPTACIÓN DE AGUA DE LLUVIA

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

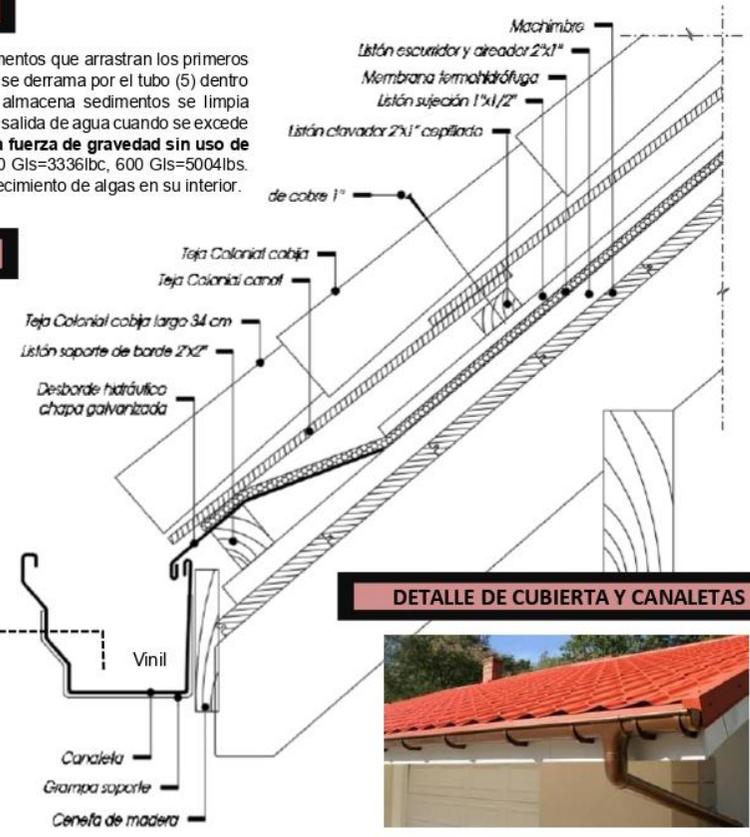
N°28

CISTERNA INTELIGENTE



UBICACIÓN DE LAS CISTERNAS

Fuente: Sistema de Cosecha de Aguas de Lluvia con Cisterna inteligente para Puerto Rico, por Fernando Abruña, 2015



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

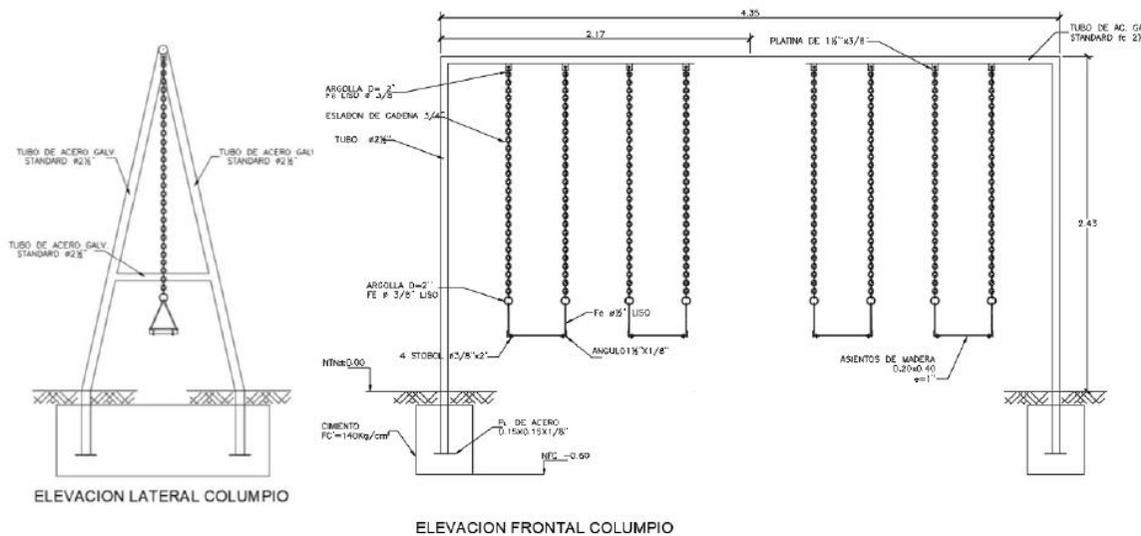
N°29

El material predominante del mobiliario de la zona de juegos es el **ACERO GALVANIZADO**. El proceso de galvanizado consiste en la inmersión del acero en **zinc fundido** a una temperatura aproximada de 450°. Esto provoca una reacción química (o electroquímica) que dota al material de una mayor **PROTECCIÓN FRENTE A LA CORROSIÓN Y AUMENTA SU RESISTENCIA MECÁNICA** frente a los golpes o la abrasión. Es por ello por lo que el acero galvanizado cobra especial relevancia en productos destinados a su **USO EN EXTERIORES**, expuestos a las inclemencias climatológicas y variación de condiciones de temperatura, humedad, etc.

Fuente: <https://www.aratubo.com/es/blog/que-es-el-acero-galvanizado/>

ZONA DE JUEGOS

COLUMPIO



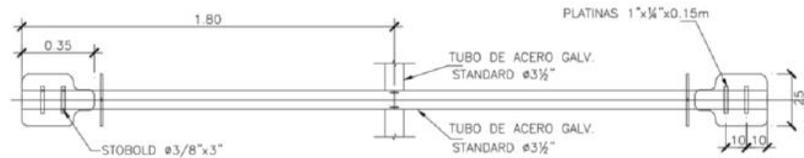
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TITULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

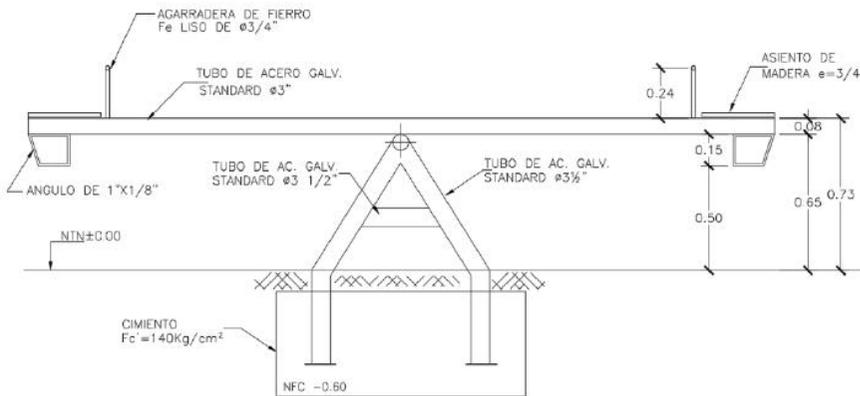
N°30

ZONA DE JUEGOS

SUBE Y BAJA



PLANTA SUBE Y BAJA



ELEVACION LATERAL



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

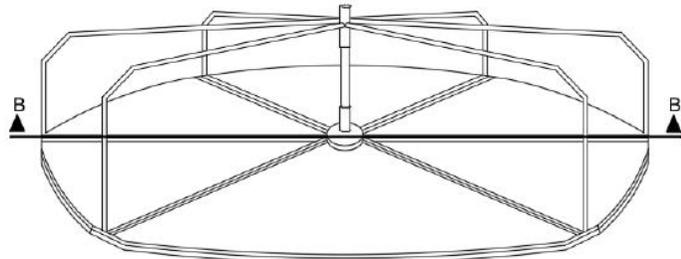
FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

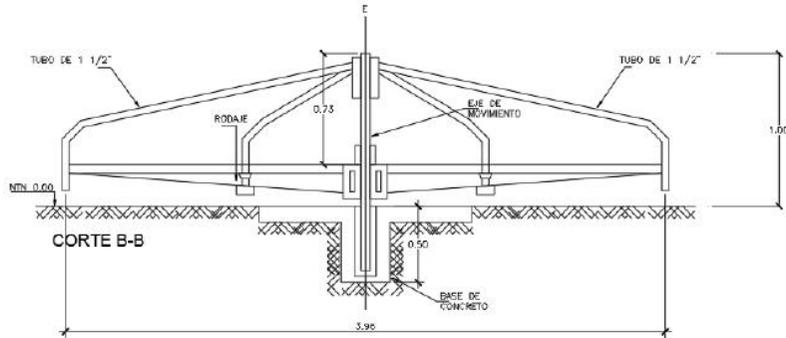
N°31

ZONA DE JUEGOS

TROMPO GIRATORIO

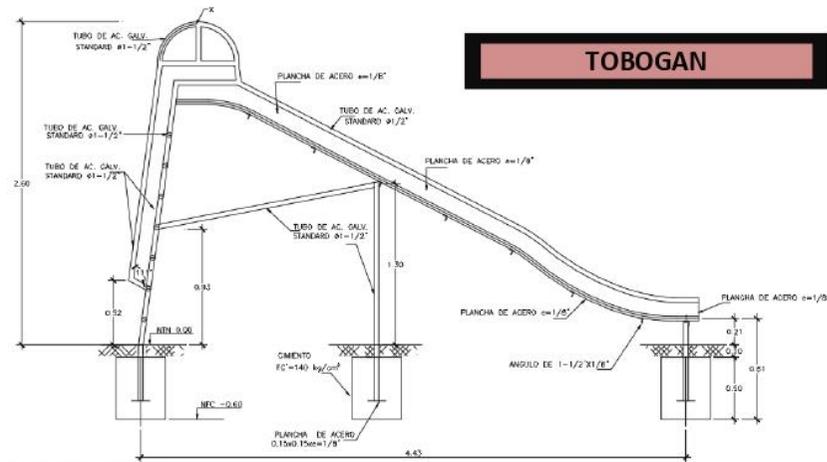


TROMPO GIRATORIO



Fuente: Elaboración propia

TOBOGAN



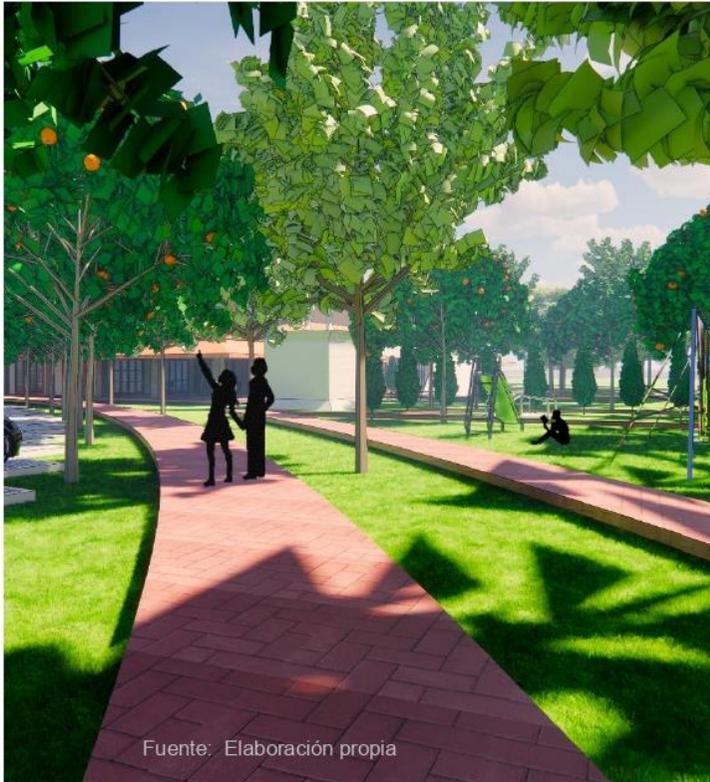
ELEVACION LATERAL TOBOGAN

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

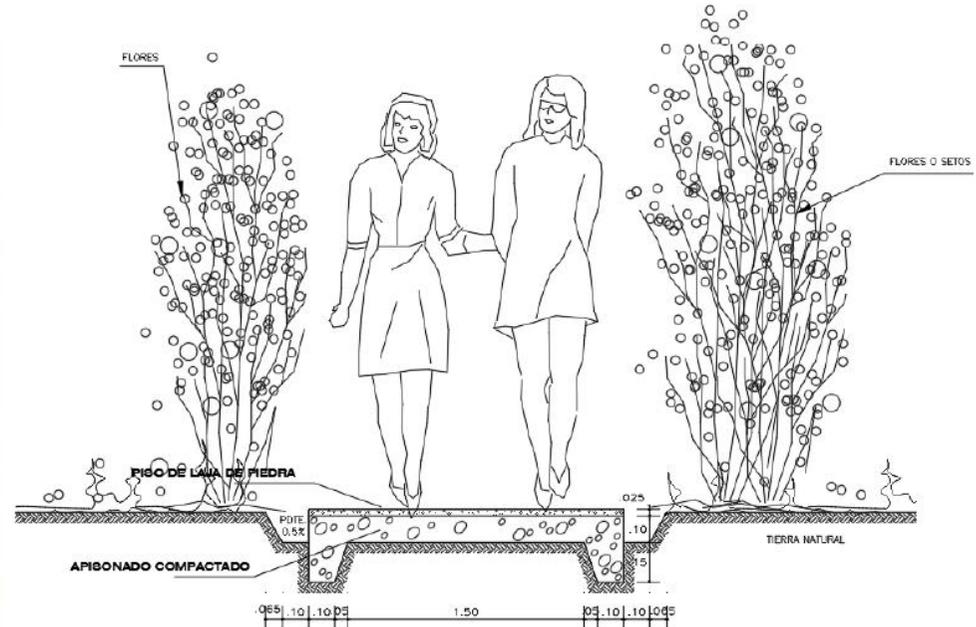
TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MSc. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°32

SENDEROS O CAMINOS



Fuente: Elaboración propia



CORTE SENDERO

Se implementan cunetas al lado de los senderos o caminos para la evacuación del agua de lluvia que no es recolectada.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Suichaqui, Rubén

N°33

ELEMENTOS DE AGUA

FUENTE DE AGUA ORNAMENTAL

CANTIDAD: 4 unidades



Fuente: Elaboración propia

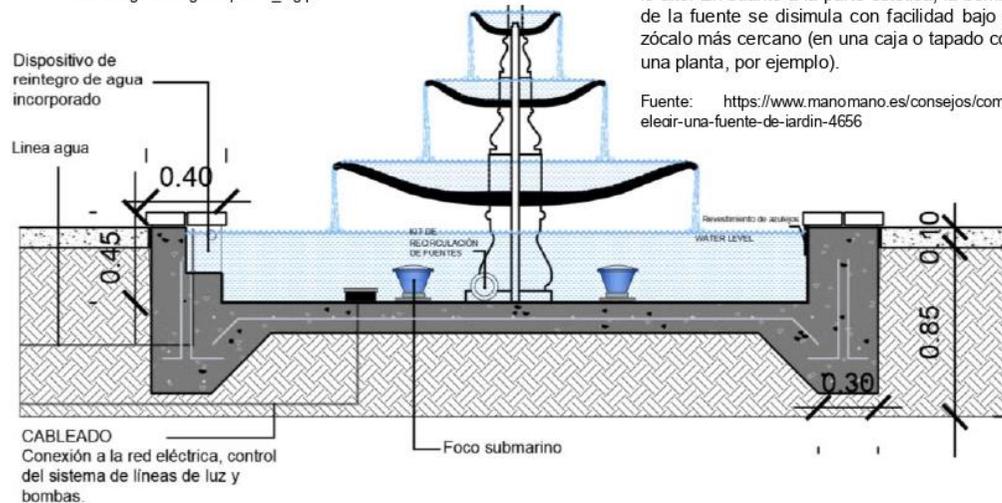
En las fuentes ornamentales el agua se impulsa a través de una bomba al exterior produciendo diversos efectos estéticos. En algunos casos el agua puede también fluir por gravedad.

