



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

**Criterios de arquitectura comercial basada en cultura
arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del
distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecto

AUTOR:

Muñoz Rengifo, José Antonio (orcid.org/0000-0002-3757-3094)

ASESORA:

Dr. Arq. Contreras Velarde, Karina Marilyn (orcid.org/0000-0003-4130-6906)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectura

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Esta investigación la dedico a mis padres por la constante motivación que me dan y a todas las personas que me han dado su constante apoyo en este proceso para ser un profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi familia, a mi asesora y también a la universidad y sus docentes por haberme brindado las herramientas necesarias para ser un profesional preparado.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CONTRERAS VELARDE KARINA MARILYN, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.", cuyo autor es MUÑOZ RENGIFO JOSE ANTONIO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 8.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He 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, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 03 de Noviembre del 2023

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|---|
| CONTRERAS VELARDE KARINA MARILYN DNI: 10646573 ORCID: 0000-0003-4130-6906 | Firmado electrónicamente por: KCONTRERASVE el 30-11-2023 21:39:18 |

Código documento Trilce: TRI - 0652822



DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MUÑOZ RENGIFO JOSE ANTONIO estudiante de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

| Nombres y Apellidos | Firma |
|---|---|
| JOSE ANTONIO MUÑOZ RENGIFO DNI: 70454507 ORCID: 0000-0002-3757-3094 | Firmado electrónicamente por: JAMR el 03-11-2023 20:23:08 |

Código documento Trilce: TRI - 0652824

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|------|
| Carátula..... | i |
| Dedicatoria..... | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Declaratoria de Autenticidad del Asesor..... | iv |
| Declaratoria de Originalidad del Autor..... | v |
| Índice de Contenidos..... | vi |
| Índice de Tablas..... | vii |
| Índice de Gráficos y figuras..... | viii |
| Resumen..... | ix |
| Abstract..... | x |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 6 |
| III. METODOLOGÍA..... | 32 |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación..... | 32 |
| 3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización..... | 33 |
| 3.3 Escenario de estudio..... | 33 |
| 3.4 Participantes..... | 34 |
| 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 35 |
| 3.6 Procedimientos..... | 38 |
| 3.7 Rigor científico..... | 39 |
| 3.8 Método de análisis de la información..... | 40 |
| 3.9 Aspectos éticos..... | 41 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 43 |
| V. CONCLUSIONES..... | 53 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 56 |
| REFERENCIAS..... | 58 |
| ANEXOS | |

Índice de Tablas

| | | |
|-----------------|--|----|
| Tabla 1 | Tabla de categorías: subcategorías e indicadores de la variable 1... | 10 |
| Tabla 2 | Tabla de categorías: subcategorías e indicadores de la variable 2... | 18 |
| Tabla 3 | Estudio de casos N 01..... | 25 |
| Tabla 4 | Estudio de casos N 02..... | 28 |
| Tabla 5 | Matriz comparativa de aporte de casos..... | 31 |
| Tabla 6 | Categoría de investigación..... | 33 |
| Tabla 7 | Subcategorías..... | 33 |
| Tabla 8 | Muestra de individuos en consideración..... | 34 |
| Tabla 9 | Muestra de equipamientos observables..... | 35 |
| Tabla 10 | Correspondencia de las categorías, técnicas e instrumentos..... | 35 |
| Tabla 11 | Tabla de validez de expertos e instrumentos..... | 36 |
| Tabla 12 | Ficha técnica del instrumento a los arquitectos..... | 36 |
| Tabla 13 | Recolección de datos, según observación..... | 37 |
| Tabla 14 | Tabla de métodos de análisis de datos..... | 41 |

Índice de Figuras

| | |
|--|-----------|
| Figura 1. Ubicación de Nueva Cajamarca..... | 34 |
|--|-----------|

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal explorar criterios de diseño de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja 2023, cuyo proceso metodológico es de tipo cualitativo y el diseño de investigación básica. Para eso, la investigación se apoyó en fundamentos teóricos por cada categoría. Se utilizó como participantes a 10 equipamientos y 3 especialistas en el tema. La validez del instrumento se obtuvo mediante el juicio de 2 expertos. La recolección de datos se obtuvo a través de la guía de entrevistas y ficha de observaciones entre 15 ítems correspondientes a cada categoría. Teniendo como resultados que los especialistas coinciden en considerar el comportamiento del consumidor y la sostenibilidad; llegando a concluir que los criterios arquitectónicos deben ser contrastados con normas, planteando un sistema constructivo racional de menor impacto ambiental con características sostenibles, como ventilación e iluminación natural.

Palabras clave: Comercio; cultura; sostenibilidad.

ABSTRACT

The main objective of the research was to explore commercial architecture design criteria based on architectural culture for the José Olaya retail market in the Nueva Cajamarca district, Rioja 2023, whose methodological process is qualitative and basic research design. For this, the research was based on theoretical foundations for each category. 10 teams and 3 specialists on the subject were used as participants. The validity of the instrument was obtained through the judgment of 2 experts. Data collection was obtained through the interview guide and observation sheet among 15 items corresponding to each category. Having as results that specialists agree on considering consumer behavior and sustainability; concluding that architectural criteria must be contrasted with standards, proposing a rational construction system with lower environmental impact with sustainable characteristics, such as ventilation and natural lighting.

Keywords: Commerce; culture; sustainability.

I. INTRODUCCIÓN

La función principal del mercado es el comercio, y su carácter es el de un lugar donde se producen intercambios socioeconómicos y culturales a través de transacciones. Cada sociedad desarrolla una colección de sistemas interconectados, uno de estos sistemas, el cual crea lugares de encuentro para quienes participan en la actividad, es el comercio ya que los lugares de reunión fomentan la interacción interpersonal. Los grupos de comerciantes han desarrollado sus ferias a lo largo de las principales calles y zonas públicas desde el principio de los tiempos hasta ahora. Esta tendencia indica una ampliación de la oferta del mercado. Como resultado, los mercados de oferta representan la preservación de la interacción interpersonal durante el proceso de compra y venta. Pero para hacer esto, es vital disipar la percepción que la gente tiene de los mercados de alimentos como inseguros, no regulados, sucios y caóticos, Pareja (2017) .

Por otro lado, en nuestro país la realidad problemática de esta situación en los mercados no se aleja de lo anterior mencionado, según Aliaga (2019) , mencionó que "El estado actual de los mercados peruanos es física y operativamente ineficiente. Los edificios están en mal estado y carecen de los servicios públicos necesarios, y los puestos, que vienen a ser la fuente principal de los ingresos de los mercados, tienen un tamaño inadecuado tanto en términos de superficie como de profundidad". Debido a esta carencia, los clientes no reciben un servicio que satisfaga sus necesidades en términos de calidad, limpieza, movilidad y salubridad. Así mismo, debido a una variedad de razones, que incluyen entornos insalubres causados por barrios marginales, falta de higiene, hacinamiento excesivo y desorganización de los comerciantes participantes, los mercados minoristas peruanos no están exentos de este problema global. Sin lugar a duda, esto tiene un impacto tanto en la capacidad de los mercados para operar con eficacia como en el nivel de los productos que se ofrecen.

Además Guevara (2017) mencionó que tiene problemas estructurales importantes, principalmente con la forma de instalación de los puestos, creando un gran desastre donde los vendedores ambulantes han estado dañando y debilitando su integridad estructural, adicional a ello existe una contaminación exterior extrema que resta atractivo al consumidor, con frecuencia hace que sea imposible acceder

a estos mercados y les da a las ciudades una reputación terrible. Por otro lado, el Ministerio de la Producción (2016) , indicó que los mercados de alimentos desempeñan un papel relevante dentro de la red de distribución de productos alimenticios y otros artículos de primera necesidad en los hogares peruanos, así como en el empleo y los ingresos de una parte significativa de la mano de obra del país; sin embargo, la ausencia de estrategias continuas para impulsar su competitividad está agravando las dificultades existentes en el sector. Esto es evidente en el suministro inadecuado de bienes públicos, incluidas infraestructuras, servicios fundamentales y seguridad.

También, se sabe que los mercados minoristas en Perú se destacan por la importante labor de abastecimiento de bienes a los consumidores que realizan, y estos espacios se han ido adaptando al cambio vertiginoso de las ciudades, contribuyendo no sólo al desarrollo económico del país, sino también al fortalecimiento del tejido social que se genera entre proveedores, clientes y otros actores, Yataco (2021). Sin embargo, la realidad actual se refleja en todo el país, incluidas las selvas del Perú y el distrito de Nueva Cajamarca, ubicado en la provincia Rioja en el departamento de San Martín. Se sabe que en esta ciudad desde 1967 se documenta la primera incursión de habitantes, principalmente de Cajamarca y Amazonas, una población trabajadora que desde siempre busca principalmente su progreso a través de emprendimientos agrícolas, ganaderos, industriales y comerciales, Silva (2019) .

Por lo que, el mercado minorista “José Olaya” es un sitio donde vendedores de diversas localidades ofrecen y demandan mercancías de las tres regiones de nuestro país. Actualmente contribuye al crecimiento socioeconómico del distrito, provincia y consecuentemente de la región, Quispe (2020) . Este establecimiento comercial, también conocido como "Campo Ferial", se fundó el 5 del mes de septiembre de 1994 por un conjunto de comerciantes ambulantes detallistas de Pomacochas, Pedro Ruiz, Chachapoyas y Chiclayo, entre otros lugares, y marcó el inicio de las reconocidas "Ferias Dominicales" del barrio.

La construcción de puestos en 1997 favoreció la circulación de la zona y al año siguiente se constituyó “José Olaya”, una asociación de comerciantes del mercado minorista. Desde entonces, el mercado ha sido ineficiente desde el punto de vista estructural y operativo. Los puestos, que son la principal fuente de vida en

el mercado, tienen mal tamaño, infraestructuras inadecuadas y están en malas condiciones físicas y espaciales. Se presta poca atención a las necesidades del consumidor de servicios de viaje, calidad, higiene y salud, lo que presenta problemas con el flujo interno y el tráfico y contribuye al caos y la congestión.