Circuito con bomba sumergible: En este tipo de circuitos el agua se toma normalmente de un gran volumen acumulado y se impulsa al exterior. Del exterior cae de nuevo al volumen total de agua acumulada.

Fuente: https://www.sanidad.gob.es/ca/ciudadanos/saludAmLaboral/agenBiologicos/pdfs/9_9_leg.pdf

La fuente distribuye el agua que corre en un **CIRCUITO CERRADO**. Esta función es ecológica, ya que no se malgasta agua, a la vez es económica porque no requiere suministro. Además, el agua de lluvia también se puede recuperar e introducirse en el estanque con ayuda de una regadera o con la instalación de un recuperador de agua de lluvia. Hay varias opciones para configurarlas. Las fuentes decorativas de exterior requieren una bomba que haga correr el agua del estanque o de la cubeta de recuperación gracias al elemento en lo alto. En cuanto a la parte estética, la bomba de la fuente se disimula con facilidad bajo el zócalo más cercano (en una caja o tapado con una planta, por ejemplo).

Fuente: <https://www.manomano.es/consejos/como-eleir-una-fuente-de-iardin-4656>



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°34

ELEMENTOS DE AGUA



Fuente: Elaboración propia

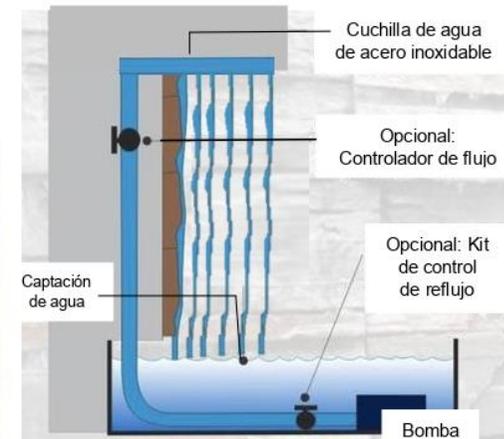


MURO EFECTO CASCADA

Aparentan ser una cascada, en donde por medio de un **SISTEMA HIDRÁULICO** brota agua de la parte superior hasta llegar al suelo, con un **SISTEMA DE CIRCULACIÓN CONTINUA** de agua impulsada por una bomba.

Estos muros de agua con efecto de cascada, en donde el agua en vez de deslizarse suavemente por la pared tiene una caída, **POTENCIA EL SONIDO** del agua al caer. Siendo una sensación muy agradable y **RELAJANTE**.

Fuente: https://www.homify.pe/libros_de_ideas/1480922/15-muros-con-fuentes-de-agua-que-se-veran-fabulosos-en-tu-jardin



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°35

ESCULTURAS



Fuente: Elaboración propia



A través de las costumbres ancestrales para realizar faenas en equipos o familias, fortaleciendo de ese modo los lazos de amistad, el Sr. Clemente Salcedo Chávez, motiva a sus vecinos, familiares y amigos para formar una asociación que permita mejorar su nivel de producción y puedan competir con mejores condiciones en el mercado. Es así como se crea la **Asociación de Escultores Lirio de los Valles**.



Hoy, en el Centro Poblado de Huambocancha Baja, exactamente en el Km. 2.700 del distrito, provincia y región de Cajamarca, habitantes artesanos se inspiran en dar vida a la piedra. Familias completas continúan con la tradición que iniciaron sus antepasados.

La temática que desarrollan se centra en **representaciones de figuras históricas, figuras religiosas y escenas campesinas**.

La Asociación ha recibido el **reconocimiento del Gobierno Regional de Cajamarca** por mantener y fomentar la tradición del tallado en piedra.

Fuente: <https://indecopi.gob.pe/web/dop/escultores-lirio-de-los-valles-20>



Fuente: <https://www.facebook.com/Asociacion-de-escultores-lirio-de-los-valles-342934862957624/>

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TITULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRACTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°36

ESPACIO MULTIFUNCIONAL

CINE AL AIRE LIBRE

Disponible para cualquier usuario desde las 6 pm.



MURO ARTÍSTICO

Sobre la Batalla de Cajamarca – La Conquista de los Españoles y el Fin del Imperio Inca, como elemento atractor de turistas y expresión de la historia.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

ZONA PARA EVENTOS ARTÍSTICOS



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°37

ESPACIO PARA FERIAS ARTESANALES

Algunas de las piezas artesanales del departamento de Cajamarca son los hermosos textiles y prendas de vestir de las provincias de Chota, San Miguel y Contumazá, piezas únicas en cerámica, joyería y tallado en piedra de Cajamarca, y productos en paja toquilla de Celendín.

Fuente: <https://www.losandes.org.pe/artesania-cajamarquina-de-alta-calidad-en-un-solo-lugar/#:~:text=Hermosos%20textiles%20y%20prendas%20de,ubicado%20en%20el%20Complejo%20Qhapac>



VENTA DE ARTESANIAS



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°38

ELEMENTO DE SEGURIDAD

PUERTA ENROLLABLE TIPO MALLA

- Permite la visualización completa de la zona protegida
- Cada puerta es fabricada a la medida hasta 10 m x 10 m
- Protección fiable contra el robo y vandalismo
- Diseño moderno, fuerte y atractivo.
- Las Puertas tipo Malla pueden ser diseñadas para trabajo liviano (mostrador), mediano (locales) y pesado (estacionamientos).

TIENDAS EXTERIORES



Fuente: Elaboración propia

PUESTOS INTERIORES



AL INTERIOR

Fuente: https://www.interempresas.net/FeriaVirtual/Catalogos_y_documento/s/84253/Persianas-Enrollables.pdf



AL EXTERIOR

Fuente: https://www.archiproducts.com/es/productos/sicuriim/persiana-enrollable-reja-de-seguridad-en-acero-reja-de-seguridad_147733

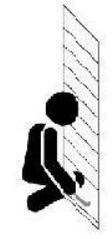


1. Cover (cubierta del rollo)
2. Platos de soporte para cortina (30", 40", 50")
3. Tubos de anclaje (50x90, 90x90, 100x100)
4. Guías RDC
5. Manija
6. Bottom bar (Angulo y Sello de caucho)
7. Pestillos deslizantes
8. Grillas de cortina
9. Stops de carrera
10. Sistema de resortes (tensión spring)

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- CUBIERTA:** Lamina de Acero Galvanizado calibre 24 para proteger la cortina.
GUÍAS: Fabricadas en aluminio extruido
CORTINA DE ALUMINIO TIPO MALLA: Conformada por una serie de tubos y platinas de aluminio.
TIPO DE OPERACIÓN: Manual (Push up)

Fuente: <https://puertaenrollable.com/index.php/puerta-enrollable-grille/>



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°39

ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN NATURAL



En la edificación se integra distintas alturas para generar aberturas y promover la iluminación y ventilación natural de los ambientes interiores.

Fuente: Elaboración propia

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TITULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

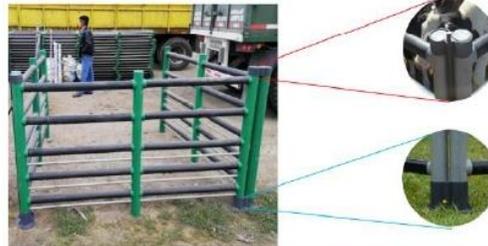
N°40

PANELES PARA ARMADO DE CORRALES PARA MANEJO DE OVINOS, CAPRINOS Y BOVINOS

Los paneles constan de una estructura rectangular fabricada por **TUBOS DE POLIETILENO** con una altura de **1.2 m** de alto, **2.0 m** de largo, formada por 3 pilares de 80mm de diámetro, 5 travesaños de 63mm, 3 travesaños de 22mm de acero galvanizado separados a 5 cm en sus travesaños inferiores y a 15cm los superiores.

Los paneles se unen unos con otros y se sostienen entre ellos por medio de una **ABRAZADERA O CONECTOR** a la cual se le inserta un fierro como medio de fijación al suelo dando forma al modelo de corral que el productor requiera. Tienen la ventaja de **ARMARLOS Y DESARMARLOS**, en cualquier momento, para ser transportados de un campo a otro, de un potrero a otro o dejarlo de manera definitiva.

Fuente: <https://corraleschile.cl/wp-content/uploads/2020/04/Ficha-t%C3%A9cnica-corrales->



Fuente: Elaboración propia

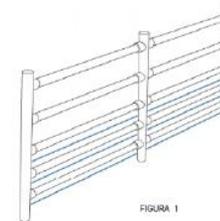


FIGURA 1

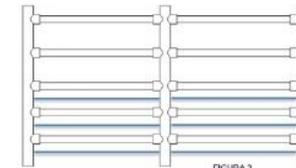


FIGURA 2

Características	Beneficios
Estructura de polietileno de alta y media densidad (HDPE-MDPE)	Los paneles y corrales son completamente resistente al manejo diario y paso constante de los animales tanto ovinos, bovinos (terneros en sistemas lecheros).
Sistema de abrazaderas (uniones) y terminaciones (soldadura)	Las uniones de un panel con otro son por medio de abrazaderas o conectores de 80mm de diámetro y terminaciones por soldadura son de polietileno de alta densidad que contribuye al refuerzo de la estructura, pero sin sumar proporcionalmente peso a la misma.
Fierro para fijación al suelo	Proporciona seguridad evitando que el corral se deslice fijando el corral al suelo evitando que se pueda volcar o tumbar.

Especificaciones	Panel
Peso (kg)	12
Alto	1,2 m
Ancho	80 mm diámetro
Largo	2,0 m
Resistencia	200 Mpa (Kg/cm2)
Fijación al suelo	Fierro de 16mm diámetro 1500 mm largo
Material	Pilares fabricados en polietileno de media densidad color gris o verde por medio de molde rotacional de 80 mm de diámetro. 5 travesaños fabricados en polietileno de alta densidad por extrusión de 63mm diámetro. 3 travesaños de cañería de acero galvanizado de 22 mm. 1 set abrazaderas o conectores para unión de paneles fabricados en polietileno de alta densidad por inyección.

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

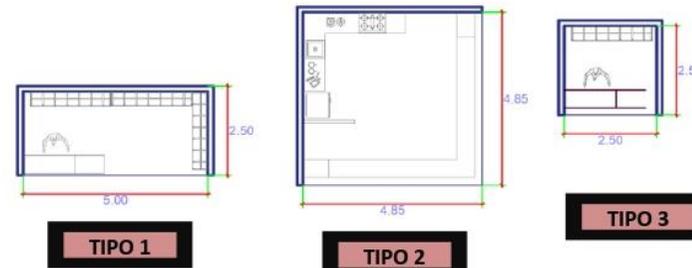
N°41

ZONA COMERCIAL

PUESTOS DE VENTA

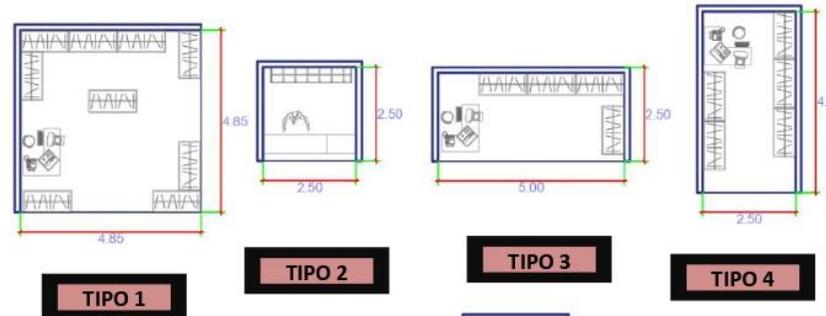
ZONA SEMI-HUMEDA

- VT VERDURAS Y TUBERCULOS
- F FRUTAS
- HL HUEVOS, LACTEOS Y EMBUTIDOS
- C COMIDA
- J JUGOS
- P POSTRES



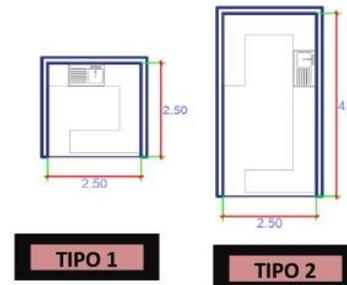
ZONA SECA

- A ABARROTES
- LC LOSA Y CRISTAL
- PD PLASTICOS DIVERSOS
- L LIBRERIA
- Z ZAPATERIA
- MT MEDICINA TRADICIONAL
- R ROPA
- AR ARTICULOS DE REGALO
- D DISCOTIENDA



ZONA HUMEDA

- CR CARNES ROJAS
- CB CARNES BLANCAS
- PM PESCADOS Y MARISCOS



FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA			
TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°42

CRITERIOS DE DISEÑO DEL EQUIPAMIENTO COMERCIAL



INDICADOR
Diseño exterior
PROPUESTA
Tres niveles de percepción
Escala promedio contigua (2 pisos)
Uso de recursos de la zona
Espacios exteriores abiertos con integración de la vegetación.
Tono sobrio para exteriores mientras que, cálido en interior para la socialización
Puertas y elementos de cerramiento traslucidos
Se expresa la identidad del sitio.

INDICADOR
Ambientación
PROPUESTA
Uso de retiros, barreras vegetales y la dotación mayor de ventilación natural para contrarrestar los ruidos molestos
Uso de especies vegetales aromáticas y la dotación de ventilación natural dentro y fuera del establecimiento
Priorización de la ganancia de calor, estudio del asoleamiento, vientos
Los espacios con iluminación natural en mayoría
El cuarto de basura se ubica en la zona de carga y descarga con un acceso independiente, accesible y ventilado.

INDICADOR
Diseño interior
PROPUESTA
Tipo de uso comercial: Mercado
Ambientes
Características de los locales o puestos de venta
Secciones conformes a la zona seca, húmeda y semi-húmeda.
El uso de volúmenes regulares facilita el desarrollo de la función comercial

INDICADOR
Dimensión social
PROPUESTA
Usuarios de una edificación comercial son los siguientes: proveedores, compradores, vendedores, personal administrativo, de mantenimiento, de carga y descarga y los hijos de los vendedores que frecuentan los puestos de venta y permanecen como acompañantes.