El mercado minorista José Olaya tiene hoy muchos problemas urbanísticos y arquitectónicos porque no ha logrado consolidarse de una manera adecuada, segura y saludable para la población a pesar de sus más de veinte años de existencia. Esto se debe a que el mercado creció espontáneamente y con los recursos de sus asociados. Los días predominantes en este mercado, en el cual hay mayor actividad en la comercialización de los productos, son los viernes y sábados. Como resultado, hay un evidente problema de hacinamiento en estos días más que en otros, lo que genera problemas tanto internos como externos. Así mismo, el mercado minorista "José Olaya" tiene ahora una serie de problemas urbano-arquitectónicos que preocupan tanto a los vendedores y clientes como a la población en general. Todo como resultado de una asignación, planificación y organización iniciales deficientes para la consolidación de este equipamiento.

Debido a ello, los habitantes de Nueva Cajamarca corren el riesgo de disminuir su calidad de vida por este problema. Además, está desestabilizando el crecimiento comercial del barrio generando confusión y malestar entre los clientes y usuarios del mercado. Por todo ello, se pretende analizar la actividad comercial del mercado José Olaya con el fin de conocer las necesidades arquitectónicas y, posteriormente, plantear una propuesta de solución adecuada al equipamiento de forma que resuelva los distintos problemas de funcionamiento y espacios de reunión que se plantean en la actualidad. y, en consecuencia, se desarrolle de la mejor manera para el bienestar y comodidad de los comerciantes y usuarios del mercado minorista José Olaya.

Así pues, teniendo en cuenta lo anterior descrito, se realiza el siguiente planteamiento del problema: ¿Cuáles son los criterios de diseño de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja 2023?

Esta investigación se justifica dado que el distrito de Nueva Cajamarca será el más beneficiado con la presencia de un mercado contemporáneo en condiciones ideales y con un sentido de identificación del usuario con las instalaciones de éste,

será vital expresar la generosidad de la justificación de este estudio a esta zona, por ello se presenta a continuación, aquellos aspectos necesarios para la justificación:

En lo teórico se justifica debido a que los estudios e investigaciones futuras sobre el Mercado Minorista "José Olaya" emplearán toda la información y los datos recopilados de esta investigación y podrán desarrollar una nueva comprensión de lo que son los mercados tradicionales, a su vez podrán tomar los criterios evaluados y tomarlos como ejemplo para la aplicación en el diseño arquitectónico de futuros mercados.

Además, en la práctica esta investigación brindará un estudio del problema existente en la zona del mercado minorista mencionado, lo cual será un ejemplo para futuros diagnósticos ya que parte de la problemática identificada en este lugar de investigación podría repartirse en otros establecimientos por ello esta investigación puede tomarse como un ejemplo para las futuras elaboraciones de planes con una metodología adecuada para un óptimo desarrollo en espacios comerciales.

En lo social se justifica dado que esta investigación aportará a un mejor desarrollo económico por el incremento de negocios en el establecimiento y a su vez se verán beneficiados por la identificación del proyecto con el público usuario, para obtener una ubicación con las comodidades adecuadas que permita una amplia expansión de las operaciones comerciales dentro del sector minorista, en beneficio del barrio, por ello el distrito de Nueva Cajamarca se beneficiará de una mejor calidad de vida e imagen.

Con respecto en el ámbito metodológico de esta investigación se identificaron dos categorías, la primera categoría llamada arquitectura comercial y la segunda categoría es la cultura arquitectónica. Por ello con todos los datos recopilados durante el estudio, este proyecto de investigación será de utilidad tanto para los actuales como para los futuros profesionales que quieran contribuir al progreso de la ciudad y del Mercado Minorista "José Olaya". Se podrán beneficiar a todos los comerciantes del mercado, así como para los consumidores, ya que de ello resultará una mayor comercialización de sus bienes. Con todo ello, se mejorarán las condiciones de compra y venta en las operaciones comerciales del mercado y espacios culturales para todos los usuarios. Es de gran utilidad para las

autoridades municipales del distrito porque beneficiará en gran medida a toda la comunidad, permitiéndonos identificar sus problemas existentes y seleccionar el mejor curso de acción para la repotenciación y mejora del Mercado Minorista "José Olaya".

Esta investigación tiene como objetivo general: Explorar criterios de diseño de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja 2023. De la misma forma el objetivo general tiene los siguientes objetivos específicos: (A) Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya. (B) Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comercial. (C) Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya. (D) Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. (E) Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se estuvo estudiando los antecedentes de arquitectura comercial y cultura arquitectónica para construir los requisitos de diseño arquitectónico y sus características. Para llevar a cabo tanto la presente investigación, se han tomado como referencia artículos y/o investigaciones científicas tanto internacionales como nacionales, todos ellos comparables en características formales, funcionales y conceptuales. El propósito más importante del estudio de caso fue recopilar los datos que se requerirán para las acciones del proyecto descritas en esta tesis.

Domínguez (2021) en su artículo “Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019”; presentada a la revista científica *Arquitectura y Urbanismo*; brindó su crítica del diseño comercial y el desarrollo inmobiliario de los últimos 10 años en México con el objetivo de analizar las circunstancias y posibilidades de desarrollo existentes y a futuro, tomando en consideración las tendencias inmobiliarias mexicanas. Plantea una metodología descriptiva-deductiva para caracterizar el tema de investigación y utilizar el trabajo de campo para seguir la distribución, movilidad y flujo de consumidores en diversos centros comerciales. Como resultado, se caracterizó el panorama del mercado inmobiliario comercial de México durante el periodo de estudio. En la conclusión indicó que los centros comerciales son más atractivos que las tiendas convencionales porque son más grandes, ofrecen más posibilidades de diseños personalizados, generan más dinero y proporcionan a sus consumidores más atractivos.

Así mismo Hombourger y Barès (2019) en su artículo “La face cachée de la co-création de valeur : l'exemple de l'architecture commerciale française” para la revista *Management international*; el objetivo de este artículo se centró en los esfuerzos de colaboración para crear un nuevo concepto de tienda. Para adquirir datos, el enfoque metodológico cualitativo-explorativo implicó un estudio etnográfico, una técnica de observación, debates, eventos y reuniones. Además, ofreció una colección de sugerencias de gestiones pertinentes para la industria de la arquitectura comercial o cualquier campo creativo. Los resultados revelan los efectos de las relaciones entre los personajes y las causas de su creación y construcción. En conclusión, pudieron caracterizar la dinámica actual de las relaciones gracias a su participación en la red de arquitectura comercial, que

también ha dado lugar a la creación de redes de lectura que complementan la teoría académica de la lógica predominante del servicio.

De igual manera, Yu (2019) en su artículo “A Case Study on the Characteristics of Cultural Expression in Contemporary Commercial Architecture Design in China” para la revista *The Journal of the Korea Contents Association*; tuvo como principal objetivo, examinar seis ejemplos conocidos y representativos de la arquitectura comercial contemporánea china. Este artículo comparó y contrastó las zonas típicas de los edificios comerciales de seis de las principales ciudades chinas mediante el método de investigación cualitativa basada en el análisis documentario y el estudio de casos. Como resultado, se determinó que la regionalidad cultural está estrechamente relacionada con factores sociales y del entorno natural y la costumbre cultural requiere centrarse en elementos específicos de la región en el interior de la arquitectura comercial. En conclusión, a partir de investigaciones previas, se derivaron los ítems de evaluación de las características de las expresiones culturales y comparamos las perspectivas sobre la teoría espacial de la arquitectura comercial.

A su vez, Pérez (2017) en su artículo “Arquitectura comercial de la ciudad de Roma. Una aproximación a la definición de las avenidas de carácter suntuario: de la vía Sacra a la Quinta Avenida” para la revista *REUDAR. European Journal of Roman Architecture*; El objetivo se centró en la construcción de nuevas y lujosas calzadas y, en segundo lugar, en la transformación de la topografía comercial de Roma durante el periodo clásico. Para ello usó como metodología el estudio de diferentes sectores comerciales y comparó los resultados con los datos disponibles más recientes para determinar si podían establecerse correlaciones. Como resultado al comparar los tipos de avenidas de dos épocas con economías muy diferentes fue que la esencia del comercio determinó el carácter de la avenida y no al revés. En conclusión, la preponderancia de los comercios de gama alta en una calle determinó su posición ostentosa en el tejido urbano, y si estos comercios se ven obligados a trasladarse, los consumidores adoptarán rápidamente el nuevo barrio como destino de sus compras de lujo.

También Martínez (2018) en su artículo de grado “Arquitectura comercial como detonante de la revitalización urbana” para la Universidad Católica de Colombia; Su principal objetivo fue desarrollar estrategias para revitalizar los

distritos comerciales metropolitanos con el fin de aumentar el impacto social de esta industria. La investigación se desarrolló, utilizando la metodología de diseño concurrente, que es un proceso que opera simultáneamente en todas las áreas de diseño desde el inicio hasta la finalización. Como resultado, se adquirió un proyecto arquitectónico basado en la evaluación de los componentes artísticos y tecnológicos implicados en la materialización del edificio. Se concluyó que la actividad comercial contribuye al crecimiento urbano.

Del mismo modo Jian & Qin (2022) en su artículo “The application of big data network crawler technology for architectural culture and environment protection” para la revista *Concurrency and Computation: Practice and Experience*; tuvo como objetivo de investigación la conservación arquitectónica, con el grupo étnico local Maonan como objeto de la investigación, para ello la metodología incluía la adquisición de datos y la investigación de la tecnología de escaneo de big data. Sus resultados mostraron la investigación de los esfuerzos para preservar y mejorar la arquitectura y el paisaje del barrio, además, la investigación reveló que el grupo étnico Maonan tiene su propio conjunto de costumbres y prácticas locales distintivas. En conclusión, los Maonan son una comunidad indígena de Guangxi que, a pesar de la amplia sinicización, han mantenido sus propias prácticas culturales.

Por otro lado, Zhang et al. (2017) en su artículo “Characteristics and Forming Mechanisms of Architecture Cultural Landscape in Zhaoqing’s Traditional Villages” para la revista *Tropical Geography*; El objetivo fue analizar el pueblo tradicional de Zhaoqing con rasgos culturales Lingnan para beneficiar las investigaciones teóricas sobre la cultura arquitectónica. Las características y el proceso de creación de su paisaje cultural arquitectónico se analizaron utilizando la metodología de investigación de gramática espacial. Los resultados indicaron que el paisaje influyó en el concepto clásico de cultura, además los clanes y los lazos de sangre regularon la extensión espacial de las comunidades clásicas, dando lugar a una organización espacial que facilita la comunicación y la adhesión de calles. En los terrenos llanos, los espacios públicos se elevan y la configuración de calles y callejones se simplifica. En conclusión, los seis estudios de caso de este estudio no prestaron atención a la distribución de ciudades, montañas o ríos, centrándose únicamente en la conservación de la forma y la estructura geográficas.

Por su parte Miftahul et al. (2022) en su artículo “Budaya Arsitektur dalam Islam (Cultura arquitectónica en el Islam)” para la revista Jurnal Pendidikan Tambusai. Este estudio pretendió contribuir al conocimiento y la comprensión de la cultura islámica en el sector de la construcción. Por ello se usó como metodología la recopilación de datos de análisis bibliográfico; a partir de los datos analizados, se seleccionó, evaluó y se registró los datos pertinentes. Por ello como resultado de este estudio, los arquitectos conocieron mejor la cultura islámica. Para finalizar su conclusión es que el diseño islámico fue la integración del proceso de adoración a Dios y el comportamiento de la persona, con una conexión tranquila entre el ser humano, su entorno y su creador. Por ello uno de los factores que pueden contribuir al avance de la sociedad es la arquitectura islámica.

Además, Salamak y Fross (2016) en su artículo “Bridges in Urban Planning and Architectural Culture” para la revista Procedia Engineering. Tuvo como objetivo principal, aportar conocimientos para cruzar un accidente topográfico difícil y así poder llevar suministros o personas hacia el otro extremo. Para su metodología se utilizaron las siguientes técnicas de evaluación de la investigación: análisis bibliográfico, investigaciones observacionales in situ de los objetos e investigación personal. Obtuvieron como resultado que los puentes se consideraron a menudo indicadores de la innovación tecnológica y la capacidad de construcción, así como de las perspectivas económicas de una región. En conclusión, la importancia de los puentes en la planificación urbana y las normas de construcción estuvo claramente influida por su tipo de uso previsto, y esto es evidenciado en la demostración de los ejemplos evaluados en la investigación.

Por último, Akiner et al. (2021) en su artículo “The Memetic Evolution of Latin American Architectural Design Culture” para la revista Buildings; se trató de un análisis pionero de la cultura arquitectónica de América Latina, que posee un lenguaje de diseño nacional propio. Este estudio tuvo como objetivo demostrar los códigos semióticos culturales y el lenguaje arquitectónico a través de un análisis semiótico de las formas constructivas influidas por la cultura latinoamericana. En su metodología emplearon una técnica de recopilación y comparación de datos para resumir la situación semiológica actual. También se analiza el lenguaje semiológico de la arquitectura latinoamericana y el contexto cultural de la teoría de Roland Barthes y Umberto Eco. Los resultados del estudio indicaron que la cultura

arquitectónica latinoamericana ha influido en los conocimientos arquitectónicos convencionales de diversas civilizaciones. En conclusión, para comprender el efecto del rendimiento mental en el diseño y la innovación, fue esencial centrarse en el desarrollo de la inteligencia a través de la interacción personal y social.

Por consiguiente, en esta parte se desarrollarán los fundamentos teóricos del estudio ampliando las dos categorías que se han presentado, las cuales son: arquitectura comercial y cultura arquitectónica. Además, se incluirán los fundamentos teóricos de la investigación en forma de subcategorías e indicadores.

Se establecerá como primera categoría, la "arquitectura comercial". Se especificará esta categoría, con la intención de derivar de ella otras subcategorías e indicadores, ya que las teorías mencionadas tienen una base literaria que enriquece el argumento del estudio.

Tabla 1. *Tabla de categoría: subcategorías e indicadores de la variable 1*

| CATEGORÍA | SUBCATEGORIAS | INDICADORES |
|-----------------------------------|----------------------|---|
| ARQUITECTURA COMERCIAL | Mercado Minorista | Diseño minorista Actividad comercial |
| | Criterios de diseño | Función Forma Flujograma |
| | Sostenibilidad | Bioclimático Confort Térmico Arquitectura Vernácula |

Fuente: elaboración propia.

Definición de categoría

Teniendo en cuenta cómo se define la arquitectura comercial, según Domínguez (2021) la arquitectura comercial, es la infraestructura total construida que respalda la realización de actividades comerciales a escala mundial, también incluye la promoción inmobiliaria que fomenta el compromiso directo con el cliente. Este segmento de mercado tiene una gran importancia económica por su potencial para el diseño y la construcción de empresas y centros comerciales. Debido al aumento de la actividad comercial, han surgido sitios dedicados donde los fabricantes tienen la oportunidad de dispensar, exhibir y almacenar sus productos en regiones sostenibles para los humanos, lo que permite a los consumidores

potenciales comprarlos. En consecuencia, los probables consumidores en paralelo tienen la oportunidad de comprarlos en un espacio ya que disfrutan de ciertos beneficios. Aquellos espacios lograron convertirse en puntos de socialización, para entretenerse y desarrollar actividades de ocio que históricamente se desarrollaban en espacios públicos como parques, áreas verdes, paseos y otros espacios abiertos.

A su vez, Hombourger y Barès (2019) indicaron que en la red de la arquitectura comercial en Francia está regida por tres grupos de actores: los creativos (arquitectos y diseñadores) , los constructores (albañiles y jefes de proyecto) y los comerciantes (propietarios de tiendas) . Además, para innovar es necesaria una actividad en red en la que colaboren varios agentes como arquitectos, agentes instaladores, fabricantes de muebles, etc. Sin embargo, algunos minoristas pese a que quieren integrarse, terminan optando por confiar en proveedores de servicios externos para garantizar el desarrollo, la aplicación y la implantación de sus nuevos diseños de espacios comerciales. En la actualidad no existe ningún directorio ni información estadística precisa sobre el sector de la arquitectura comercial. La ambivalencia del proceso de coproducción se muestra a través de un estudio antropológico de la arquitectura comercial. Los espacios comerciales, sin embargo, sólo conciernen a una parte de sus miembros.

También Yu (2019) La arquitectura comercial se trata de un enorme complejo con múltiples funciones, entre ellas el comercio minorista, el entretenimiento, el ocio y el aprendizaje y es uno de los hitos más reconocibles de la ciudad. Además, desempeña un papel crucial en la vida cotidiana de sus habitantes, como centro neurálgico de la metrópoli moderna.

Además, Pérez (2017) nos habló de la arquitectura comercial en Roma, Así muestra la historia de la progresión de la arquitectura comercial y del núcleo urbano desde una forma agraria a otra más flamígera de comercio. También indica la importancia de la de los espacios comerciales, su ubicación en la antigüedad y su influencia en las avenidas o calles más cercanas y comparándolo con la arquitectura comercial de la actualidad en la Causeway Bay de China, la avenida Upper Fifth de Nueva York y la avenida des Champs-Élysées de París, por ello se consideró que la ubicación del comercio era, y sigue siendo, un elemento clave en la determinación de su logro económico. Por otro lado, se dijo que cada vez hay

más casos en los que los grandes espacios o áreas comerciales tiene la capacidad de obtener a más visitantes que los parques temáticos, por ellos se ve una gran importancia de la arquitectura comercial dentro del ámbito urbano por su impacto tanto en calles y a sus alrededores como también en el beneficio económico de los arrendatarios y mercaderes de la zona.

Por último, Martínez (2018) indicó que la arquitectura comercial de una ciudad tiene un gran impacto en su funcionamiento, ya que proporciona al público en general puntos de interés, fomenta el contacto social, el sentido de pertenencia y aumenta el capital. Hay que destacar la influencia de las actividades comerciales en el crecimiento socioeconómico de una urbe. Los centros comerciales, en particular, contribuyen al crecimiento socioeconómico de la ciudad fomentando la mejora local y regional allí donde están situados. El uso de la arquitectura comercial debe tenerse en cuenta a la hora de desarrollar métodos de rehabilitación urbana, ya que mejora la dinámica económica y social del barrio. Como resultado, se demostró que la actividad comercial está vinculada al crecimiento de la ciudad. Se aconsejó investigar más a fondo los planes urbanísticos de la ciudad, en particular los que implican a la vivienda como elemento importante para lograr una rehabilitación urbana completa, ya que el uso comercial por sí solo no puede asegurar la regeneración completa de una zona.

Como Subcategoría 1 tenemos: Mercado Minorista

Guimarães (2019) comentó en su artículo que el mercado minorista tradicional es un lugar público en su origen y tiene un interés público en cuanto al abastecimiento de las partes más desfavorecidas de la comunidad; sin embargo, sus principales claves originales están siendo rechazadas en favor de una explotación capitalista de la población. El recinto comercial se considera un lugar de ocio y consumo.

También, Vargas y Rodríguez (2016) indicaron que el mercado minorista es el espacio en el que se venden diversos artículos al cliente. Debido al hecho de que las transacciones privadas mezclan artículos en cantidades basadas en la cantidad requerida por el comprador o el hogar, las compras de los clientes suelen seguir el crecimiento de la demanda agregada nacional. El lado de la oferta del mercado está formado por empresas que venden al por menor o casi al por menor, apoyadas por

variables como los recursos financieros, la estructura, los sistemas de gestión de la información y la distribución local y mundial.