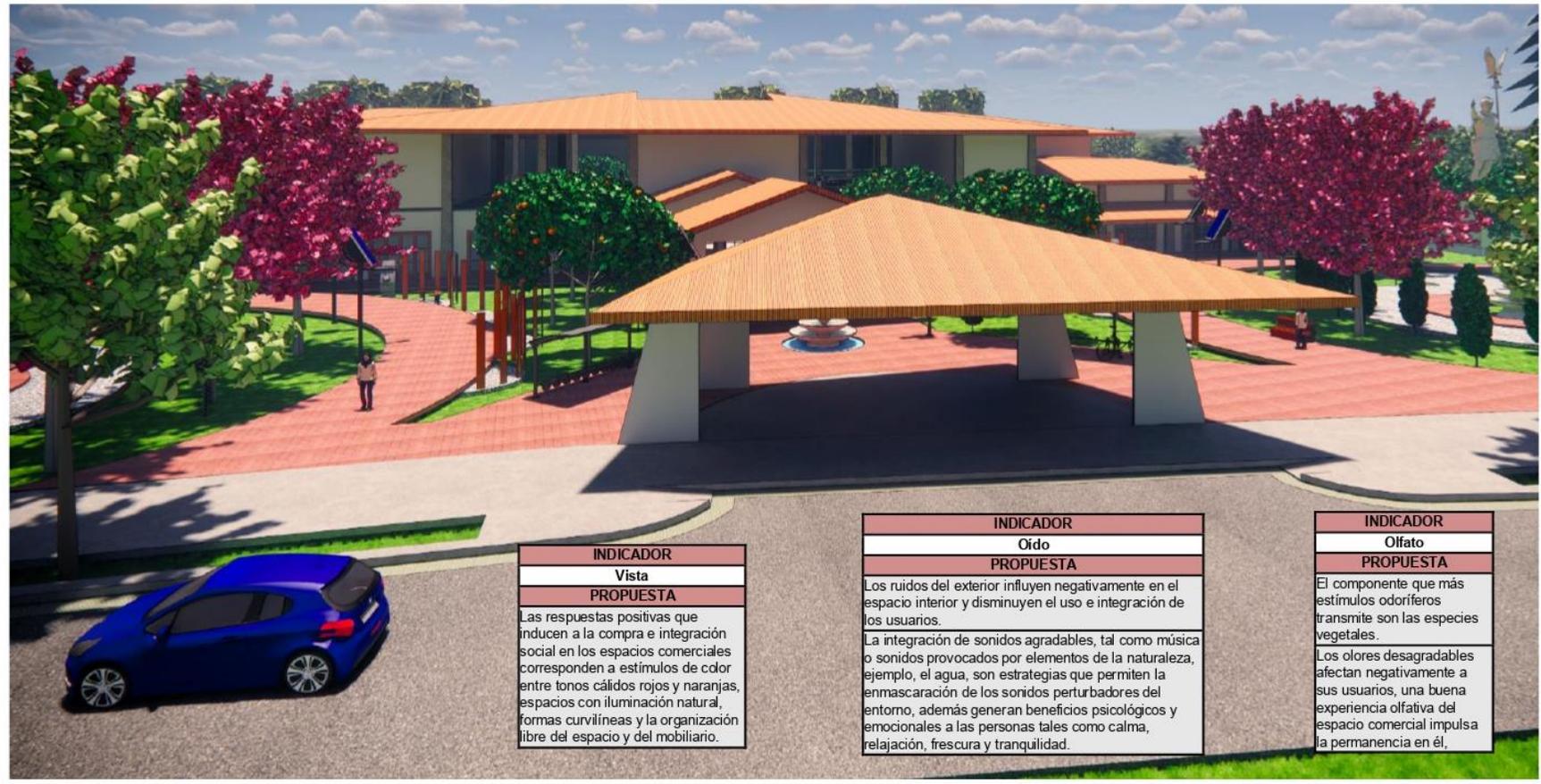
INDICADOR
Integración al entorno
PROPUESTA
Considerar el uso del espacio para usuarios tanto de a pie como en auto, pero la prioridad es siempre para el peatón
Considerar la inclusión de espacios para el ocio, entretenimiento, descanso u otras actividades complementarias al comercio,
El mobiliario debe ser coherente a la función del espacio
Integrar y aprovechar el recurso natural vegetal asegura la preservación ecológica del sitio

FICHA DESCRIPTIVA DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.		
AUTORA	Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Urbanismo Sostenible
ASESOR PRÁCTICO	MsC. Arq. Chávez Prado, Pedro Nicolás	ASESOR TEÓRICO	Mgtr. Arq. Bolaños Surichaqui, Rubén

N°43

LENQUAJE SENSORIAL DEL ESPACIO COMERCIAL



INDICADOR
Vista
PROPUESTA
Las respuestas positivas que inducen a la compra e integración social en los espacios comerciales corresponden a estímulos de color entre tonos cálidos rojos y naranjas, espacios con iluminación natural, formas curvilíneas y la organización libre del espacio y del mobiliario.

INDICADOR
Oído
PROPUESTA
Los ruidos del exterior influyen negativamente en el espacio interior y disminuyen el uso e integración de los usuarios. La integración de sonidos agradables, tal como música o sonidos provocados por elementos de la naturaleza, ejemplo, el agua, son estrategias que permiten la enmascaramiento de los sonidos perturbadores del entorno, además generan beneficios psicológicos y emocionales a las personas tales como calma, relajación, frescura y tranquilidad.

INDICADOR
Olfato
PROPUESTA
El componente que más estímulos odoríferos transmite son las especies vegetales. Los olores desagradables afectan negativamente a sus usuarios, una buena experiencia olfativa del espacio comercial impulsa la permanencia en él.

REFERENCIAS

- Abertawe, D. a S. (2017). Shop Front & Commercial Frontage. *City and Country of Swansea*, 6. <https://democracy.swansea.gov.uk/documents/s25538/Appendix A - Shop Front DG - Final Draft.pdf>
- Aguilar, A. G., Flores, M. A., & Lara, L. F. (2022). Peri-Urbanization and Land Use Fragmentation in Mexico City. Informality, Environmental Deterioration, and Ineffective Urban Policy. *Frontiers in Sustainable Cities*, 4(March), 1-19. <https://doi.org/10.3389/frsc.2022.790474>
- Al, S. (2017). All under one roof: how malls and cities are becoming indistinguishable. *The Guardian*, 1-10. https://www.theguardian.com/cities/2017/mar/16/malls-cities-become-one-and-same?CMP=Share_AndroidApp_Adicionar_no_Pocket
- Alzate, Á. (2009). *Procesos de suburbanización en el área de influencia metropolitana de la Ciudad de Medellín* [Universidad Nacional de Colombia]. <http://www.institutodeestudiosurbanos.info/descargasdocs/eventos/seminarios-de-investigacion-urbano-regional-aciur/memorias-viii-seminario-aciur-2009/mesas-tematicas/metropolizacion-ciudad-y-region/356-procesos-de-suburbanizacion-en-el-area-de-influencia->
- Angulo, M., Quispe, A., & Requena, M. (2019). Migration, self-identification and religion: the students of the Faculty of Letters and Humans Sciences at San Marcos University. *Praxis*, 15(2), 207-221. <https://doi.org/10.21676/23897856.3250>
- Archtoolbox. (2021). Recommended Lighting Levels in Buildings. *Archtoolbox*, 1-12. <https://www.archtoolbox.com/recommended-lighting-levels/>
- Ardilla, E. (2020). Justicia comunitaria y sociedad nacional. *Just governance group*. <https://cejamericas.org/wp-content/uploads/2020/09/135justiciacomunitariaysociedadnacional.pdf>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado* (Universidad Internacional del Ecuador (ed.)). [https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.pdf](https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA_INVESTIGACIÓN_CIENTÍFICA.pdf)

- Arteaga, R. (2017). Cuadernos Urbanos Acerca del proceso de reconstrucción nacional. *Cuadernos Urbanos*, 3, 1-97. <https://www.cenca.org.pe/wp-content/uploads/2017/06/Cuadernos-Urbanos-NOVIEMBRE-2017-FINAL.pdf>
- Baca, O. (2016). El Emplazamiento como Estrategia Proyectual. *Revista planta* 9, 3(Emplazamiento), 12. <http://www.usat.edu.pe/revistas-arquitectura/planta-9/volumen-01/03-el-emplazamiento-como-estrategia-proyectual/>
- Baker, J. (1986). The role of the environment in marketing services: the consumer perspective. *The role of the environment in marketing services: The consumer perspective*, January 1986, 79-89. <https://www.researchgate.net/publication/313085224>
- Banco Mundial. (2019). *Comercio*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview#1>
- Barreto, M., & Abildgaard, E. (2016). Fragmentación social del espacio urbano residencial. El caso del gran residencia (Argentina). *Actas XX Congreso Arquisur*, 011, 1-12. https://repositorio.unne.edu.ar/bitstream/handle/123456789/27702/RIUNNE_FAU_AC_Barreto-Abildgaard.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barreto, M., Abildgaard, E., Depettris, M., & Puntel, M. (2016). Unidades espaciales residenciales homogéneas como factor de fragmentación social. *Conociendo de la Universidad Nacional del Nordeste*, 311-320. https://repositorio.unne.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1444/RIUNNE_AC_Barreto_MA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bautista, G. (2006). *Centro Comercial Municipal Malacatán, San Marcos*. [Universidad de San Carlos de Guatemala]. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1616.pdf
- Beiró, M. G., Bravo, L., Caro, D., Cattuto, C., Ferres, L., & Graells-Garrido, E. (2018). Shopping mall attraction and social mixing at a city scale. *EPJ Data Science*, 7(1), 1-20. <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-018-0157-5>
- Belkayali, N., & Ayan, E. (2017). Effect of Smell in Historical Environments. *SciencePark Research, Organization & Counseling. All*, 4(11), 297-306. <https://doi.org/10.18844/prosoc.v4i11.2885>
- Beyard, M., Beth, M., Kramer, A., Pawlukiewicz, M., & Bach, A. (2006). *Ten principles for rethinking the mall*. ULI—the Urban Land Institute.

- https://uli.org/wp-content/uploads/ULI-Documents/Tp_MAll.ashx_.pdf
- Billottet, C. (2020). Architecture Nose. Towards multisensory architecture, an exploration of the sense of smell. *Technische Universiteit Delft*, 2. <https://repository.tudelft.nl/islandora/object/uuid:0e744232-be26-40cb-aec9-75e75cf6aa7a/datastream/OBJ2/download>
- Blazquez, M., Boardman, R., & Xu, L. (2019). International flagship stores: An exploration of store atmospherics and their influence on purchase behaviour. *International Journal of Business and Globalisation*, 22(1), 110-126. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2019.097392>
- Boccolini, S. (2018). Land-use regulation in Córdoba. Towards a sustainable and inclusive city? *Urbe*, 10, 96-117. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.010.supl1.a006>
- Bruel & Kjaer. (2000). Ruido Ambiental. *Brüel & Kjær Sound & Vibration Measurement A/S*, 35. http://www.meteogalicia.gal/datosred/infoweb/meteo/docs/ruido/Informe-Ruido_Amb_es.pdf
- Cabrera, J. E., Escobar, A., & Ugarte, M. (2019). Cochabamba in fragments: an approach to the gated communities phenomenon. *Investigacion & Desarrollo*, 19(2), 83-108. <https://doi.org/10.23881/idupbo.019.2-6e>
- Calderon, R. (2019). La Fragmentación Territorial Y El Desarrollo De Las Regiones Del Perú [Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. En *Repositorio de la Universidad Nacional San Agustín*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9999/CHM cavira.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón, R. A., Asillo, F. N., & Calderón, E. F. (2020). Nivel de relación de la fragmentación territorial con el desarrollo de las regiones del Perú. *Revista Ceprosimad*, 08, 67-83. <https://journal.ceprosimad.com/index.php/ceprosimad/article/download/105/111/1/>
- Calvo, A. (2018). Escaparatismo y diseño de espacios comerciales. *Síntesi*, 1, 20. <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491711209.pdf>
- Camacho, M. (2017). Regeneración de la fragmentación de la forma urbana. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, 10(21).

- <https://www.redalyc.org/journal/4779/477948279042/html/>
- Capron, G., & Esquivel, M. (2016). The Urban Enclave, a Spatio–Temporal Logic of the Urbanized Periphery: Effects on Residential Segregation and Urban Fragmentation. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25(2), 127-150. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.54720>.
- Cara, L., & López, C. (2017). Seguridad urbana y prevención del crimen: estrategias urbanas y arquitectónicas en el Centro Histórico de Quito. *CienciAmérica*, 6(3), 6. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6163714.pdf>
- Cazau, P. (2004). Categorización y operacionalización. *Universidad Pedagógica de Durango*, 3, 5-12. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2880797.pdf>
- Centro de Escritura Javeriano. (2020). *Normas APA. Séptima edición*. Pontificia Universidad Javeriana Seccional Cal. <https://www2.javerianacali.edu.co/centro-escritura/recursos/manual-de-normas-apa-septima-edicion#gsc.tab=0>
- Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. (2010). Gestión Pública Iberoamericana para el siglo XXI. *XL Reunión Ordinaria del Consejo Directivo del CLAD*, 23. <https://clad.org/wp-content/uploads/2020/07/Gestion-Publica-Iberoamericana-para-el-siglo-XXI.pdf>
- Chee, Y. (2013). Community Heritage Series II: Wet Markets. *National Heritage Board's*, 2, 19. https://www.nhb.gov.sg/~media/nhb/files/resources/publications/ebooks/nhb_ebook_wet_markets.pdf
- Chiriboga, J. (2019). *La función y la forma en la arquitectura*. Arkilínea. <http://arkilineacolombia.blogspot.com/2016/12/la-funcion-y-la-forma-en-la-arquitectura.html>
- Choque, D., & Hinojosa, H. (2018). Rediseño y revitalización del Mercado Bellavista - Puno [Universidad Nacional del Altiplano]. En *Universidad Nacional del Altiplano*. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/9969>
- Contreras, Y., Castillo, O., & Sanchez, A. (2018). Manifestaciones de Fragmentación Urbana vinculadas a Urbanizaciones Cerradas: el caso del Municipio Metropolitano de Zinacantepec, Estado de México, 1990-2012. *Revista de Urbanismo*, 39, 1-15.