Por último, Guimarães (2018) indicó que el mercado minorista tradicional es un espacio público que a su vez adquiere un interés público con respecto al abastecimiento de las zonas más desfavorecidas de la población, por ello sus características principales se están descartando en detrimento de una explotación capitalista del recinto minorista visto como un lugar de ocio y consumo.

Como Indicador 1 tenemos: Diseño Minorista

Quartier et al. (2020) menciona que el ritmo de cambio en el comercio minorista y el diseño de tiendas es bastante rápido. Según Quartier (2017) , como se citó en Quartier et al. (2020) , el diseño minorista es ahora una profesión de diseño transdisciplinar distinta, que se refiere al diseño de lugares virtuales o físicos para vender artículos, servicios y/o marcas a los clientes. En este proceso, la función del diseñador ha evolucionado para incluir la representación sensorial de los valores de marca del minorista y la integración de las demandas de los clientes en el programa espacial.

Como Indicador 2 tenemos: Actividad Comercial

Así mismo, Lemoine et al. (2018) mencionó que, a pesar de que a primera vista todas las actividades comerciales pueden parecer iguales, una inspección más profunda revela importantes diferencias. Algunas son más sustanciosas que otras; otras tienen líneas de actividad distintivas; otras sirven a nichos distintos en regiones o mercados diversos o han adoptado estructuras organizativas novedosas para lo cual cada establecimiento que albergue cada tipo de comercio debe cumplir con las exigencias del usuario.

Como Subcategoría 2 tenemos: Criterios de Diseño

Sasmita et al. (2020) describió los criterios de diseño que según su investigación servirán de directrices para futuros desarrollos de centros comerciales basados en el espacio público peatonal en ciudades indonesias. (a) El emplazamiento del edificio debe estar situado entre zonas significativas ya existentes. (b) La masa edificada del centro comercial se subdivide en una serie de edificios para generar espacio público abierto entre las masas. (c) Se necesita un sistema de tránsito o de transporte público para fomentar los desplazamientos a pie en las zonas urbanas. (d) Toda circulación integrada debe ayudarse mutuamente

para atraer a los clientes y permitir la movilidad de los paseantes públicos. (e) El entorno urbano, rígido, congestionado y contaminante, debe equilibrarse con la forma o la fachada del edificio. En consecuencia, podrían utilizarse analogías de características naturales, como formas orgánicas o materiales naturales, para atraer a los visitantes. (f) La forma orgánica o en curva también debe aplicarse en los cruces de circulación para ofrecer a los peatones un amplio campo de visión que les permita anticiparse a los obstáculos y evitar colisiones.

A su vez, Aguilar (2019) mencionó los criterios de diseño arquitectónico son aquellos que se consideran de suma importancia al momento de proyectar una edificación, dentro de los cuales considera que los más relevantes son la iluminación, la colorimetría, la ventilación, la acústica y a su vez el confort térmico. Por ello en su estudio analizó los criterios de diseño para mejorar la acústica de los espacios educativos, también realizó una comparativa de los criterios de diseño designados por la normativa de su país. Por lo que llegó a la conclusión que existen algunos criterios que son usados a nivel internacional y que son necesarios incluirlos dentro de los espacios educativos.

Por último, Tabak et al. (2022) mencionó que el estudio de los criterios de diseño de Moore en arquitectura espacial de los mercados abiertos hacía hincapié en la accesibilidad, la tranquilidad física y psicológica, y la aportación física y visual al paisaje y a los recursos hídricos. Un estudio de Balsas y Carlos, titulado "La importancia de los mercados públicos en la habitabilidad y competitividad urbanas", que examinaba ejemplos de varias regiones, ofrecía los siguientes criterios de diseño para los mercados: acceso-transporte (peatonal, transporte público y aparcamiento, etc.) , diseño del edificio (mercado de varios pisos o abierto en el suelo) , diseño estructural interior (puestos de comercio privados o como tienda abierta) , zona comercial principal, servicios adicionales (espacios extra como librería, bancos, librería, centro social) , programa de ocio (conciertos, festivales de arte, etc. que indican el uso flexible del espacio) , componentes administrativos (privados o públicos).

Como Indicador 1 tenemos: Función

Ruiz (2018) nos explica la función de ciertos espacios, como la función del registro arqueológico, que se limita sobre todo a las aún llamadas de mal forma como tabernas, que posiblemente fusionaban la labor comercial con la de vivienda.

Sin embargo, la función también se aprecia en espacios abiertos, como el polémico complejo bajo imperial de Cercadilla, al que Arce (2010) como se citó en Ruiz (2018) interpreta como una villa desarrollada casi al finalizar el siglo III-principios del IV, otros recomiendan entenderlo como un palacio imperial más que como la residencia de un individuo prominente. Hidalgo (2014) como se citó en Ruiz (2018) , entre otras opciones. En consecuencia, el debate sobre su funcionalidad no se puede precisar si refiere una función pública, semipública o privada por ello esta duda sigue abierta. Por otro lado, también se vio que los Domos tenían una restructuración de sus espacios y además contaban con varios espacios polifuncionales, como sus patios. Como Indicador 2 tenemos: Forma

Ureta (2016) mencionó que la forma es aquello que engloba el interior de un espacio y origina el espacio exterior, entendido externamente a través del volumen; envolvente que contiene el espacio habitable para el humano, para realizar una o una serie de actividades de una función, con sus materiales limitantes de suelo, pared, y techo que definen y conforman a través de su función la masa arquitectónica que contiene el espacio y el volumen, siendo el resultado y la respuesta al entorno y contexto que encierra el espacio y el volumen. Funciones tan evidentes como el trabajo, la relajación y recuperación, la iglesia, el recreo, la educación, etc., inmersas en la vida cotidiana de un periodo y lugar concretos, constituyen la respuesta final de la forma arquitectónica.

Como Indicador 3 tenemos: Flujograma

Carrasco et al. (2022) indicaron que un argumento puede examinarse y diseccionarse mediante un flujograma. Cada programa tiene un color de fondo distinto, y hay innumerables caminos que conectan los distintos nodos. El flujograma ilustra el conflicto que surge en la intersección de fuerzas del proyecto.

Como Subcategoría 3 tenemos: Sostenibilidad

Según lo que nos indicaron Vásquez y Jiménez Molina (2022) la noción de sostenibilidad supone un cambio fundamental en la forma de ver a las personas y su entorno. Todo el mundo acepta la interdependencia de los retos medioambientales, sociales y económicos, así como la necesidad de colaborar para garantizar que la satisfacción de las demandas del presente no ponga en peligro la capacidad de las generaciones futuras para hacer lo mismo. El Informe Brundtland

define la sostenibilidad en el sector empresarial como "un proceso dinámico que restablece el equilibrio esencial para el bienestar organizativo y social a largo plazo". El Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible (IISD) ofrece una definición más precisa de la sostenibilidad empresarial como "la adopción de estrategias y actividades empresariales que satisfagan las necesidades de la organización y sus grupos de interés al tiempo que protegen, sostienen y mejoran los aspectos humanos y naturales que serán necesarios en el futuro."

También, Rashedi et al. (2022) nos hablan del impacto de la sostenibilidad aplicada a la construcción tomando en cuenta el impacto de los muros. Dado que la economía circular incluye la reutilización, el acortamiento y el reciclaje de los residuos de madera (bio hormigón, compuesto de madera y plástico), estas acciones tendrán un efecto menos negativo en el medio ambiente. Por ello se necesita un estudio exhaustivo para evaluar la construcción de edificios de estructura de madera con fines de desarrollo sostenible. El único material de construcción que recoge CO₂ del aire y beneficia al medio ambiente más allá de su vida útil es la madera. A pesar de la importancia del muro en la construcción de edificios, la escasa información disponible sugiere la necesidad de seguir investigando para garantizar una evaluación precisa o exhaustiva de las consecuencias sobre la sostenibilidad en términos de energía y medio ambiente.

Por último Andia et al. (2020) se produce una sugerencia para la gestión sostenible de la empresa cuando se interconectan la arquitectura empresarial y la sostenibilidad, que debe abarcar los elementos económicos, medioambientales y sociales. Dado que la arquitectura empresarial sostenible incorpora criterios de sostenibilidad a los modelos de gestión, los principios, las estrategias y las operaciones de las empresas, se consideró viable combinar estas ideas a nivel teórico y práctico. La realidad empresarial no contradice la idea de sistema cerrado que ha caracterizado durante mucho tiempo a los marcos de gestión. Esto se debe a que estos modelos no tienen en cuenta el contexto social o medioambiental en el que operan las empresas. A luz de las cuestiones enunciadas, según Uribe et al. (2018) como se citó en Andia et al. (2020) , Se considera que una organización es sostenible cuando contribuye al mayor bien de la sociedad a medio y largo plazo a través de ventajas económicas, medioambientales y sociales, promoviendo así el desarrollo y la prosperidad de las generaciones futuras.

Como Indicador 1 tenemos: Bioclimático

Como lo indicó Romero et al. (2020) es importante que los proyectos bioclimáticos en zonas cálidas, según su modelo 1, tengan (a) cubierta con estructura de madera aligerada, chapa exterior y aislamiento interior, que funcione como doble cubierta con buhardilla ventilada; (b) muro de bloque de hormigón de 0.12 m en paredes norte y sur, más aislamiento térmico de 0.0254 m (1") en muros este y oeste; (c) ubicación de ventanas que favorecen la ventilación cruzada; (d) elementos de sombreado de ventanas con prolongación de tejado; Además, el modelo 2 incluye las siguientes técnicas bioclimáticas: (a) tejado de paneles de hormigón celular tratado en autoclave (b) muros de CCA, tipo CCA-4; (c) uso de ventilación e iluminación naturales; (d) uso de patios exteriores; (e) uso de sombreado solar en muros; y (f) alturas interiores superiores a 2,40 m. Para cada estudio de caso se elaboró un caso base similar a la vivienda real construida. Se sugirió modificar el diseño de la envolvente de la vivienda para aumentar la eficiencia energética.