- <https://revistaurbanismo.uchile.cl/index.php/RU/article/download/51288/54493/>
- Cookson, M. D., & Stirk, P. (2019). Step 2: Formulate Findings and Recommendations. *USAID*, 20-22. <https://assessment-action.net/assessment-phases/analyze/formulate-recommendations/>
- Cordero, J. (2010). Fragmentación social en Irapuato, Guanajuato. *INVESTIGACIÓN*, 20-35. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6308052>
- Costa, M., Frumento, S., Nese, M., & Predieri, I. (2018). Interior Color and Psychological Functioning in a University Residence Hall. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01580>
- Czerny, M., & Czerny, A. (2020). La ciudad hispanoamericana fragmentada versus su sostenibilidad. *Dialnet*, 23(54), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7837156.pdf>
- DB-City. (2018). *Jorge Chavez, Celendin, Cajamarca, Perú - Ciudades y pueblos del mundo*. <https://es.db-city.com/Perú--Cajamarca--Celendin--Jorge-Chavez>
- De la Rosa, K. (2018). Interiores comerciales: Espacio y Luz. Estudio de las Tiendas Camper. *RIUNET*. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/112350/Rosa-Interiores-Comerciales%3A-Espacio-y-Luz-Estudio-de-las-Tiendas-Camper.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dębowska, D. (2017). Light in Architecture as an Inspired Theme. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 245(4). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/245/4/042038>
- Defensoría del Pueblo. (2006). *El reconocimiento estatal de las rondas campesinas* (2.^a ed.). http://www.defensoria.gob.pe/modules/Downloads/informes/varios/2005/rondas_campesinas.pdf
- Di Carlo, F., Giancotti, A., & Reale, L. (2020). Re-inventing water-ground relations in landscape architecture projects. *Sustainability*, 12(24), 1-21. <https://doi.org/10.3390/su122410358>
- Díaz, B. (2019). *Arquitectura y sonido*. [Universidad Politécnica]. https://oa.upm.es/54139/1/TFG_Diaz_Gallardo_Barbara.pdf
- Díaz, Y., & Forero, G. (2006). Exclusión racial en las urbes de la costa caribe

- colombiana. *Serie Documentos IEEC*, 25.
<https://www.uninorte.edu.co/documents/71261/0/25+IEEC/4b37480d-31db-4baa-8855-cf8fc9f3bdf7>
- Dirección de Investigación del Gobierno de México. (2017). Aspectos éticos en la atención médica. *INC Gobierno de México*, 1.
<http://incmnsz.mx/opencms/contenido/investigacion/comiteEtica/eticaatencionmedica.html>
- Dokmeci, P., & Kang, J. (2016). Analysing Sound Environment and Architectural Characteristics of Libraries through Indoor Soundscape Framework. *PAN*, 41(2), 203-212. <https://doi.org/10.1515/aoa-2016-0020>
- Dorier, É., & Dario, J. (2018). Gated communities in Marseille, urban fragmentation becoming the norm? *Espace Geographique*, 47(4), 323-345.
<https://doi.org/10.3917/eg.474.0323>
- Dubai Multi Commodities Centre. (2020). Retail design guidelines. *TRADE*, 38.
https://www.dmcc.ae/application/files/2816/1287/5442/2020_EDITION_DMCC_Retail_Design_Guidelines.pdf
- Ecotec. (2019). Componentes del Merchandising de Presentación. *ECOTEC*, 1, 41.
https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2019A1_MKT390_01_109699.pdf
- Norma Técnica. Arquitectura A.070. Comercio, 16 (2021).
<https://ici.edu.pe/brochure/normas/Norma-A.070-Comercio-Ingesoft.pdf>
- El Tingo. (2020). Distrito de Jorge Chavez. *Boletín Informativo Cultural La Voz Del Tingo*. <https://tingo.webnode.es/distrito-de-jorge-chavez/>
- Erazo, M. (2011). Rigor científico en las prácticas de investigación cualitativa. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 42, 107-136.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162011000100004
- Ercakmak, U., & Dokmeci, N. (2019). Comparing Turkish and European Noise Management and Soundscape Policies: A Proposal of Indoor Soundscape Integration to Architectural Design and Application. *Acoustics*, 1, 847-865.
<https://doi.org/10.3390/acoustics1040051>
- Escolano, S., López, C., & Pueyo, Á. (2018). Urbanismo neoliberal y fragmentación urbana: el caso de Zaragoza (España) en los primeros quince años del siglo

- XXI. *EURE*, 44(132), 183-210.
<https://www.eure.cl/index.php/eure/article/download/2271/1086>
- Espinosa, E. (2019). *Suburbanización y fragmentación espacial: El pueblo de San Buenaventura en la Zona Metropolitana del Valle de Toluca* [Universidad Autónoma del Estado de México]. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/104864>
- Espinoza, E. (2020). El plagio. Un flagelo en el ámbito académico ecuatoriano. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 407-415.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-407.pdf>
- Esquivias, P. (2017). *Daylighting designed through Architecture, Climate-based luminous and thermal analysis of some daylight-related architectural features Summary*. <https://core.ac.uk/download/pdf/157755786.pdf>
- Fernández, C., & Almohalla, E. (2017). Arquitectura Sensorial. La atmosfera del espacio comercial [Universidad Politécnica de Madrid]. En *Boden* (Número 13). [http://oa.upm.es/47274/1/TFG_Fernandez-Espina_CELIA .pdf](http://oa.upm.es/47274/1/TFG_Fernandez-Espina_CELIA.pdf)
- Flores, E., & Plenge, K. (2020). *Centros comerciales en el Perú en el 2019* [Universidad de Piura]. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4902/MDE_2030.pdf?sequence=2
- Franco, B. (2016). Variables climatológicas y los elementos constructivos y paisajísticos. *Columbia*. <https://www.columbia.edu.py/presencial/arquitectura/revista-cientifica/articulos-de-investigacion/224-variables-climatologicas-y-los-elementos-constructivos-y-paisajisticos>
- Freemark, Y., Steil, J., & Thelen, K. (2020). Varieties of Urbanism: A Comparative View of Inequality and the Dual Dimensions of Metropolitan Fragmentation. *Politics and Society*, 48(2), 235-274.
<https://doi.org/10.1177/0032329220908966>
- García, J., & Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Informacion Tecnologica*, 31(6), 159-170.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- Giovannoni, G. (2021). Urban containment planning: Is it effective? The case of Portland, OR. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22).

- <https://doi.org/10.3390/su132212925>
- Giraldo, T., & Vásquez, L. (2019). Caracterización de las tramas urbanas de la ciudad de Manizales, Colombia (1849-2017). *Revista de Arquitectura*, 22(1). <https://doi.org/10.14718/REVARQ.2020.2669>
- Gobierno Regional de Cajamarca. (2011). *Zonificación ecológica y económica territorial del departamento de Cajamarca*. <https://zeeot.regioncajamarca.gob.pe/sites/default/files/ResumenZEE2daEdicion.pdf>
- Gómez, I. (2017). *Marketing olfativo: de la emoción a la decisión* [Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24106/TFG-N.649.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez, L. (2021). The reconfiguration of urban public–private spaces in the mall: False security, antidemocratization, and apoliticalization. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22). <https://doi.org/10.3390/su132212447>
- González, E. (2020, junio 15). *Arquitectura comercial y diseño comercial: ¿en qué se diferencian?* | *ESDESIGN*. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-espacios/arquitectura-comercial-y-diseno-comercial-en-que-se-diferencian>
- González, S. (2019). *Arquitectura sonora en espacios públicos abiertos en la ciudad de Bogotá*. [Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/43466>
- Gryczyńska, B. (2019). The power of greenery in malls. *ACROSS, The European Placemaking Magazine*, 24-26. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1258985/FULLTEXT01.pdf>
- Hernández, F. (2012). *Arquitectura Comercial*. *Investigacion, Seminario D E*, 5-81. <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2012/28815.pdf>
- Hernández, J. (2018). *Estrategias de diseño bioclimático enfocado en el confort térmico* [Universidad Católica de Colombia]. [https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/18383/1/ESTRATEGIAS DE DISEÑO BIOCLIMATICO ENFOCADO EN EL CONFORT TERMICO_JUAN JOSE HERNANDEZ.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/18383/1/ESTRATEGIAS_DE_DISEÑO_BIOCLIMATICO_ENFOCADO_EN_EL_CONFORT_TERMICO_JUAN_JOSE_HERNANDEZ.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES

- (ed.)). <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hovsepyan, D. (2018). Entry of External Shopping Centers: What happens to the revenues of firms located in the City Center? *Degree Project in Technology and Economics*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1258985/FULLTEXT01.pdf>
- Huaripata, S. (2018). *Evaluación del potencial turístico como alternativa de desarrollo económico en la provincia de Celendin, región de Cajamarca - 2017*. [Universidad Nacional de Cajamarca]. https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2517/TESIS_FINAL_SONIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ignou. (2020). Store layout and design. *The people's university*, 83-116. <https://www.egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/15035/1/Unit-4.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). *Cajamarca. Compendio Estadístico*. 2017. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1492/libro.pdf
- Jang, J. Y., Baek, E., Yoon, S. Y., & Choo, H. J. (2018). Store design: Visual complexity and consumer responses. *International Journal of Design*, 12(2), 105-118. <http://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/download/2934/812>
- Jiménez, G., & Caro, F. (2006). La arquitectura comercial como soporte para la creación de identidad en el sector de la moda. *Profesores universitarios de creatividad publicitaria*, 3, 235-244. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29081/tripodosextra3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jirón, P., & Mansilla, P. (2014). Las consecuencias del urbanismo fragmentador en la vida cotidiana de habitantes de la ciudad de Santiago de Chile. *Eure*, 40(121), 5-27. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612014000300001>
- Kaheneko, O. (2021). Research on Application of Natural Light in Modern Architecture Design. *The International Journal of Science & Technoledge*, 9(2). <https://doi.org/10.24940/theijst/2021/v9/i2/st2102-013>
- Kang, J. (2020). Acoustics and Sustainability: A Built Environment Perspective. *The International Journal of Acoustics and Vibration*, 25(3), 292-292.

- <https://doi.org/10.20855/ijav.2020.25.3e97>
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/20.500.11818/559/1/INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.pdf](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/20.500.11818/559/1/INTRODUCCIÓN_A_LA_INVESTIGACIÓN_CUALITATIVA.pdf)
- Klemm, W., Lenzholzer, S., & Van Den Brink, A. (2017). Developing green infrastructure design guidelines for urban climate adaptation. *Journal of Landscape Architecture*, 12(3), 60-71. <https://doi.org/10.1080/18626033.2017.1425320>
- Kohama, R. (2020). *Los espacios públicos de los Centros Comerciales y la actividad de esparcimiento en la Ciudad de Huánuco, 2019*. [Universidad Nacional Federico Villarreal]. http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/4979/KOHAMA_ARESTEGUI_ROSA_AMELIA_MAESTRIA_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kozak, D. (2018). Revisitando el debate sobre la fragmentación urbana. Una década y media después de “Splintering Urbanism”. *Revista Iberoamericana de Urbanismo*, 14, 15-22. <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/130389#.Xj2HNmr6L-l.mendeley>
- Larrea, H. (2018). Experiencias y material. Sensaciones en la Arquitectura. *TFG*, 6. https://oa.upm.es/51856/1/TFG_Larrea_Sanchez_Hadaop.pdf
- León-León, E. (2020). Social distancing a problematic in times of COVID-19. *Transfusion Medicine*, 6(1), 203-2018. <https://doi.org/10.1111/tme.12688>
- Lorite, S. (2015). Asesoría Visual Merchandising. En *Squadra*. [https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14072/PRESENT_ASESORÍA SILVIA LORITE CLUSTER_CAMARA COMERCIO_2015_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14072/PRESENT_ASESORÍA_SILVIA_LORITE_CLUSTER_CAMARA_COMERCIO_2015_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Luna, K. (2017). *Diseño arquitectónico del Centro Comercial Asociación de Comerciantes 24 de Mayo «La Bahía» de la Ciudad de Catamayo Provincia de Loja con características bioclimáticas*. [Universidad Internacional del Ecuador]. blob:<https://documentcloud.adobe.com/e43c7f4f-2886-43b7-9e3b-c08af5e25cdf>
- Madrigal, J., Cabello, J., Sagastume, A., & Balbis, M. (2018). Evaluation of air conditioning in commercial buildings, integrating thermography techniques, simulation and modeling by finite elements. *Informacion Tecnologica*, 29(4),

- 179-189. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642018000400179>
- Marcelo, D. (2019). Criterios de confort acústico pasivos para diseñar un Centro de Atención Integral y Refugio de animales domésticos en estado de abandono y calle de la Provincia de Trujillo, La Libertad. [Universidad Privada del Norte]. En *Arquitectura y Urbanismo AU*. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21797/Marcelo Rodríguez Deiver Alexander.pdf?sequence=1](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21797/MarceloRodríguezDeiverAlexander.pdf?sequence=1)
- Marín, A., Hernández, E., & Flores, J. (2016). Metodología para el análisis de datos cualitativos en investigaciones orientadas al aprovechamiento de fuentes renovables de energía. *KOINONIA. Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Educación, Turismo, Ciencias Sociales y Económica, Ciencias del Agro y Mar y Ciencias Exactas y aplicadas*, 1, 16. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7062638.pdf>
- Martínez, L. (2018). *Arquitectura comercial como detonante de la Revitalización Urbana*. [Universidad Católica de Colombia]. [https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/19903/1/Arquitectura comercial como detonante de la Revitalización.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/19903/1/Arquitectura%20comercial%20como%20detonante%20de%20la%20Revitalizaci%C3%B3n.pdf)
- Mata-Codesal, D. (2018). The smell of the migrant body in the deodorized city. Olfactory symbolism in social classification processes. *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana*, 13(1), 23-43. <https://doi.org/10.11156/aibr.130103>
- Matossian, B. (2016). Urban Fragmentation and neighborhood associations in San de Bariloche City, Patagonia - Argentina (1983-2015). *Geography Papers*, 62. [http://dx.doi.org/10.6018/geografia/2016/240661%0AISSN:](http://dx.doi.org/10.6018/geografia/2016/240661%0AISSN)
- Medina, F. (2006). Espacios comerciales. Fichas de análisis. *Iconofacto*, 105-128. <http://search.proquest.com/openview/5e0cd0037196f83ea4df2844ca382e5c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1666339>
- MeteoCast. (2021). *Pronóstico del tiempo para Celendín*. <https://es.meteocast.net/forecast/pe/celendin/>
- Meza, J. (2017). Mercado modelo en el distrito de Carabayllo [Universidad Ricardo Palma]. En *Universidad Ricardo Palma*. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/2772>
- Ministerio de la Producción. (2021). *Norma Técnica para el diseño de mercados de*

abastos

minoristas.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1733743/NORMA TECNICA
Diseño de Mercados de Abastos Minoristas.pdf.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1733743/NORMA_TECNICA_Diseño_de_Mercados_de_Abastos_Minoristas.pdf.pdf)

- Ministerio de Trabajo y Economía Social del Gobierno de España. (2021). *Condiciones ambientales*. Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo. <https://www.insst.es/condiciones-ambientales>
- Miranda, C. (2018). El espacio público como eje de la seguridad: transformaciones urbanas y políticas públicas. *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo*. <https://doi.org/10.5821/siiu.9093>
- Mohamed, S. A., Harun, N. Z., & Abdullah, A. (2018). Urban morphological analysis framework for conservation planning and management. *Planning Malaysia*, 16(1), 360-371. <https://doi.org/10.21837/pmjournal.v16.i5.438>
- Molina, P. (2018). *Rediseño arquitectónico del Mercado Central de la ciudad Machala, Provincia de El oro*. [Universidad Internacional del Ecuador - Loja]. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2670/3/T-UIDE-0720.pdf>
- Montoya, C., & Boyero, M. (2016). The Human Resource Management As a Key Element and Quality Competitiveness Organizacional. *Redalyc*, 20(16), 20. http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/URLdelDocumento:http://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=422&Itemid=90
- Morales, E. (2015). Conceptuación y desarrollo del diseño sensorial desde la percepción táctil y háptica. *RIUNET*, 1, 213. [https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/53027/MORALES -
Conceptuación y desarrollo del diseño sensorial desde la percepción táctil y háptica..pdf?sequence=1](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/53027/MORALES_Conceptuación_y_desarrollo_del_diseño_sensorial_desde_la_percepción_táctil_y_háptica..pdf?sequence=1)
- Moreno, E. (2017, agosto 26). *Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis.: DEFINICIÓN DEL MARCO HISTÓRICO*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2017/08/elaboracion-del-marco-historico.html>
- Moreno, I. (2019). Spatial fragmentation and self-organisation: a negative relationship in Brazilian metropolises. *Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 11, 1-15. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20180002>
- Moreno, M. (2017). *Análisis de los beneficios económicos y sociales percibidos con la puesta en marcha de Cacique el Centro Comercial y de Negocios P.H. en*

- Bucaramanga y su área metropolitana*. [Universidad de Colombia]. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11725/Martha_Moreno_Rincon_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Municipalidad Provincial de Celendín. (2020). José Gálvez. Municipalidad Provincial de Celendín. <http://municelendin.gob.pe/jose-galvez/>
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación* (Aguilar, L). Oxford University Press. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/56-Metodologia-de-la-investigacion-Carlos-I.-Munoz-Rocha.pdf>
- Muzquiz, M. (2017). La Experiencia Sensorial De La Arquitectura. *Etsam*, 1-25. https://oa.upm.es/47578/1/TFG_Muzquiz_Ferrer_Mercedes.pdf
- Nakato, S. (2012). *Retail store design and customer satisfaction of selected supermarkets in Kampala district Uganda* [College of Higher Degree and Research Kampala International University Kampala, Uganda]. https://ir.kiu.ac.ug/bitstream/20.500.12306/6563/1/Nakato_Sarah.pdf
- National Endowment for the Arts. (2002). *Sprawl and public space: redressing the mall* (David J. S). <http://opac.ub.uni-weimar.de/DB=1/PPNSET?PPN=353041580>
- NEUBAU Market Stall Architecture. (2021). Cambridge Market Square Concept Design. *LDA Design*, 3, 102. <https://www.cambridge.gov.uk/media/9423/market-square-project-concept-design-report.pdf>
- Nicomedes, E. (2014). Tipos de investigación. *CORE*, 1-4. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=gskIDR8AAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=gskIDR8AAAAAJ:738O_yMBCRsC
- Olaya, A. (2010). *El impacto de la arquitectura del comercio urbano. Los diferentes formatos arquitectónicos de venta al detalle y su repercusión medioambiental*. [Universidad Politécnica de Cataluña]. <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/31839/TAOC1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olazábal, L. (2020). Color study of the building of the faculty of architecture, urbanism and arts of the National University of Engineering. *Devenir*, 7(14), 113-136. <https://doi.org/10.21754/devenir.v7i14.774>

- Orrillo, J. (2010). *Elementos del patrimonio cultural. Potencialidades. Proceso ZEE* - OT, 2010. <https://zeeot.regioncajamarca.gob.pe/sites/default/files/ElemenPatrimCultural.pdf>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling techniques on a population study. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Padilla, R., & Luna, B. (2015). La autonomía de las instituciones gubernamentales. *Electoral Nacional*. http://www.cutonala.udg.mx/sites/default/files/la_gaceta_la_autonomia_de_la_s_instituciones_gubernamentales_v020215.pdf
- Palomares, R. (2011). Merchandising. Teoría, practica y estrategia. *ESIC*, 2. https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/53-Merchandising_-Teoria-practica-Ricardo-Palomares-Borja.pdf
- Parra, M., & Briceño, I. (2013). Aspectos éticos en la investigación cualitativa. *Efermería Neurológica*, 12(3), 118-121. <https://www.medigraphic.com/pdfs/enfneu/ene-2013/ene133b.pdf>
- Parussini, A. (2012). El proceso de suburbanización del cordón oeste metropolitano de Rosario. Ideas de ciudad. *Cuaderno Urbano*, 12(12), 115. <https://doi.org/10.30972/crn.1212561>
- Philippe, M. (2011). *Prospectiva estrategica para las empresas y los territorios*. UNESCO. https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/la-prospectiva-estrategica-para-las-empresas-y-los-territorios/
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (2017). *Patrimonio natural - Distrito Jorge Chávez*. http://atlascajamarca.pe/mapas/distrito/060305/060305_pa_natural/index.html
- Quintero, V., & Díaz, G. (2013). *El espacio público e integración de rótulos y fachadas en el espacio comercial de la carrera Junín* [Universidad Pontificia Bolivariana]. [https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1485/el_espacio público y la integración de los rótulos y fachada.pdf?sequence=1](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/1485/el_espacio_p%C3%BAblico_y_la_integraci%C3%B3n_de_los_r%C3%B3tulos_y_fachada.pdf?sequence=1)
- Quispe, I. (2021). El análisis de usuario . *Arcux*. <https://arcux.net/blog/el-analisis-de-usuario/>

- Rao, F., Dovey, K., & Pafka, E. (2017). Towards a genealogy of urban shopping: types, adaptations and resilience. *Journal of Urban Design*, 23(4), 544-557. <https://doi.org/10.1080/13574809.2017.1405726>
- Riveros, M. (2016). *Impacto del mall en el empleo y la ciudad. Caso de estudio Mall Plaza del Trebol, Talcahuano*. [Universidad de Chile]. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/143307/impacto-del-mall.pdf?sequence=1>
- Rockwool. (2018). *Siete ejemplos de arquitectura saludable a nivel acústico - Rehabilitaciones y reformas*. <https://www.interempresas.net/Rehabilitacion/Articulos/216349-Siete-ejemplos-de-arquitectura-saludable-a-nivel-acustico.html>
- Rodríguez, F. (2015). Ruido ambiental, comunicación y normatividad en la ciudad de México. *Ruido ambiental, comunicación y normatividad en la ciudad de México*, 19(91), 19-22. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199541387021.pdf>
- Rodríguez, L. (2016). La fragmentación de lo público en la ciudad: organización socioespacial, marco institucional y sociabilidad urbana. *Debates en sociología*, 1(43), 129-155. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/download/19721/19795/>
- Rojas, G. (2020). *Estrategias de integración al entorno urbano en el diseño de espacios de arquitectura para ventas al por menor en La Esperanza, La Libertad, Perú, 2020*. [Universidad Privada del Norte]. [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25606/Rojas Segura%20Geraldine Astrid_Total.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25606/Rojas%20Segura%20Geraldine%20Astrid_Total.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Rojas, N., Laban, A., & Quispe, P. (2020). *El crecimiento urbano de la periferia: El caso de Cerro San Cosme* [Universidad de las Ciencias y Artes de América Latina - UCAL]. [https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/320/Crecimiento o urbano periferia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12637/320/Crecimiento%20urbano%20periferia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sage, R. (2016). *The architecture of light*. *Conceptnine*. [blob:https://pdfroom.com/574efb82-3504-460e-9224-41d3ae197976](https://pdfroom.com/574efb82-3504-460e-9224-41d3ae197976)
- Sánchez, C. (2017). *Diseño de un espacio comercial* [Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/25175/TFG-P->

608.pdf?sequence=1

- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. En *Universidad Ricardo Palma*. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>
- Santa-Cruz, W. (2018). Territorios Fragmentados. El caso de la Costa Verde. [Universidad Católica del Perú]. En *Pontificia Universidad Católica del Perú*. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13649>
- Schumacher, U., & Deilmann, C. (2019). Comparison of urban fragmentation in European cities: spatial analysis based on open geodata. *Europa Regional*, 1, 32-48. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-63917-1>
- Sheng, N., Tang, U. W., & Grydehøj, A. (2017). Urban morphology and urban fragmentation in Macau, china: Island city development in the pearl river delta megacity region. *Island Studies Journal*, 12(2), 199-212. <https://doi.org/10.24043/isj.25>
- Sinticala, R., & Paye, L. (2019). *Proyecto Arquitectonico del Centro Comercial Norte Alto Puno*. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/11196>
- Sitti-issara, W. (2020). Applying Aesthetics from Food Aroma to Architecture. *Schauraum*, 1, 3-6. <https://www.researchgate.net/publication/345395060%0AAppling>
- Spence, C. (2020). Senses of place : architectural design for the multisensory mind. *Spence Cognitive Research: Principles and Implications*, 4. <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00243-4>
- Sposito, E., & Sposito, M. (2020). Sociospacial Fragmentation. *Mercator*, 19(6), 1-12. <https://doi.org/10.4215/rm2020.e19015>
- Suárez, M. (2007). The pedagogical knowledge of the professors of the Universidad de Los Andes Táchira and its implications in teaching. *Universitat Rovira I Virgili*, 645-654. <https://tdx.cat/handle/10803/8922>
- Surbhi, S. (2020). Difference Between Summary and Conclusion. *Key Differences*, 1-15. <https://keydifferences.com/difference-between-summary-and-conclusion.html>
- Teller, J. (2021). Regulating urban densification: what factors should be used? *Buildings & Cities*, 2, 302-317. <https://doi.org/10.5334/bc.123>
- Tracey, J. (2003). Planning and designing RURAL MARKETS. *FOOD AND*

- AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, 4.
[https://www.betuco.be/marketing/Marketing Extension Guide - Planning and designing Rural markets FAO.pdf](https://www.betuco.be/marketing/Marketing_Extension_Guide_-_Planning_and_designing_Rural_markets_FAO.pdf)
- Universidad del Sur. (2021). *Técnicas de Investigación Educativa G38*.
<https://sites.google.com/site/tecnicasdeinvestigaciond38/home>
- Valles, M. (1999). *Técnicas Cualitativas de Investigación Social*. Cultura Libre.
- Vargas, M. (2016). *Modelo de Análisis sistémico de crecimiento entrópico para la gestión del suelo urbano en la Ciudad de Casma*. [Universidad Privada Antenor Orrego].
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2911/1/REP_MAEST.A_RQ_MARIO.VARGAS_MODELO.ANÁLISIS.SISTÉMICO.CRECIMIENTO.EN_TRÓPICO.GESTIÓN.SUELO.URBANO.CASMA.pdf
- Varini, C. (2020). Cum Grano Salis. *Leiden Journal of International Law*, 11(1), 113.
<https://doi.org/10.1017/S0922156598000016>
- Vera, O., & Vera, F. (2013). Evaluation of the socioeconomic status : presentation of a scale adapted in a population from Lambayeque. *Revista Cuerpo Médico*, 6(1), 41. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4262712.pdf>
- Verbeek, T., & Tempels, B. (2016). Measuring fragmentation of open space in urbanised flanders: An evaluation of four methods. *Belgeo*, 2.
<https://doi.org/10.4000/belgeo.17164>
- Vidal, R. (1997). *Metropolis en recomposicion: Elementos para una teoría de la fragmentacion urbana*. 1-15.
<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal6/Geografiasocioeconomica/Geografiaurbana/254.pdf>
- Vilela, M., & Moschella, P. (2017). Landscape and urban expansion on natural spaces in intermediate cities. The case of Purrumpampa in Huamachuco, La Libertad, Peru. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, 46(3), 529-550.
<https://doi.org/10.4000/bifea.9003>
- Villar, M. (2017). Fifteenth Congress of the Republic of the Philippines first. *SENATE*, 1, 1-19. <https://legacy.senate.gov.ph/lisdata/88517393!.pdf>
- Villegas, R. (2020). *Instrumentos espaciales del comercio ambulatorio y permeabilidad espacial aplicados en el diseño del Centro Comercial Especializado para comerciantes informales en el distrito de Trujillo*.

- [Universidad Privada del Norte].
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27450/Villegas Roman%20Robinson Franklin.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27450/Villegas%20Roman%20Robinson%20Franklin.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Villena, M., & Cangalaza, S. (2017). *Centro Comercial y de Entretenimiento en San Juan de Lurigancho* [Universidad Ricardo Palma].
 blob:<https://documentcloud.adobe.com/4a071eb3-2caa-4ef6-b9a5-207bbf01bf0a>
- Viorato, N., & Reyes, V. (2019). La ética en la investigación cualitativa. *CuidArte*, 8(16), 35-43. <http://dx.doi.org/10.22201/fesi.23958979e.2019.8.16.70389>
- Wang, J., & Norbäck, D. (2021). Home environment and noise disturbance in a national sample of multi-family buildings in Sweden-associations with medical symptoms. *BMC Public Health*, 21(1), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-12069-w>
- Warshawski, A. (2021). Fragmented dwellings: ontology and architecture in The City and the City (2009) and Learning the World (2005). *Vector*, 1-12. <https://vector-bsfa.com/2020/09/18/fragmented-dwellings-ontology-and-architecture-in-the-city-and-the-city-2009-and-learning-the-world-2005/>
- Weisbrot, M., & Johnston, J. (2010). Los beneficios del comercio: La integración económica en Sur América y la resolución del conflicto. *Center for Economic and Policy Research*, 12. <https://www.cepr.net/documents/publications/los-beneficios-del-comercio-2010-11.pdf>
- Weith, T., Barkmann, T., Gaasch, N., Rogga, S., Strauß, C., & Zscheishchler, J. (2021). Sustainable Land Management in a European Context. *Human-Environment Interactions*, 8, 63-74. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50841-8_4
- Whitacker, A. M., & Mares, R. M. (2019). Fragmentação socioespacial, mobilidade urbana e cotidiano na Bahia, Brasil. *Papeles de Coyuntura*, 46, 304-327. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/9009>
- Wiese, C., Miyahiro, J., & Marcés, R. (2016). Desigualdad urbana en Lima Metropolitana. En *Perú Hoy Desigualdad y desarrollo* (pp. 333-368). DESCO. https://www.desco.org.pe/recursos/site/files/CONTENIDO/1117/15_WieseUrb_PH_dic16.pdf
- Yataco, Á. (2022). *Centro Mercantil de Abastos en Chincha Alta*.

- https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656710/YAT_ACO_AA.pdf?sequence=3
- Yin, D. (2007). La tipología arquitectónica de los nuevos espacios comerciales. *Espacio público e imaginarios urbanos*, 221-231. <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/87561/0221-0231.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yue, L., Zhao, H., Xu, X., Gu, T., & Jia, Z. (2022). Quantifying the Spatial Fragmentation Pattern and Its Influencing Factors of Urban Land Use: A Case Study of Pingdingshan City, China. *Land*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/land11050686>
- Zegarra, T. (2021). La Virgen de la Natividad en Lucmapampa, Celendín. *Asociación Movimiento de Unidad Sucrense*. <https://sucremus.blogspot.com/2021/09/la-virgen-de-la-natividad-en-lucmapampa.html>
- Zorrilla, P. (2002). Nuevas Tendencias en merchandising. *Distribución y consumo*, 65, 13-20. http://www.mercasa.es/files/multimedios/1297881130_DYC_2002_65_13_20.pdf