A su vez Bugenings y Kamari (2022) mencionaron que para crear un ambiente interior agradable con un bajo consumo energético, la arquitectura bioclimática tiene en cuenta el clima local y los patrones meteorológicos a lo largo de todo el proceso de diseño. Según Košir, dentro de la arquitectura bioclimática hay dos enfoques: el diseño bioclimático analítico y el diseño bioclimático sintomático. El primero analiza el clima local, identifica el potencial bioclimático y determina las medidas bioclimáticas adecuadas. El segundo analiza los edificios vernáculos que ya han adaptado medidas bioclimáticas y reproduce las medidas identificadas. Este documento no distingue entre las estrategias arquitectónicas que surgen de uno u otro enfoque.

Como Indicador 2 tenemos: Confort Térmico

Galiano et al. (2021) indicaron que se han desarrollado muchos enfoques para analizar y predecir el bienestar de los habitantes de los edificios. El confort térmico puede describirse como un estado corporal que transmite placer térmico y bienestar en un entorno construido y se evalúa subjetivamente. El colapso del modernismo acentuó el interés de los ingenieros medioambientales y de la construcción por el desarrollo de estas técnicas.

Como Indicador 3 se tiene a: Arquitectura Vernácula

Como lo indicó Fuentes (2023) la relación de la arquitectura vernácula con los edificios más característicos de un lugar concreto es sólo una parte del cuento. El término "vernáculo" puede ampliarse para incluir, entre otras cosas, las residencias residenciales ordinarias en ciudades y pueblos, los edificios preindustriales, las instalaciones comerciales y los edificios o infraestructuras comunales. La arquitectura vernácula se representa por el empleo de materiales de la localidad, un diseño planimétrico adaptado al clima y la topografía, técnicas de construcción y recursos estéticos transmitidos y readaptados a lo largo del tiempo, y la participación de los usuarios y artesanos locales en su diseño y construcción.

Por consiguiente, se estableció la segunda categoría, la "Cultura arquitectónica". Del mismo modo que la categoría anterior, se especificará esta segunda categoría, con la intención de derivar de ella otras subcategorías e indicadores, ya que las teorías mencionadas tienen una base literaria que enriquece el argumento del estudio.

Tabla 2. *Tabla de categoría, subcategorías e indicadores de la variable 2*

| CATEGORÍA | SUBCATEGORIAS | INDICADORES |
|-----------------------------------|------------------------|--|
| CULTURA ARQUITECTÓNICA | Actividades artísticas | Espacios socioculturales Representación Cultural |
| | Identidad Cultural | Arquitectura Cultural Identidad arquitectónica Valor patrimonial |
| | Conceptualización | Ideas Metáfora |

Fuente: elaboración propia.

Definición de categoría

La capacidad del hombre para reflexionar sobre sus propios actos es producto de la cultura. La cultura es lo que nos distingue como seres realmente humanos. Inteligentes, escépticos y firmemente dedicados a los principios éticos. Por ello Jian y Qin (2022) indicaron que la cultura arquitectónica de Maonan es un reflejo por de las costumbres y el patrimonio de tradiciones, así como de las características locales. Por otro lado, los aspectos estéticos y decorativos se ven influenciados por la cultura de la región mediante el uso de esculturas y técnicas locales integradas en los muros exteriores. A su vez, las estructuras se modificaron con el paso del tiempo y la nueva modernidad que se ha asentado en la región.

Según Miftahul et al. (2022) indicaron que en la investigación de Saoud, la construcción de la Kaaba, lugar de culto y devoción humana a Allah SWT, marcó el inicio de la cultura arquitectónica. Por ello desde ese momento se tuvo una cultura arquitectónica como raza. Además, la Kaaba, construida por el Profeta Adán sirvió como punto central de todo el culto humano a Allah SWT y este es el origen de la cultura arquitectónica islámica.

A su vez, Rodríguez (2018) mencionó que el origen latino preclásico colere, que significa cuidar, nutrir, trabajar y desarrollar, así como ocupar, adornar, reverenciar y venerar, es de donde deriva la cultura arquitectónica. El concepto de cultura arquitectónica presupone que el diseño es un modo de pensamiento y adquisición de conocimientos que requiere una instrucción continua. La cultura arquitectónica denota un compromiso decidido por asimilar el sistema conceptual de la disciplina, comprender el legado y reconocer las cuestiones y disputas contemporáneas. Con este conocimiento, el diseñador reconoció que la adquisición de conocimientos y una inmersión suficiente en la materia permiten que el impulso creativo identifique oportunidades latentes y problemas sin resolver.

Además, Zhang et al. (2017) comentaron la cultura arquitectónica es aquella que se ve influenciada por las características de los estilos tradicionales. Como resultado de su investigación, se entendió que la cultura arquitectónica evaluada refleja un subconjunto de valores cantoneses influidos por las construcciones sociales y domésticas regionales. En consecuencia, se creyó que su cultura arquitectónica posee en este caso un rasgo cultural Lingnan sustancial.

Por último, Akiner et al. (2021) definieron la cultura arquitectónica como aquella que impregna las prácticas canónicas de diversas civilizaciones e incluso se considera parte esencial de la anatomía humana. Por ello fue difícil imaginar a un individuo creativo que no se vea afectado por su entorno, razón por la cual la relación entre cultura y arquitectura se retrata con tanta frecuencia a través del tiempo y el género. La incorporación gradual de una mayor variedad de formas y funciones a la práctica arquitectónica y la consiguiente cultura arquitectónica fue posible gracias al intercambio de conocimientos. En otras palabras, estimuló el desarrollo y la transformación de otras culturas arquitectónicas.

Como Subcategoría 1 tenemos: Actividades artísticas

Según Pedraz (2018) comentó que el arte siempre ha sido un componente de todas las comunidades y naciones, la actividad artística es intrínsecamente humana. La combinación de "artístico" y "actividad" significó la doble dinámica actividad/creación. Puesto que la invención humana fue un componente de la cultura, todas las actividades artísticas son intrínsecamente culturales. Sin embargo, no toda actividad cultural es artística porque no siempre es necesario crear algo.

Además, Alvim et al. (2019) indicaron que las actividades artísticas tienen una gran variedad de descripciones, por lo que describieron a las actividades artísticas como aquellas que promueven el incremento de destrezas de entendimiento y a su vez de la comunicación. Así pues, la participación en actividades artísticas puede fomentar la comunicación y la cooperación entre los grupos. Hay indicios de que las actividades artísticas en grupo pueden fomentar la amistad y el trabajo en equipo. Las actividades artísticas suelen incorporar las artes escénicas, como la música, el teatro y la danza.

Por último, López y Pérez (2018) definieron que la actividad artística es la creación, además es la actividad expositiva que mantiene una conexión con el mercado del arte con esto quiere decir que se tiene en consideración al artista activo.

Como Indicador 1 tenemos: Espacios socioculturales

Según Bhattacharya y Sen (2021) los espacios socioculturales demostraron que, si bien la infraestructura técnica urbana es necesaria para habitar, el factor creativo normativo confiere vitalidad al espacio y lo hace habitable y agradable de recorrer.

Como Indicador 2: Representación Cultural

Zhu et al. (2022) indicaron que la teoría de la representación cultural ha evolucionado en los últimos años como una nueva teoría en la investigación del paisaje, aportando una epistemología y una metodología críticas para el estudio del paisaje que se ha infiltrado en la planificación paisajística y otros ámbitos.

Como Subcategoría 2 tenemos: Conceptualización

Flores (2020) nos indicó que la idea de que un concepto se basa en una analogía formal sigue estando muy extendida a pesar de la gran variedad de métodos de conceptualización. El análogo formal de la noción suele estar

relacionado principalmente con componentes simbólicos de la composición que son visibles para el espectador, no con la sustancia de lo que se aprende a través de la investigación y el análisis del proyecto, y rara vez con aspectos físicos reales de la composición. Desde enfoque visual del fenómeno arquitectónico en su conjunto, este concepto separó la investigación del diseño y la forma, al tiempo que mantiene la división forma-función. Además, se creyó que el diseñador puede ampliar el alcance de su investigación para incluir no sólo la configuración y las relaciones necesarias para la actividad, sino también el entorno necesario para dichas actividades, retirando el concepto de su papel tradicional como guía para la composición formal y adoptando un proceso de conceptualización sistémica centrado en la definición de un sistema generativo.

A su vez, Darwish y Moustafa (2023) nos han demostrado que utilizando las técnicas convencionales de prefabricación empleadas por los artesanos comunes, ModPalma lograron obtener el concepto de forma que reflejaron los principios del diseño de paredes paneleadas de lignocelulosa comercialmente viables. De esta forma se realizó la construcción de un panel del tamaño de uno real y haciendo un análisis arquitectónico de los detalles mediante el método de elementos acabados y con ello también se evaluó la construcción. Además, lograron la eficiencia constructiva, por ello el estudio se centró en la conceptualización de la idea estructural y los aspectos prácticos del panel. Para esto se considera que la eficiencia constructiva es uno de los cuatro conceptos básicos interdependientes del diseño de los PEWP para que sean eficientes en el envolvente del edificio.

Para finalizar, Goytia y Nieves (2020) indicaron que la conceptualización del cosmos se basaba en una realidad independiente de la acción humana; puesto que el hombre está incrustado en ella, no tiene ningún control sobre esta realidad, que se esforzará asiduamente por comprender. Además, la conceptualización de lo percibido en ciudades y territorios siempre ha sido una reacción contra la ceguera ante las imperfecciones de la forma. Sin embargo, como el ser humano es una criatura visual, cualquier representación de un concepto debe implicar necesariamente un conocimiento espacial; tales representaciones son frecuentemente de naturaleza geométrica en las zonas urbanas porque son, en el fondo, una alusión abstracta a una realidad tangible. Sin embargo, el ser humano siempre implicó cierto grado de comprensión espacial por ello emplea la

conceptualización a partir de lo visual. Esto es especialmente cierto en los entornos metropolitanos, donde predominó la preferencia por la geometría y donde la representación es, en el fondo, una mera alusión abstracta a un hecho material.

Como Indicador 1 tenemos: Ideas

Pettoello (2021) describió que la idea es más que un mero pensamiento; también tiene masa, forma y matiz. Para abordar esta idea de forma directa y flexible, el mundo digital sirvió de medio para materializarla y visualizarla. Se pueden utilizar numerosas técnicas para generar, refinar y combinar la idea inicial. Integrar varios métodos en un proyecto puede añadir profundidad y complejidad, pero, en última instancia, lo más importante es tener un concepto sólido y una idea bien definida con la que trabajar.

Como Indicador 2 tenemos: Metáfora

Casakin (2019) nos narró que, en función de sus cualidades, las metáforas arquitectónicas pueden clasificarse en varios ámbitos de experiencia, como la música, los textiles, la fisiología y la mecánica espacial. En esta investigación se encontraron 1636 ejemplos metafóricos y se clasificaron en varios tipos de metáforas, incluyendo dos niveles. En el primer nivel, se encontraron trece tipos de metáforas, tres de las cuales pertenecían a la categoría de movimiento, cinco a la de naturaleza, tres a la de artificial y dos a la de actividades humanas. En el segundo nivel, más sofisticado, se encontraron otras trece metáforas, de las cuales dos correspondían a actividades naturales, siete a actividades artificiales y cuatro a actividades humanas. A continuación, los tipos de metáforas se clasificaron en cuatro grandes ámbitos de experiencia: movimiento, naturaleza, artificial y actividades humanas.

Como Subcategoría 3 se tiene a: Identidad Cultural

Según, Oliveira y Nuriskandar (2022) nos comentaron su estudio de la identidad cultural tomando como ejemplo la cultura del Islam, los símbolos y valores monárquicos y la expresión de la identidad cultural malaya conforman los estilos arquitectónicos del arquitecto Brunei, especialmente sus edificios gubernamentales e institucionales. Naturalmente, esta condición incluye las mezquitas, ya que el islam es la religión estatal de Brunei. A lo largo de la historia, las sociedades han utilizado la arquitectura como hegemonía cultural, política y religiosa para suprimir las normas culturales tradicionales. En muchos lugares del planeta, sobre todo en

el entorno poscolonial, los valores e identidades culturales locales se expresan a través de la arquitectura.

A su vez, Campos (2018) mencionó que la identidad cultural es un fenómeno polifacético que se ha contemplado desde diversas perspectivas, lo que da lugar a su complejidad. En primer lugar, todas ellas pueden clasificarse en identidad como mimetismo o identidad como reflejo. Desde la perspectiva del discurso narrativo, el análisis lingüístico permite integrar dicha dicotomía. Lo mismo ocurre con nuestra capacidad para comprender la realidad de la identidad cultural, es necesaria una temporalización histórica del concepto. Es posible estudiar las raíces de la identidad cultural, así como los niveles regional, urbano, vecinal e individual. La clase, el género, el sexo, la nación, el rango de edad y otros criterios ideales pueden utilizarse para evaluarla. Además de estar impregnada de poder, conflicto y solidaridad, esta noción también tiene propiedades semióticas, sociales y materiales. Las identidades culturales tienen consecuencias semánticas y pragmáticas para los ámbitos, grupos y personas que las componen.

Por otro lado Daly et al. (2021) mencionaron en su artículo que las nociones individuales y colectivas de identidad se ven cuestionadas por los barrios que han sido alterados o modificados. El auge del turismo, dominado por la gentrificación turística, perturba continuamente el sentimiento de conexión con el lugar y la identidad del lugar de los ciudadanos. A su vez, Bernardo et al. (2016) como se citó en Daly et al. (2021) indicó que al analizar las características de identidad cultural percibidas de cada barrio, se distinguieron cuatro categorías: estructura urbana, características sociales, personalidades auténticas y características turísticas. La estructura urbana se refiere a las cualidades físicas que establecen la identidad de un lugar, mientras que las categorías individual y social aluden al arraigo del residente y a las emociones que permiten la identificación social.

Como Indicador 1 tenemos: Arquitectura Cultural

Para Lu (2018) la arquitectura cultural pública agrupada organizó el espacio funcional mediante la expansión hacia el exterior, genera una escala espacial cerrada al ser humano captando el tamaño del espacio urbano, y establece una arquitectura cultural pública agrupada dentro del terreno del proyecto. Basándose en el examen del trazado, la arquitectura cultural pública agrupada y el espacio exterior crean un sistema de espacio público fundamentalmente rico, y las

actividades humanas se centran en el espacio exterior. El plan pudo crearse a lo largo del eje y extenderse uniformemente a los alrededores. El diseño de la interfaz del espacio exterior agrupado es más flexible, y la línea de contorno es el elemento visual más característico, que no sólo debe cumplir los requisitos de longitud, sino también someterse a una renovación periódica para mantener la coherencia de la forma.

Como Indicador 2 tenemos: Identidad Arquitectónica

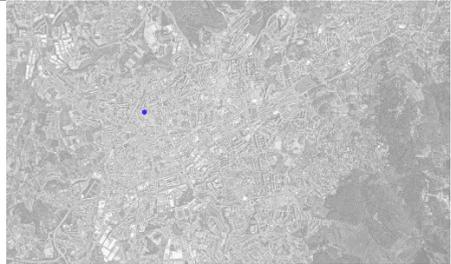
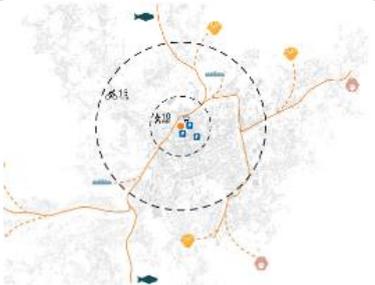
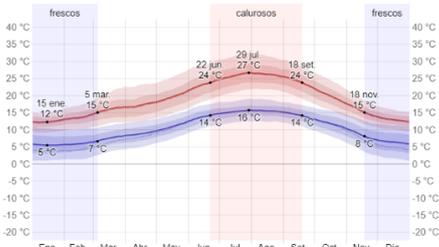
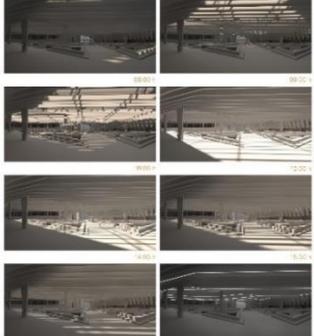
Rahmat et al. (2022) concluyeron que en general, la interpretación de la identidad arquitectónica de una nación consta de tres componentes principales: roles, tipologías y motivos. Estos tres aspectos determinan el debate sobre la categorización de la identidad arquitectónica nacional. Centrándonos en el estudio de la arquitectura de los edificios de la administración pública, la interpretación de la arquitectura de la identidad nacional debe tener en cuenta los patrones de diseño de los edificios de la administración pública gubernamental. En este contexto, la investigación se divide en los niveles macro, meso y micro. Los niveles macro y meso exploran el efecto del contexto y la ubicación en la identidad arquitectónica nacional, mientras que el nivel micro es más específico sobre el desarrollo y la construcción de la propia arquitectura. Los indicadores se han establecido eficazmente utilizando el marco de la identidad arquitectónica nacional del edificio de la administración pública malaya abordado anteriormente en esta investigación.

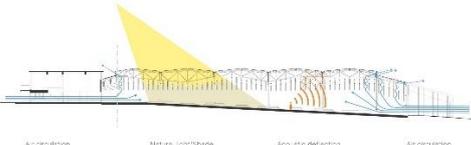
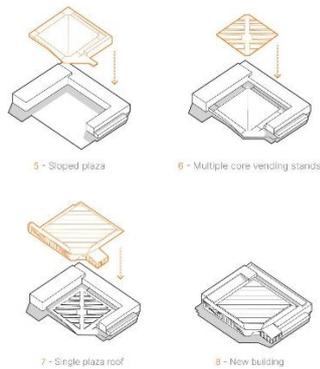
Indicador 3: Valor Patrimonial