ANEXOS

ANEXO A: Matriz de categorización

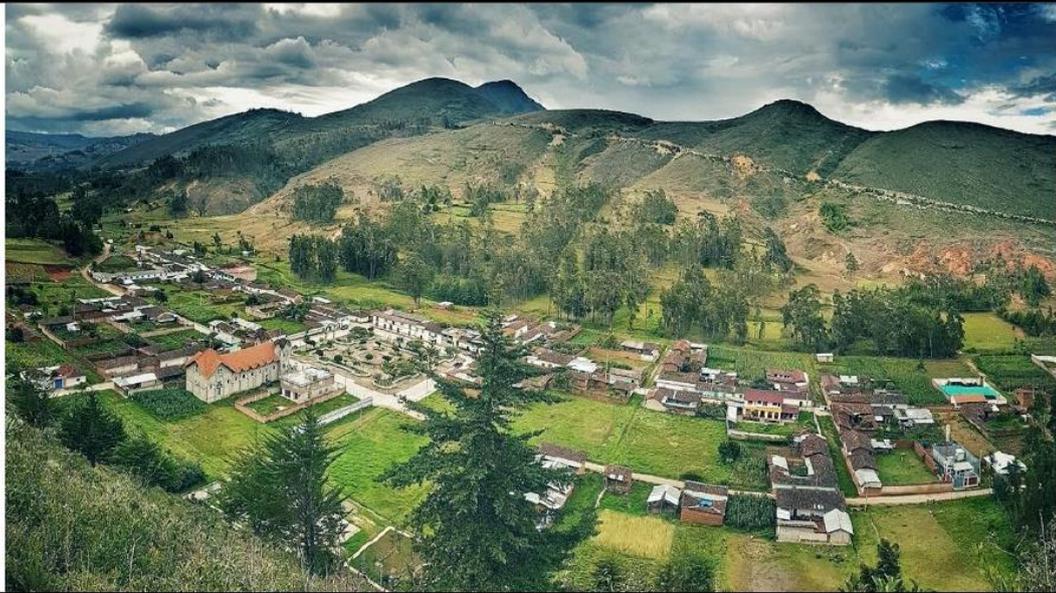
TÍTULO: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez												
Categoría	Definición de la categoría	Objetivos		Sub Categorías	Indicadores	Sub indicadores	Preguntas	Fuentes	Técnicas		Instrumento	
		Identificar la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez							Entrevista	Análisis documental	Guía de entrevista	Ficha de análisis de contenido
ESPACIOS DE USO COMERCIAL	El espacio comercial según Lorite (2015) es cualquier instalación o ambiente habilitado para desarrollar en él actividades comerciales	Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.	Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial (Zorrilla, P. 2002)	Diseño exterior	Rótulos	¿Cuáles son las características en cuanto a forma, tamaño, color y materialidad, que deben tener los rótulos, escaparates, entradas y fachadas de un establecimiento comercial?	3 arquitectos especialistas en Arquitectura Comercial	Material bibliográfico (2 artículos, tesis o libros por indicador)	Entrevista	Análisis documental	Guía de entrevista	Ficha de análisis de contenido
					Escaparates							
					Entradas							
					Fachada							
				Ambientación	Sonidos	¿Qué estrategias arquitectónicas se pueden aplicar en una edificación comercial en Jorge Chávez para aprovechar los sonidos y lograr el confort auditivo?						
					Aromas	¿Qué estrategias arquitectónicas se pueden aplicar en un equipamiento comercial en Jorge Chávez para lograr el confort olfativo?						
					Temperatura	A su criterio ¿Cuál es la temperatura mínima y máxima que debe tener un establecimiento comercial? ¿De qué manera se puede lograr dicha climatización en un equipamiento comercial en Jorge Chávez?						
					Iluminación	¿Qué tipo de luz recomienda para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez y de qué manera debería desarrollarse en el proyecto?						
				Diseño interior	Limpieza	¿Dónde se recomienda ubicar los espacios de limpieza de los establecimientos comerciales para evitar el cruce de circulaciones y malos olores?						
					Función	¿Cuál de estos dos criterios: función o forma considera más relevante para diseñar espacios comerciales? ¿Por qué?						
				Dimensión social	Forma	¿Quiénes son los usuarios a tener en cuenta para el diseño de un establecimiento comercial distrital? ¿Cuáles serían los requerimientos arquitectónicos de cada uno?						
					Cientes							
	Integración al entorno	Personal de ventas	¿Qué estrategias arquitectónicas se deben considerar en una edificación comercial para lograr la integración del entorno e integración social?									
		Accesibilidad										
	Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez	Lenguaje sensorial en el espacio comercial (Fernandez, C. 2017)	Vista	Iluminación	¿Cuál de estos dos componentes iluminación o color, considera más relevante para promover el uso de los espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez y consigo la integración de sus usuarios? ¿Por qué?							
				Color								
			Oído	Ruido ambiental	¿De qué manera, afectaría a los usuarios del distrito, el no controlar el ruido ambiental en los espacios comerciales?							
				Experiencia auditiva creada por la arquitectura	¿De qué forma la experiencia auditiva creada por los elementos que componen la arquitectura en un espacio comercial en Jorge Chávez podría ser un aspecto importante para la integración de sus ciudadanos?							
			Olfato	Propiedades olfativas de los materiales	¿Qué materiales deberían utilizarse en un espacio comercial en el distrito de Jorge Chávez para fomentar la socialización de sus usuarios?							
				Olor ambiental	¿De qué manera, no controlar el olor ambiental puede afectar la integración de las personas en los espacios comerciales en Jorge Chávez?							
	Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez	Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades (Choque, D. & Hinojosa, H. 2018)	Económico	Desarrollo económico	¿De qué manera la construcción de un equipamiento comercial en Jorge Chávez aportará al desarrollo económico del distrito?							
				Núcleo de empleo	¿Cuáles y cuántos puestos de trabajo aproximadamente generaría la implementación de una edificación comercial distrital en Jorge Chávez?							
			Social	Interacción ciudadana	¿De qué forma los espacios comerciales promoverían la interacción entre los ciudadanos de Jorge Chávez?							
				Seguridad	¿Cómo impactaría la edificación de una edificación comercial en la seguridad ciudadana del distrito de Jorge Chávez?							
Cultural			Generador de identidad sociocultural	¿De qué manera la creación de un equipamiento comercial en el distrito de Jorge Chávez puede potenciar dicha identidad sociocultural en sus usuarios?								

TÍTULO: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez

Categoría	Definición de la categoría	Objetivos		Sub Categorías	Indicadores	Sub indicadores	Preguntas	Fuentes	Técnicas		Instrumento		
		Identificar la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez											
FRAGMENTACIÓN URBANA	La fragmentación urbana según Calderón Vilca et al. (2020), hace referencia a la división del territorio en pequeños espacios, donde a diferencia de la aglomeración de servicios del centro urbano, se genera la desigualdad.	Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez para conocer la situación de cada Centro Poblado.	Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano (Cabrera, J., Escobar, A., Ugarte, M. 2019)	Dimensión espacial	Emplazamiento	...		2 pobladores de Macas 2 pobladores de Lucmapampa	Sectores (Macas y Lucmapampa) que conforman el distrito de Jorge Chávez	Observación		Guía de entrevista	Ficha de observación
					Vías y movilidad								
					Forma y espacio								
					Equipamiento								
					Vivienda								
				Dimensión social	Nivel socioeconómico					¿Considera usted que existen diferencias socioeconómicas entre los pobladores de Macas y los pobladores de Lucmapampa? ¿Cuáles son?	Entrevista		
		Organización administrativa	¿La organización administrativa del distrito de Jorge Chávez establece tanto normas como planes urbanos y los regula de igual forma tanto en Macas como en Lucmapampa? ¿Por qué?										
		Dimensión simbólica	Auto-identificación étnica	¿Con qué grupo étnico se identifica? ¿Por qué?									
		Describir los fenómenos causados por la fragmentación urbana en Jorge Chávez.	Fenómenos que generan la fragmentación urbana (Camacho, M. 2018)	Fenómenos espaciales	Desconexión física	¿Por qué se produce la desconexión física en territorios urbanos?	3 arquitectos especialistas en urbanismo	Material bibliográfico (2 revisiones de artículos por indicador)	Entrevista	Análisis documental	Guía de entrevista	Ficha de análisis de contenido	
					Morfología urbana	¿Cuáles considera usted que son las características morfológicas de un centro urbano fragmentado?							
				Fenómenos sociales	Repliegue comunitario	¿Cuáles cree usted que son las consecuencias a largo plazo del repliegue social o aislamiento de la comunidad del Centro Poblado de Macas?							
					Lógicas exclusivas	¿De qué manera se puede abordar la exclusión social para disminuir la fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez?							
Fenómenos políticos	Autonomización de autoridades públicas			¿Cuáles son los ventajas y desventajas de la autonomización de autoridades públicas municipales para la organización, reglamentación, planificación del desarrollo urbano y ejecución de obras de infraestructura local?									
	Regulación urbana			¿De qué manera se puede mejorar el proceso de regulación urbana para disminuir la fragmentación del distrito de Jorge Chávez?									

ANEXO B. Guías de entrevistas a arquitectos especialistas en diseño comercial.

Antes de realizar la entrevista, se presentará la siguiente ficha síntesis sobre el perfil de la zona de estudio, en este caso se trata del distrito de Jorge Chávez.

EL LUGAR JORGE CHÁVEZ					
					
INFORMACIÓN GENERAL					
Ubicación					
Departamento	Cajamarca	Provincia	Celendín	Distrito	Jorge Chávez
Población total					
Total	597 hab.	Hombres	305 hab.	Mujeres	287 hab.
Nivel económico	Predomina el nivel B, no es considerado un distrito pobre				
Superficie total	5 400 hectáreas				
DATOS CLIMÁTICOS					
Clima	Los inviernos son fríos o lluviosos y los veranos son templados.				
Temperatura					
Temperatura máx.	16°C		Temperatura mín.	5°C	
ESTRUCTURA URBANA					
Uso de suelo	Viviendas		Densidad baja	1 -2 pisos	
Vías de acceso	2 CA-1551 o Av. Purísima (rojo) Camino de tierra				
	CA-1553 (azul) Camino de tierra				
Transporte	El único medio de transporte interdistrital es el colectivo.				
Conformación urbana	Centro poblado Macas		Centro Poblado Lucmapampa		



Equipamiento

Centro poblado de Macas	Centro poblado de Lucmapampa
Capilla	Iglesia
Centro educativo	X
Losa deportiva	Losa deportiva
Pequeñas tiendas de productos básicos	Pequeñas tiendas de productos básicos
X	Palacio Municipal
X	Plaza de armas
X	Posta médica
X	Botica
X	Miradores

COSTUMBRES Y TRADICIONES

Festividades	Carnavales		
	Virgen de la Natividad		
Productos agrícolas	Trigo	5 111 ha	
	Papa	3 231 ha	
	Maíz	3 577 ha	
Actividades	Hilar la lana		
	Venta de ganado		
	Confeccionar	Telares	
		Ponchos	
		Frazadas	
		Mantas	
		Chales	
Sombreros			
Andas procesionales			
Organización vecinal		Rondas campesinas	

CONSTRUCCIONES

Materiales predominantes	Adobe	
	Tapial	
	Quincha	
	Noble	

También, se procede a presentar la siguiente ficha síntesis sobre el perfil de la población del distrito de Jorge Chávez como consumidores del espacio comercial.

USUARIOS			
Población del distrito de Jorge Chávez			
		Datos geográficos	
		Departamento	Cajamarca
		Provincia	Celendín
		Distrito	Jorge Chávez
		Clima	Templado
		Población	597 habitantes
		Superficie	5 400 hectáreas
Perfil			
Personas del campo, su principal necesidad de consumo son los productos básicos.			
Datos demográficos		Datos Pictográficos	
Edad	15 años en adelante	Clase Social	B,C,D
Genero	Indistinto		Activo y rudimentario
Ingresos	930 soles		Deporte
Ocupación	Profesionales (docencia). Estudiantes Trabajadores en actividades agrícolas o ganaderas	Estilo de vida	Alimentación tradicional
Religión	Católica		Trabajo de campo
			Cuidado por la naturaleza
Compra		Prioridades	Hábitos locales
Motivación	Reflexiva	Medicamentos	Los pobladores del distrito no cuentan con un mercado en la zona, el más próximo se ubica en la Provincia, a 10.76km, por dicho motivo, sus compras las realizan de manera semanal, cada sábado o domingo.
Sensibilidad al precio	Alta	Alimentos no procesados	
Actitudes	Prefieren calidad	Elementos de limpieza	
Frecuencia	1 a 2/semana	Instrumentos para cocinar	
Costumbres			
Siembra y cosecha		Crianza	Confeción
Los pobladores del distrito se caracterizan por sembrar y cosechar sus alimentos, algunos de ellos son dirigidos a la venta y otros al consumo propio		Otra principal actividad es la crianza de animales para su venta o consumo.	De igual forma, la mayoría de personas del distrito, elaboran productos artesanales y prendas de vestir para su uso o venta.

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.

Entrevistador (E) : Banda Castañeda, Lilian Mishell
 Entrevistado (P) :
 Ocupación del entrevistado : Arquitecto
 Fecha :
 Hora de inicio :
 Hora de finalización :
 Lugar de entrevista :

PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS
CATEGORIA 1: Espacios de uso comercial	
SUBCATEGORÍA 1: Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial	
INDICADOR 1: Diseño exterior	
<p>E: Teniendo en cuenta la influencia del diseño exterior de los espacios comerciales sobre el éxito de los mismos. ¿Cuáles son las características en cuanto a forma, tamaño, color y materialidad, que deben tener los rótulos, escaparates, entradas y fachadas de un establecimiento comercial para una zona campestre como Jorge Chávez?</p>	
INDICADOR 2: Condiciones ambientales	
<p>E: Todo entorno posee ruidos molestos. Por ejemplo, en el distrito de Jorge Chávez tales ruidos son producto del sonido de las motos y los animales de granja. En su opinión ¿Qué estrategias arquitectónicas se pueden aplicar en un equipamiento comercial en Jorge Chávez para lograr el confort auditivo?</p> <p>E: El distrito de Jorge Chávez se ubica en una zona rural, por ello una de las principales actividades que se realizan es la explotación y crianza de ganado, a esta situación, se le suma la proximidad de vertederos de basura, en acequias o bordes de ríos, ambas situaciones han generado la presencia de malos olores, que, aunque no son tóxicos, pueden provocar malestar y molestias respiratorias. A su criterio, ¿Qué estrategias arquitectónicas se pueden aplicar en una edificación comercial en Jorge Chávez para lograr el confort olfativo?</p>	

<p>E: En cuanto a la temperatura, el distrito alcanza una temperatura máxima de 16°C y una mínima de 5°C. ¿Cuál es la temperatura mínima y máxima que debe tener un establecimiento comercial? ¿De qué manera se puede lograr dicha climatización en un equipamiento comercial en Jorge Chávez?</p> <p>E: En cuanto a la iluminación ¿Qué tipo de luz recomienda para el diseño de espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez y de qué manera debería desarrollarse en el proyecto?</p> <p>E: En cuanto a la zona sucia ¿Dónde se recomienda ubicar los espacios de limpieza de los establecimientos comerciales para evitar el cruce de circulaciones y malos olores?</p>	
INDICADOR 3: Diseño interior	
<p>E: Respecto al diseño interior del establecimiento comercial ¿Cuál de estos dos criterios: función o forma considera más relevante para diseñar espacios comerciales? ¿Por qué?</p>	
INDICADOR 4: Dimensión social	
<p>E: Para el diseño de todo proyecto se realiza en primer lugar el análisis de la dimensión social. En su opinión ¿Quiénes son los usuarios a tener en cuenta para el diseño de un establecimiento comercial distrital? ¿Cuáles serían los requerimientos arquitectónicos de cada uno?</p>	
INDICADOR 5: Integración al entorno	
<p>E: ¿Qué estrategias arquitectónicas se deben considerar en una edificación comercial para lograr la integración del entorno e integración social?</p>	
SUBCATEGORÍA 2: Lenguaje sensorial en el espacio comercial	
INDICADOR 1: Vista	
<p>E: La arquitectura posee un lenguaje sensorial, este es percibido por nuestros sentidos, algunos estímulos percibidos por la vista son aquellos derivados de los elementos como la iluminación y el color, estudios han demostrado la influencia positiva de dichos elementos en el uso de espacios comerciales. Desde su punto de vista ¿Cuál de estos dos componentes iluminación o color, considera más relevante para promover el</p>	

<p>uso de los espacios comerciales en el distrito de Jorge Chávez y consigo la integración de sus usuarios? ¿Por qué?</p>	
<p>INDICADOR 2: Oído</p>	
<p>E: En cuanto a la percepción del sentido del oído, algunos sonidos pueden ser placenteros y otro no, por ejemplo, los ruidos molestos provenientes del exterior de una edificación corresponden al ruido ambiental. Como se indicó anteriormente, en Jorge Chávez tales ruidos son producto del sonido de las motos y los animales de granja. En su opinión ¿De qué manera, afectaría a los usuarios del distrito, el no controlar el ruido ambiental en los espacios comerciales?</p> <p>E: Sabemos que ciertos componentes de la arquitectura emiten sonidos, tales estimulan e influyen el comportamiento de sus usuarios. En este sentido ¿De qué forma la experiencia auditiva creada por los elementos que componen la arquitectura en un espacio comercial en Jorge Chávez podría ser un aspecto importante para la integración de sus ciudadanos?</p>	
<p>INDICADOR 3: Olfato</p>	
<p>E: Conociendo que todo material constructivo posee propiedades olfativas, y estas son percibidas por el sentido del olfato ¿Qué materiales deberían utilizarse en un espacio comercial en el distrito de Jorge Chávez para fomentar la socialización de sus usuarios?</p> <p>E: Anteriormente se mencionó que, en el distrito de Jorge Chávez un elemento desagradable percibido por el olfato es producto de la explotación y crianza de ganado, y la proximidad de vertederos de basura, en acequias o bordes de ríos. En su opinión, ¿de qué manera, no controlar el olor ambiental puede afectar la integración de las personas en los espacios comerciales en Jorge Chávez?</p>	
<p>SUBCATEGORÍA 3: Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades</p>	
<p>INDICADOR 1: Económico</p>	
<p>E: En la jurisdicción de Jorge Chávez se observa la ausencia de un equipamiento comercial, esto obliga a los pobladores a movilizarse hasta la Provincia de Celendín para acceder a la compra de productos, cada</p>	

<p>viaje tiene un costo de 5 soles y una duración aproximada de media hora en auto. En esta situación ¿De qué manera la construcción de un equipamiento comercial en Jorge Chávez aportará al desarrollo económico de los pobladores del distrito?</p> <p>E: Si bien el distrito de Jorge Chávez no es considerado como pobre, existe un grupo de personas jóvenes desempleadas. En este sentido, la creación de una edificación comercial mejoraría los niveles de empleabilidad del distrito. En su opinión ¿Cuáles y cuántos puestos de trabajo aproximadamente generaría la implementación de una edificación comercial distrital en Jorge Chávez?</p>	
INDICADOR 2: Social	
<p>E: La interacción ciudadana es la acción de relacionarse y se ejerce recíprocamente entre dos o más individuos. En relación a ello, ¿De qué forma los espacios comerciales promoverían la interacción entre los ciudadanos de Jorge Chávez?</p> <p>E: Jorge Chávez es un distrito con tradiciones, que desarrolla sus actividades diarias de manera rústica, no evidencia niveles de peligrosidad, pero un factor de la inseguridad es la baja iluminación en la mayoría de su territorio. Conociendo que el Estado tiene la obligación de proteger a sus ciudadanos y crear entornos seguros que mejoren su calidad de vida. ¿Cómo considera usted que impactaría la creación de un equipamiento comercial en la seguridad ciudadana del distrito de Jorge Chávez?</p>	
INDICADOR 3: Cultural	
<p>E: Teniendo en cuenta que Jorge Chávez es un distrito arraigado a sus costumbres y tradiciones, con un alto nivel de identificación social y cultural ¿De qué manera la creación de una edificación comercial en el distrito de Jorge Chávez puede potenciar dicha identidad sociocultural en sus usuarios?</p>	

E: Toda circunstancia que involucre al entorno físico, involucrará también al entorno social que se desarrolle en él. Por ejemplo, el territorio del Centro Poblado de Macas, no posee un sistema de vías adecuadas, por ello se encuentra separado del resto del centro urbano, esto produce el **repliegue de la comunidad**, es decir, la acción defensiva por parte de los pobladores de encerrarse o aislarse del resto ante la exclusión que sufren. Pero, este fenómeno concebirá mayores secuelas. En función de lo mencionado. **¿Cuáles cree usted que son las consecuencias a largo plazo del repliegue social o aislamiento de la comunidad del Centro Poblado de Macas?**

E: Las **lógicas exclusivas** son las ideas concebidas por algunas personas respecto a que algunas zonas son de uso exclusivo para ciertos grupos sociales en base a su ubicación en el territorio. Esto ocurre con los habitantes del centro poblado de Lucmapampa, pues se ubican en la zona central del distrito, y muchas veces discriminan a las personas provenientes del centro poblado de Macas. A su criterio, **¿De qué manera las lógicas exclusivas pueden agravar el fenómeno de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez?**

INDICADOR 3: Fenómenos políticos

E: Actualmente, se desprenden y crean nuevos cargos administrativos en los gobiernos locales, esto quiere decir, que se le otorga poder a nuevas personas para que estas representen y actúen en nombre de alguna autoridad. En su opinión **¿Cuáles son los ventajas y desventajas de la autonomización de autoridades públicas municipales para la organización, reglamentación, planificación del desarrollo urbano y ejecución de obras de infraestructura local?**

E: La **regulación urbana** es el proceso que consiste en establecer el límite imaginario de hasta dónde puede llegar a crecer una ciudad. La planificación urbana busca evitar la ubicación continua de actividades que no son compatibles. Sin embargo, al día de hoy estos procesos no están cumpliéndose de manera eficiente, especialmente en zonas rurales. El Centro Poblado de Macas, por ejemplo, se consolidó en el extremo derecho del distrito

de Jorge Chávez, el principal motivo fue el menor costo y herencia de los predios, pero no se analizaron factores como accesibilidad, servicios básicos, etc., es decir, no se siguió ningún reglamento. En este sentido, con el fin de disminuir la dispersión o separación de los grupos urbanos y la localización de nuevas urbanizaciones en la periferia con suelos pobres e inaccesibles **¿De qué manera se puede mejorar el proceso de regulación urbana del distrito de Jorge Chávez?**

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Entrevistador (E) : Banda Castañeda, Lilian Mishell
 Entrevistado (P) :
 Ocupación del entrevistado : Poblador de Jorge Chávez
 Fecha :
 Hora de inicio :
 Hora de finalización :
 Lugar de entrevista :

PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS
CATEGORIA 2: Fragmentación urbana	
SUBCATEGORÍA 1: Dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana	
INDICADOR 2: Dimensión social	
<p>E: Teniendo en cuenta que el distrito de Jorge Chávez a través de estudios del INEI, al año 2017, ha sido identificado como un distrito con niveles económicos medios, es decir, no pobre. ¿Considera usted que existen diferencias socioeconómicas entre los pobladores de Macas y los pobladores de Lucmapampa? ¿Cuáles son?</p> <p>E: Si bien el Palacio Municipal se encuentra ubicado en el Centro Poblado de Lucmapampa y no en Macas. En su opinión ¿La organización administrativa del distrito de Jorge Chávez establece tanto normas como planes urbanos y los regula de igual forma tanto en Macas como en Lucmapampa? ¿Por qué?</p>	
INDICADOR 3: Dimensión simbólica	
<p>E: La auto identificación étnica es la forma como una persona se percibe a sí misma en base a sus costumbres y antepasados y se siente parte de un grupo étnico (ejemplo: quechua, mestizo, entre otros). En este sentido ¿Con qué grupo étnico se identifica? ¿Por qué?</p> <p>E: Parte de la tradición de Jorge Chávez, es celebrar distintas festividades. Sin embargo, en su opinión ¿Por qué los pobladores del Centro Urbano de Macas organizan y desarrollan diferentes actividades sociales y culturales en su territorio, en lugar de participar en las actividades que se realizan en el Centro Urbano de Lucmapampa?</p>	

ANEXO E. Consentimiento informado de entrevistados

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Investigadora: Banda Castañeda, Lilian Mishell

Institución: Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo

Apellidos y nombres: Díaz Chávez, Roberto Carlos

Propósito del estudio:

Se le invita a participar en el presente estudio a través de una entrevista para evaluar la importancia de la implementación de espacios comerciales como herramienta para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, ubicado en Cajamarca. Por el contexto actual, se aplicaría la guía de entrevista por medio de una vía digital, donde usted responderá algunas preguntas. Este estudio es desarrollado por una investigadora de la Universidad César Vallejo de la sede de Lima Este del Perú.

Beneficios: Conocerá la importancia de los espacios comerciales para la disminución de los problemas de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca.

Costo: No deberá pagar nada. De igual forma, no recibirá ninguna compensación económica por parte de la investigadora.

Confidencialidad: Su nombre será escrito como evidencia de la realización de la entrevista y para verificar la importancia de los espacios comerciales como medio para disminuir la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca, así mismo se incluirá este documento en el proyecto de investigación de la autora.

Derechos del participante: Podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento y podrá despejar sus dudas a través de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a la responsable de la investigación, BANDA CASTAÑEDA, LILIAN MISHELL (Teléfono: 921997512).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo las actividades en las que participaré, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.



Firma: _____

Fecha y hora: 5:56 pm del 28 de abril de 2022

Nombres y apellidos del entrevistado:

Arq. Díaz Chávez, Roberto Carlos.



Firma: _____

Fecha y hora: 5:56 pm del 28 de abril de 2022

Nombres y apellidos del investigador:

Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Investigadora: Banda Castañeda, Lilian Mishell

Institución: Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo

Apellidos y nombres: Moreno Reyes Luis Andres

Propósito del estudio:

Se le invita a participar en el presente estudio a través de una entrevista para evaluar la importancia de la implementación de espacios comerciales como herramienta para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, ubicado en Cajamarca. Por el contexto actual, se aplicaría la guía de entrevista por medio de una vía digital, donde usted responderá algunas preguntas. Este estudio es desarrollado por una investigadora de la Universidad César Vallejo de la sede de Lima Este del Perú.

Beneficios: Conocerá la importancia de los espacios comerciales para la disminución de los problemas de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca.

Costo: No deberá pagar nada. De igual forma, no recibirá ninguna compensación económica por parte de la investigadora.

Confidencialidad: Su nombre será escrito como evidencia de la realización de la entrevista y para verificar la importancia de los espacios comerciales como medio para disminuir la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca, así mismo se incluirá este documento en el proyecto de investigación de la autora.

Derechos del participante: Podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento y podrá despejar sus dudas a través de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a la responsable de la investigación, BANDA CASTAÑEDA, LILIAN MISHELL (Teléfono: 921997512).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo las actividades en las que participaré, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

Firma:  Fecha y hora: 29-04-21 11:20am

Nombres y apellidos del entrevistado:

Luis Andres Moreno Reyes

Firma:  Fecha y hora: 29-04-21 11:20am

Nombres y apellidos del investigador:

Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Investigadora: Banda Castañeda, Lilian Mishell

Institución: Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo

Apellidos y nombres: Romero Rivadeneyra, Daniela

Propósito del estudio:

Se le invita a participar en el presente estudio a través de una entrevista para evaluar la importancia de la implementación de espacios comerciales como herramienta para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, ubicado en Cajamarca. Por el contexto actual, se aplicaría la guía de entrevista por medio de una vía digital, donde usted responderá algunas preguntas. Este estudio es desarrollado por una investigadora de la Universidad César Vallejo de la sede de Lima Este del Perú.

Beneficios: Conocerá la importancia de los espacios comerciales para la disminución de los problemas de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca.

Costo: No deberá pagar nada. De igual forma, no recibirá ninguna compensación económica por parte de la investigadora.

Confidencialidad: Su nombre será escrito como evidencia de la realización de la entrevista y para verificar la importancia de los espacios comerciales como medio para disminuir la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca, así mismo se incluirá este documento en el proyecto de investigación de la autora.

Derechos del participante: Podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento y podrá despejar sus dudas a través de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a la responsable de la investigación, BANDA CASTAÑEDA, LILIAN MISHELL (Teléfono: 921997512).



Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo las actividades en las que participaré, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

Firma:  _____

Fecha y hora: 6:42 pm del 28 de abril de 2022

Nombres y apellidos del entrevistado:

Arq. Romero Rivadeneyra, Daniela

Firma:  _____

Fecha y hora: 6:42 pm del 28 de abril de 2022

Nombres y apellidos del investigador:

Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Investigadora: Banda Castañeda, Lilian Mishell

Institución: Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo

Apellidos y nombres: Muñiz Velásquez Carlos

Propósito del estudio:

Se le invita a participar en el presente estudio a través de una entrevista para evaluar la importancia de la implementación de espacios comerciales como herramienta para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, ubicado en Cajamarca. Por el contexto actual, se aplicaría la guía de entrevista por medio de una vía digital, donde usted responderá algunas preguntas. Este estudio es desarrollado por una investigadora de la Universidad César Vallejo de la sede de Lima Este del Perú.

Beneficios: Conocerá la importancia de los espacios comerciales para la disminución de los problemas de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca.

Costo: No deberá pagar nada. De igual forma, no recibirá ninguna compensación económica por parte de la investigadora.

Confidencialidad: Su nombre será escrito como evidencia de la realización de la entrevista y para verificar la importancia de los espacios comerciales como medio para disminuir la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca, así mismo se incluirá este documento en el proyecto de investigación de la autora.

Derechos del participante: Podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento y podrá despejar sus dudas a través de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a la responsable de la investigación, BANDA CASTAÑEDA, LILIAN MISHELL (Teléfono: 921997512).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo las actividades en las que participaré, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.



Firma: _____

Fecha y hora: 5:00 pm del 28 de abril de 2022

Nombres y apellidos del entrevistado:

ARQ. CARLOS MUÑOZ VELASQUEZ



Firma: _____

Fecha y hora: 5:00 pm del 28 de abril de 2022

Nombres y apellidos del investigador:

Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN

Título de la investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de *Jorge Chávez*, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Investigadora: Banda Castañeda, Lilian Mishell

Institución: Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo

Apellidos y nombres: Mg. Arq. Javier Montenegro Leon

Propósito del estudio:

Se le invita a participar en el presente estudio a través de una entrevista para evaluar la importancia de la implementación de espacios comerciales como herramienta para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, ubicado en Cajamarca. Por el contexto actual, se aplicaría la guía de entrevista por medio de una vía digital, donde usted responderá algunas preguntas. Este estudio es desarrollado por una investigadora de la Universidad César Vallejo de la sede de Lima Este del Perú.

Beneficios: Conocerá la importancia de los espacios comerciales para la disminución de los problemas de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca.

Costo: No deberá pagar nada. De igual forma, no recibirá ninguna compensación económica por parte de la investigadora.

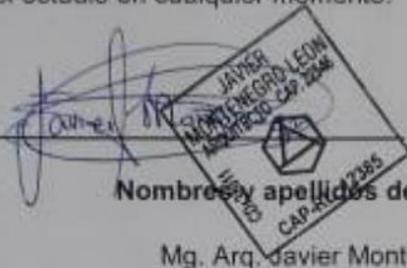
Confidencialidad: Su nombre será escrito como evidencia de la realización de la entrevista y para verificar la importancia de los espacios comerciales como medio para disminuir la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca, así mismo se incluirá este documento en el proyecto de investigación de la autora.