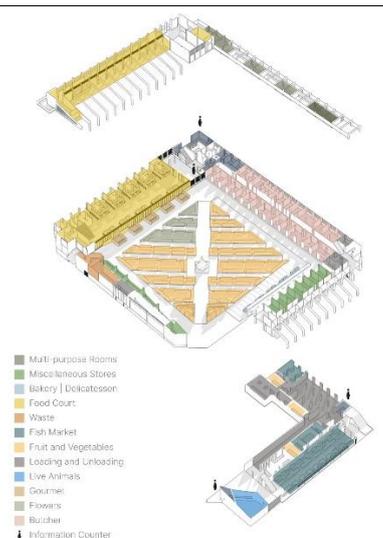
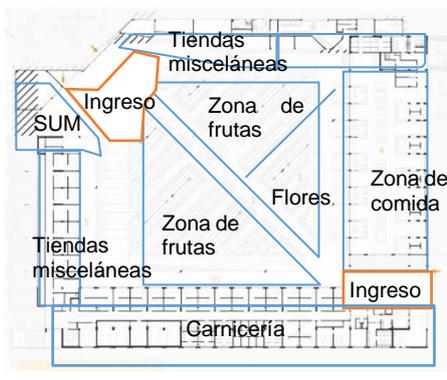
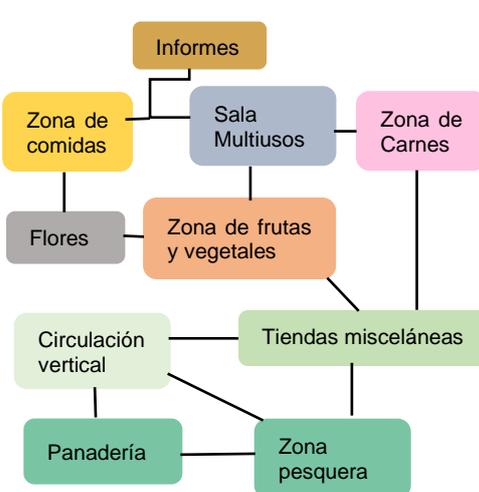
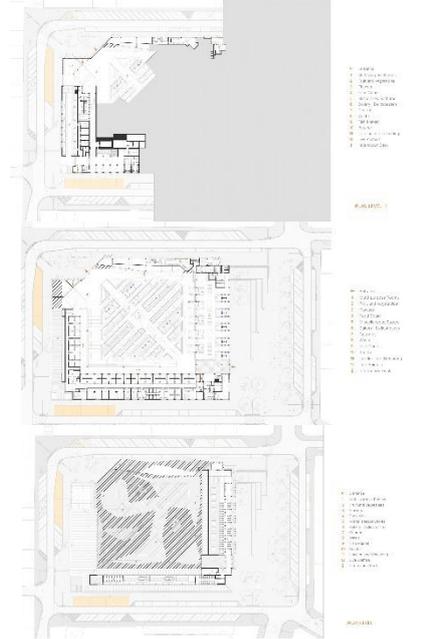
Según San Cristóbal (2018) evaluaba la arquitectura virreinal y su valor patrimonial por lo que nos indicó que en la actualidad, el valor de patrimonio cultural asignado a la arquitectura virreinal, no se atribuye directamente a la arquitectura inserta en la cultura objetiva virreinal con su cultura correlativa, porque esta conexión ha sido desplazada en nuestro tiempo por las versiones de arquitectura interpretadas por los teóricos contemporáneos; y es esta segunda expresión es la que adquiere el estatus de patrimonio cultural.

Tabla 3. Estudio de casos N 01

| Cuadro de síntesis de casos | | |
|------------------------------------|---|--------------|
| Caso N° 1 | Nombre del Proyecto: Mercado Municipal de Braga / APTO Architecture | |
| Datos generales | | |
| Ubicación: Braga, Portugal | Proyectista: Luis Santos, Rui Araújo | Año: 2016 |
| Análisis Contextual | | Conclusiones |

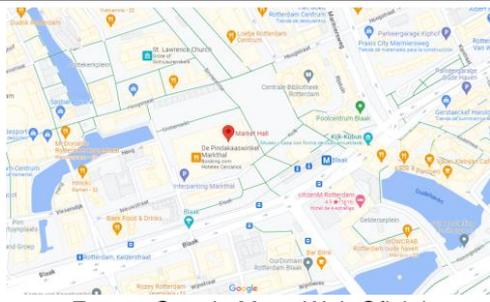
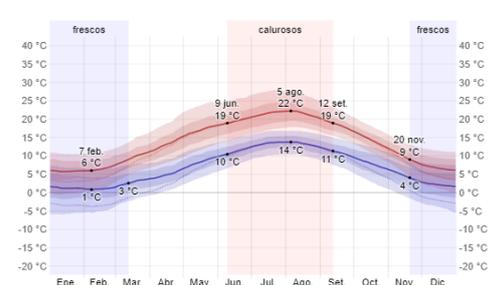
| | | |
|---|---|---|
| <p style="text-align: center;">Emplazamiento</p>  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p style="text-align: center;">Morfología del terreno</p>  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p>Este proyecto impactó de buena forma en el comercio, además la modificación que se realizó permitió mejorar el uso de la topografía del terreno.</p> |
| <p>Se encuentra en la parte central de la ciudad.</p> | <p>El interior está definido por dos elementos topográficos, el suelo y el tejado. El suelo, formado por unidades de hormigón, y el tejado es un sistema de tres capas.</p> | |
| <p style="text-align: center;">Análisis vial</p>  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> <p>Es accesible a pie o en bicicleta para los habitantes de la ciudad y está idealmente situado cerca de aparcamientos y transporte público para los habitantes de las afueras.</p> | <p style="text-align: center;">Relación con el Entorno</p>  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> <p>El espacio mantiene una relación con su entorno por la aplicación de espacios sociales alrededor de este mercado.</p> | <p style="text-align: center;">Aportes</p> <p>La relación con el entorno es un buen ejemplo que aportará de gran forma a este proyecto a realizar.</p> |
| Análisis Bioclimático | | Conclusiones |
| <p style="text-align: center;">Clima</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: WeatherSpark.com</p> | <p style="text-align: center;">Asoleamiento</p>  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p>El tratamiento en el techo es un gran ejemplo para mantener una iluminación natural, además es poco usual, pero logra su objetivo.</p> |
| <p>En Braga, los veranos son calurosos, secos y casi siempre despejados, mientras que los inviernos son fríos, húmedos y parcialmente nublados. La temperatura media anual es de 5 grados centígrados, y rara vez desciende por debajo de 1 grado centígrado o supera los 33 grados centígrados.</p> | <p>Emplea el uso de una cubierta que permite controlar la incidencia del sol y ayuda a aprovechar la luz natural</p> | |
| Vientos | Orientación | Aportes: |

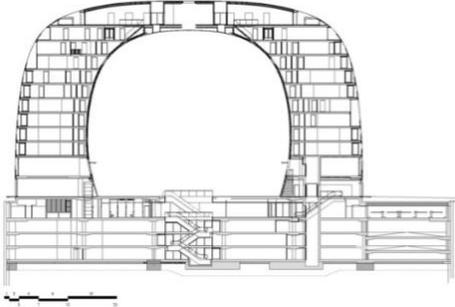
| | | |
|---|--|--|
|  <p>Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> |  <p>Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p>La forma en la que resolvió la iluminación y ventilación natural ayudará para poder aplicar esta técnica en el diseño.</p> |
| <p>Aprovecha la dirección de los vientos para crear un ingreso de este mediante el tratamiento de su fachada y techo</p> | <p>Mantuvo la orientación ya planteada de la construcción anterior, pero aprovecho en usar un plano seriado en el techo que le ayudó a controlar la incidencia solar.</p> | |
| <p>Análisis Formal</p> | | <p>Conclusiones</p> |
| <p>Ideograma Conceptual</p> | <p>Principios Formales</p> | |
|  <p>Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> |  <p>Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p>La forma en la que se mantiene una relación tanto en planta como en corte es de gran impacto y se suma importancia.</p> |
| <p>Para su concepto formal usaron el diseño de la marquesina en su techo por ello se usó la madera para crear un contorno regular en el techo aplicando un plano seriado.</p> | <p>La forma inicial se basa en una planta cuadrada, aplican una rampa y circulaciones escalonadas para mantener una circulación constante. Usa el plano seriado en su techo para usarlo como sol y sombra.</p> | |
| <p>Características de la forma</p> | <p>Materialidad</p> | <p>Aportes</p> |
|  <p>Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> |  <p>Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p>El uso de materiales y colores permite que la visual en el proyecto sea armoniosa y por fuera permite mantener una relación del proyecto con el skyline de la zona.</p> |
| <p>Se desarrolla en base a una base cuadrada con vacíos internos creando espacios intermedios.</p> | <p>Se maneja una cubierta de sol y sombra que permite que la luz natural ingrese a la edificación.</p> | |
| <p>Análisis Funcional</p> | | <p>Conclusiones</p> |

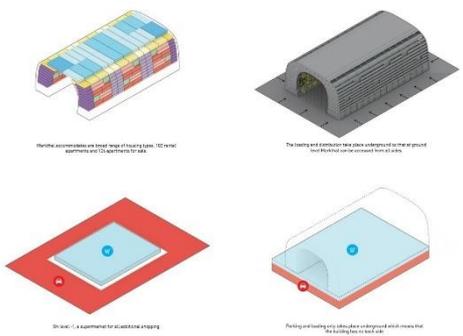
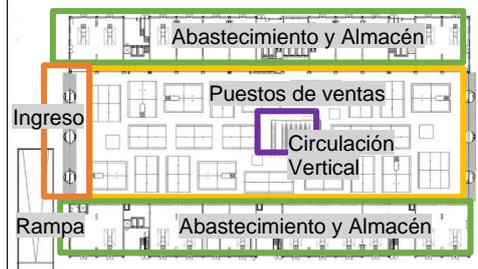
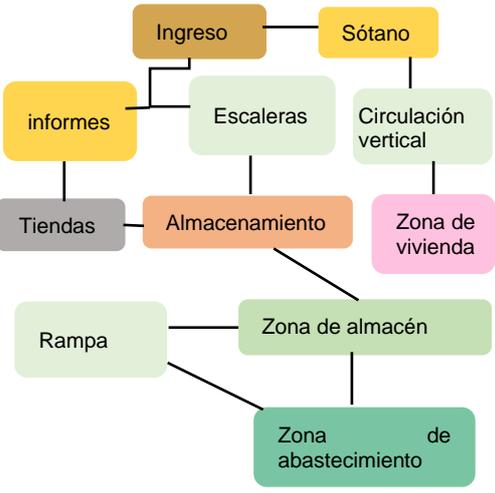
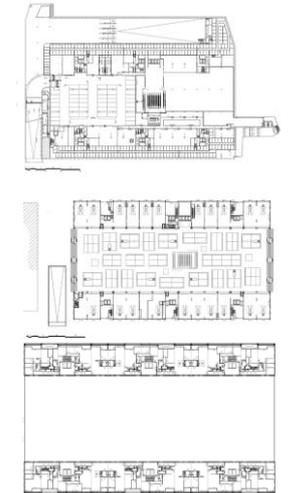
| | | |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;">Zonificación</p>  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p style="text-align: center;">Organigramas</p>  | <p>Los espacios se distribuyen conforme a su función, además mantiene las zonas separadas por los productos que venden y esto es de gran ayuda para evitar la contaminación cruzada.</p> |
| <p>Se desarrolla a partir de una plaza central. La plaza original al aire libre estaba dividida en dos espacios: amplios pasillos perimetrales y una plaza central inferior más pequeña.</p> | <p>Cuenta con 2 ingresos, en la parte central se encuentra las zonas de venta de frutas y flores y alrededor de ellas las diferentes tiendas.</p> | |
| <p style="text-align: center;">Flujograma</p> | <p style="text-align: center;">Programa Arquitectónico</p> | <p style="text-align: center;">Aportes</p> |
|  |  <p style="text-align: center;">Fuente APTO Arquitectura Web Oficial</p> | <p>La relación de los espacios y el uso de circulaciones nos ayudará a mejorar el recorrido que se quiere ofrecer al usuario que usará el mercado a diseñar.</p> |
| <p>Se conectan los espacios a través de rampas y zonas escalonados que funcionan como circulación vertical y aprovechan la topografía integrando los espacios.</p> | <p>Área: 9343 m²</p> | |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Estudio de casos N 02