Derechos del participante: Podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento y podrá despejar sus dudas a través de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a la responsable de la investigación, BANDA CASTAÑEDA, LILIAN MISHELL (Teléfono: 921997512).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo las actividades en las que participaré, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

Firma: _____



Fecha y hora: 28-04-22 / 01:42 Pm

Nombres y apellidos del entrevistado:

Mg. Arq. Javier Montenegro Leon

Firma: _____



Fecha y hora: 28-04-22 / 01:42 Pm

Nombres y apellidos del investigador:

Banda Castañeda, Lillian Mishell

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA INVESTIGACIÓN

Título de la Investigación: Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en la provincia de Celendín, Cajamarca.

Investigadora: Banda Castañeda, Lilian Mishell

Institución: Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad César Vallejo

Apellidos y nombres: Morales Dávila, Carlos Esteban

Propósito del estudio:

Se le invita a participar en el presente estudio a través de una entrevista para evaluar la importancia de la implementación de espacios comerciales como herramienta para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, ubicado en Cajamarca. Por el contexto actual, se aplicaría la guía de entrevista por medio de una vía digital, donde usted responderá algunas preguntas. Este estudio es desarrollado por una investigadora de la Universidad César Vallejo de la sede de Lima Este del Perú.

Beneficios: Conocerá la importancia de los espacios comerciales para la disminución de los problemas de fragmentación urbana en el distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca.

Costo: No deberá pagar nada. De igual forma, no recibirá ninguna compensación económica por parte de la investigadora.

Confidencialidad: Su nombre será escrito como evidencia de la realización de la entrevista y para verificar la importancia de los espacios comerciales como medio para disminuir la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, en Cajamarca, así mismo se incluirá este documento en el proyecto de investigación de la autora.

Derechos del participante: Podrá retirarse de la evaluación en cualquier momento y podrá despejar sus dudas a través de los evaluadores. En el caso de tener otra consulta sobre la investigación, podrá llamar a la responsable de la investigación, BANDA CASTAÑEDA, LILIAN MISHELL (Teléfono: 921997512).

Declaración y/o Consentimiento

Acepto voluntariamente participar en este estudio, comprendo las actividades en las que participaré, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

Firma:  Fecha y hora: 01/05/2022

Nombres y apellidos del entrevistado:

MSc. Arq. Carlos Esteban Morales Dávila

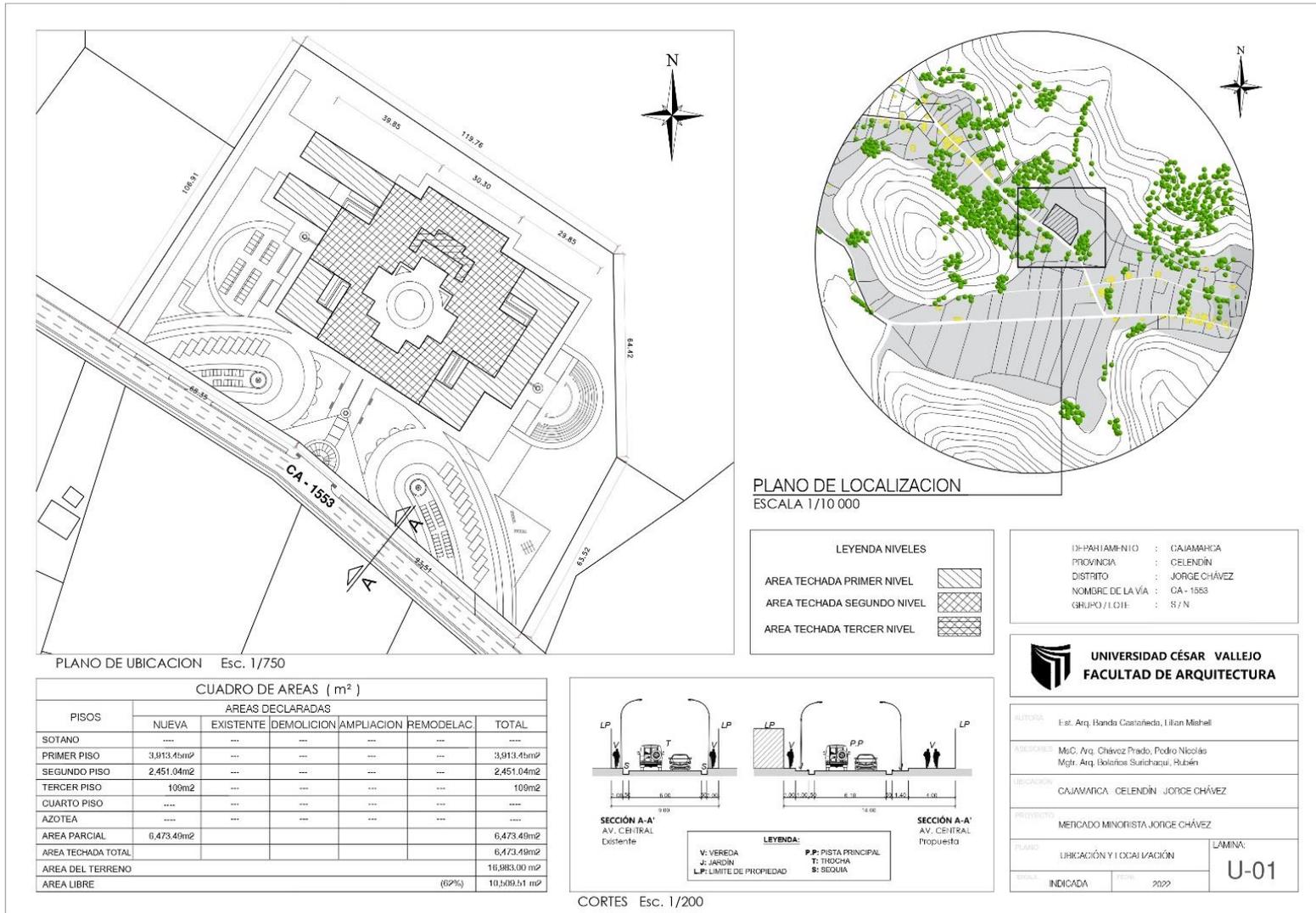
Firma: 

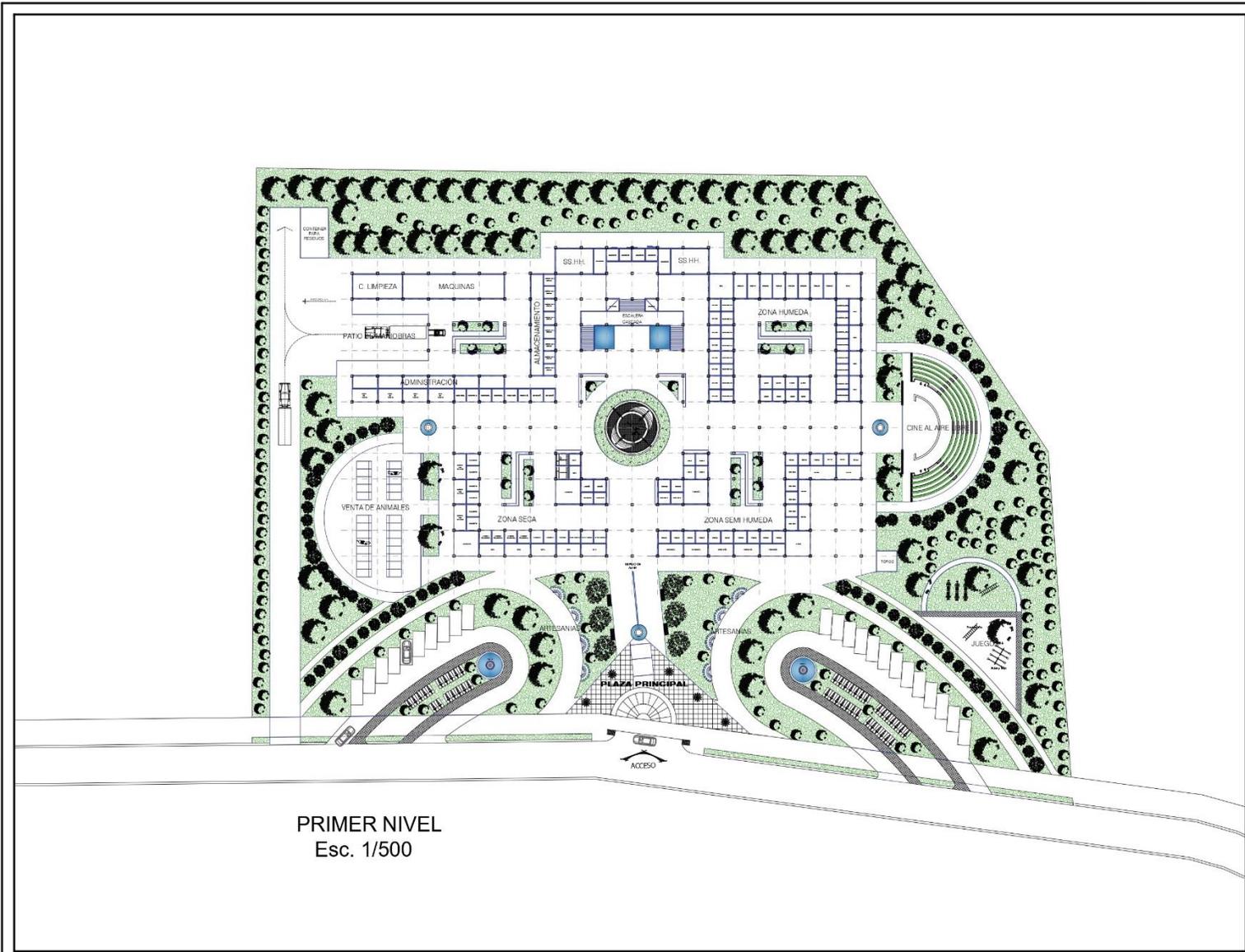
Fecha y hora: 4:21 pm del 01 de mayo de 2022

Nombres y apellidos del investigador:

Est. Arq. Banda Castañeda, Lilian Mishell

ANEXO F: Planos





PRIMER NIVEL
Esc. 1/500



UNIVERSIDAD
CERSAR
VALLEJO

FACULTAD
DE
ARQUITECTURA

DESARROLLO DEL PROYECTO
DE INVESTIGACION

ASESORES:
Mgtr. Arq. Bolaños
Surichaqui, Rubén Darío
MgC. Arq. Chávez
Prado, Pedro Nicolás

ESTUDIANTE:
Est. Arq. Banda Castañeda,
Lilian Mishell

UBICACIÓN:
DISTRITO DE
JORGE CHÁVEZ

PROYECTO:
MERCADO
MINORISTA
JORGE CHÁVEZ

PLANO:
PLANTA GENERAL
Y ENTORNO

Nº DE LÁMINA:

A-01

ANEXO G: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
TÍTULO	Espacios de uso comercial para disminuir los problemas de fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez, provincia de Celendín, Cajamarca.				
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPOTESIS	CATEGORÍAS E INDICADORES	METODOLOGÍA	
<p>La población del Caserío de Macas ha optado por modificar sus costumbres, de igual forma han realizado distintas actividades sociales (misas, campeonatos deportivos, procesiones y fiestas), separados del resto de "jorgechavinos" como si se tratara de dos distritos diferentes, lo que ha generado que ambas partes del distrito estén en constante competencia. Todo ello evidencia que, la fragmentación urbana del distrito de Jorge Chávez ha provocado la desigualdad de oportunidades y servicios urbanos para el caserío de Macas, así como la modificación de la identidad cultural de sus habitantes. En consecuencia, se plantea la formulación del problema, es decir, la interrogante a la que es necesario dar respuesta: ¿Cuál es la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Identificar la importancia de los espacios comerciales para disminuir los problemas de fragmentación urbana de Jorge Chávez</p>	<p>Los espacios de uso comercial son importantes para disminuir los problemas de fragmentación urbana pues a través de sus elementos de diseño arquitectónico, como la forma, el volumen, la textura, la función, entre otros, se promueve la integración con el entorno. De igual forma, respecto a los ciudadanos, las actividades comerciales, sociales y culturales favorecen su cohesión, así mismo, se brinda a la población la opción de ofrecer sus productos, en este caso, la venta de sombreros hechos a mano (el distrito se caracteriza por ello), permitiéndoles mejorar su nivel económico y recuperar la identidad cultural que se perdió. Los espacios de uso comercial influyen de manera positiva en el proceso de integración del centro urbano fragmentado de Jorge Chávez, impactan directamente a la ciudad mejorando las condiciones de vialidad del entorno. Además, ocupando áreas sin uso, con la oferta de esta infraestructura, se elimina la desconexión física y se conecta el tejido urbano fragmentado.</p>	<p>CATEGORÍA 1 ESPACIOS DE USO COMERCIAL Sub categoría 1 Dimensiones del ambiente del establecimiento comercial Indicadores Diseño exterior Condiciones ambientales Diseño interior Dimensión social Sub categoría 2 Lenguaje sensorial en el espacio comercial Indicadores Vista, oído, Olfato Sub categoría 3 Beneficios del desarrollo de espacios comerciales en las ciudades Indicadores Económico, Social y Cultural CATEGORÍA 2 FRAGMENTACIÓN URBANA Sub categoría 1 Dimensiones que caracterizan la fragmentación de un centro urbano Indicadores Espacial, social y simbólica Sub categoría 2 Fenómenos que generan la fragmentación urbana Indicadores Espaciales, sociales y políticos</p>	Enfoque	Enfoque cualitativo
	<p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer los criterios arquitectónicos necesarios para el diseño de espacios comerciales en Jorge Chávez, en base a las dimensiones del ambiente de establecimientos comerciales.</p>			Tipo	Investigación de tipo aplicada
	<p>Identificar la importancia del lenguaje sensorial de los espacios comerciales para la integración de los pobladores de Jorge Chávez</p>			Diseño	Fenomenológico
	<p>Determinar los beneficios del desarrollo de espacios comerciales en Jorge Chávez</p>			Técnicas	Entrevista Análisis documental Observación
	<p>Analizar las dimensiones que caracterizan la fragmentación urbana de los sectores que conforman el distrito de Jorge Chávez</p>			Instrumentos	Guía de entrevista Ficha de análisis de contenido Ficha de observación
	<p>Describir los fenómenos que generan la fragmentación urbana en Jorge Chávez.</p>			Muestreo	Muestreo no probabilístico por conveniencia
				Participantes	Arquitectos especialistas en arquitectura comercial Arquitectos especialistas en urbanismo Pobladores del distrito de Jorge Chávez Artículos o tesis. Distrito de Jorge Chávez



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, BOLAÑOS SURICHAQUI RUBEN DARIO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesores de Tesis titulada: "ESPACIOS DE USO COMERCIAL PARA DISMINUIR LOS PROBLEMAS DE FRAGMENTACIÓN URBANA DEL DISTRITO DE JORGE CHÁVEZ, PROVINCIA DE CELENDÍN, CAJAMARCA.", cuyo autor es BANDA CASTAÑEDA LILIAN MISHELL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7.00%, 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.

LIMA, 21 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
BOLAÑOS SURICHAQUI RUBEN DARIO DNI: 09167581 ORCID: 0000-0003-0310-1248	Firmado electrónicamente por: RUBENBS el 21-07- 2022 23:34:09
CHAVEZ PRADO PEDRO NICOLAS DNI: 09140833 ORCID: 0000-0003-4411-8695	Firmado electrónicamente por: PNCHAVEZP el 21- 07-2022 22:52:47

Código documento Trilce: TRI - 0359535