| Cuadro de síntesis de casos | | |
|---|---|---|
| Caso N° 2 | Nombre del Proyecto: Mercado Markthal Rotterdam | |
| Datos generales | | |
| Ubicación: Países Bajos | Proyectista: Estudio MVRDV | Año: 2014 |
| Análisis Contextual | | Conclusiones |
| Emplazamiento | Morfología del terreno | Es interesante el impacto que puede tener una infraestructura como está ya que logra mantener la armonía entre vivienda y trabajo dentro de un mismo terreno. |
|  Fuente MVRDV Web Oficial |  Fuente Archdaily Web Oficial | |
| La construcción MARKTHAL se encuentra en un entorno urbano dentro de Países Bajos. | Su terreno es llano | |
| Análisis vial | Relación con el Entorno | Aportes |
|  Fuente Google Maps Web Oficial |  Fuente Archdaily Web Oficial | La forma en la que lo integra con su entorno es muy interesante ya que permite visualizar el exterior a través del proyecto. |
| Numerosas paradas de autobús rodean el mercado. Está situado junto a la estación de metro y tren de Blaak. En las inmediaciones hay otras opciones de transporte, como paradas de autobús y tranvía. | El proyecto permite observar a través de él mediante su transparencia en la parte central, ello permite mantener una relación de espacialidad con el entorno. | |
| Análisis Bioclimático | | Conclusiones |
| Clima | Asoleamiento | El proyecto aprovechó de buena forma el clima y el viento controlándolos a través de ventanas y un espacio en forma de bóveda que atraviesa todo el edificio, |
|  Fuente: WeatherSpark.com |  Fuente Archdaily Web Oficial | |
| Rotterdam disfruta de veranos agradables, inviernos fríos y ventosos y un ambiente brumoso durante todo el año. La temperatura media anual ronda los 10 grados Celsius (o 50 grados Fahrenheit), y rara vez desciende por debajo de -6 grados o supera los 28 grados. | El hueco que tiene en el interior del edificio permite usar la iluminación natural. | |

| | | |
|--|---|--|
| Vientos | Orientación | Aportes: |
|  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> |  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> | <p>La forma en la que resolvió la iluminación y ventilación natural ayudará para poder aplicar esta técnica en el diseño.</p> |
| <p>Gracias a la forma de bóveda vacía que tiene dentro permite que el viento sea aprovechado en toda la zona del mercado</p> | <p>La orientación ayuda de gran manera a aprovechar la ventilación natural con su espacio abierto que atraviesa el espacio y a su vez cerrado en los laterales para que puedan controlar las lluvias.</p> | |
| Análisis Formal | | Conclusiones |
| Ideograma Conceptual | Principios Formales | |
|  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> |  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> | <p>El uso de los principios de diseño ayudó a controlar la estética del proyecto para que se vea armonioso y tenga un buen impacto visual. Por lo que permite una relación entre el comercio y la identificación de las personas con el proyecto debido a su forma peculiar.</p> |
| <p>Se inspiró en la zona sureña de Europa, ya que en este lugar visualizaron el gran potencial de un nuevo concepto de mercado que tenga la capacidad como catalizador capaz de impulsar el entorno.</p> | <p>Emplea la forma de la bóveda y usa la simetría a través de un eje principal por el que circula todo el espacio del mercado y alrededor de este se encuentran las distintas actividades.</p> | |
| Características de la forma | Materialidad | Aportes |
|  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> |  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> | <p>El uso de materiales y colores permite que el proyecto sea algo novedoso y atrae a más usuarios.</p> |
| <p>La forma del edificio responde a la forma de un arco achatado en donde se desarrollan las viviendas y se cierran los espacios debajo del arco con transparencias.</p> | <p>Para que los cerramientos fueran transparentes, se usó en las fachadas los cables de acero con mínimos elementos estructurales. La misma piedra gris utilizada para pavimentar el mercado y la plaza sirve de revestimiento exterior de la estructura.</p> | |

| Análisis Funcional | | Conclusiones |
|--|---|--|
| <p>Zonificación</p>  <p>Fuente MVRDV Web Oficial</p> | <p>Organigramas</p>  <p>Fuente MVRDV Web Oficial</p> | <p>La forma en la que se ubicaron las zonas y las distintas actividades en el edificio permite poder usar los espacios durante todo el día sin crear molestias entre cada función.</p> |
| <p>El proyecto tiene zonas de aparcamiento, de comercio, viviendas y servicios.</p> | <p>En la primera planta se encuentra el mercado con las zonas distribuidas para la venta de alimentos.</p> | |
| <p>Flujograma</p>  | <p>Programa Arquitectónico</p>  <p>Fuente Archdaily Web Oficial</p> | <p>Aportes</p> <p>La importancia de mantener separadas las áreas permitió la ejecución de este proyecto.</p> |
| <p>Se conectan los espacios a través de rampas y zonas escalonadas que funcionan como circulación vertical y aprovechan la topografía integrando los espacios.</p> | <p>Área construida: 100000 m² Tiene estacionamiento en las plantas inferiores con una zona de centro comercial. En el primer nivel tiene la zona de mercado y almacenamiento de estos y en los niveles superiores tiene las zonas de viviendas.</p> | |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Matriz comparativa de aporte de casos

| MATRIZ COMPARATIVA DE APORTES DE CASOS | | |
|---|--|---|
| | CASO 1 | CASO 2 |
| Análisis Contextual | La ubicación del terreno se encuentra idealmente situado ya que tiene cerca vías de transporte principales que conecta el proyecto con el resto de la ciudad, a su vez el espacio se relaciona con su entorno por el tratamiento que realizó en los espacios exteriores dejándolos como un espacio público | Se sitúa junto a la estación de metro y cuenta con opciones múltiples opciones de transporte, mantiene su relación con el entorno a través de una transparencia que atraviesa el proyecto. |
| Análisis Bioclimático | El proyecto mantiene una ventilación e iluminación natural ya que aplicaron estratégicamente una cubierta que permite este aprovechamiento, además usaron un tratamiento de fachada que ayuda a aprovechar el ingreso de los vientos | El proyecto obtiene una iluminación y ventilación natural por el vacío que tiene debajo de su forma de U invertida y su orientación permite que el viento exterior recorra el proyecto por ello también la iluminación se obtuvo con transparencias en dicho espacio, por otro lado, los espacios que dan la forma de U invertida ayudan a controlar las lluvias. |
| Análisis Formal | El uso del material mantiene una sensación de calidez para el usuario, además la cubierta del mercado relaciona los dos ingresos al establecimiento pese a estar en distintos niveles. | Se usaron materiales en la fachada que permitieron mantener una relación con el entorno a través de la transparencia que ofrece el vacío en forma de bóveda por otro lado también se quiso relacionar las zonas opacas de la fachada con la materialidad de los pisos usados en el interior del proyecto. |
| Análisis Funcional | Los espacios se distribuyen conforme a su función, además mantiene las zonas separadas por los productos que venden y esto es de gran ayuda para evitar la contaminación cruzada. A su vez la relación de los espacios y el uso de circulaciones mejora el recorrido del usuario. | La ubicación de las distintas actividades permitió mantener un espacio completamente privado y un espacio público dentro de un mismo edificio sin la necesidad de interrumpir ninguna de las actividades y mantiene la privacidad necesaria en las zonas requeridas. |

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación: Este estudio fue de tipología básica, que busca una comprensión más completa dilucidando las características subyacentes de los acontecimientos, los hechos observables o las conexiones establecidas entre las cosas, esta definición está establecida por CONCYTEC (2018) .

3.1.2. Diseño de investigación:

- La investigación es fenomenológica y el diseño se basó en un estudio de casos con enfoque cualitativo, se indicó que al concentrarse en las experiencias y puntos de vista de personas reales, la investigación cualitativa ofrece una visión extraordinaria de los procesos sociales, según Cueto (2020). Metodológicamente, la investigación cualitativa se diferencia de la cuantitativa en que las fases se solapan y entrecruzan según las necesidades del objeto de estudio; y en la definición del objeto de estudio, que consiste en narraciones y discursos que aportan información sobre las experiencias, creencias, valores, etc., de los sujetos de la muestra. El marco teórico desempeña un papel secundario en el diseño del proceso por la misma razón (introduciría sesgos en los relatos), y el investigador cualitativo se considera el engranaje más importante en el desarrollo de la investigación debido a los límites que impone.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de operacionalización: Las categorías, subcategorías y matriz de categorización fueron presentadas en este artículo de forma que se explique cómo están definidas y conformadas. De esta forma, estos puntos permitirán clasificar las informaciones e ideas abordadas en la investigación, posibilitando una expresión más contundente de los contenidos y aspectos que surgen del tema en estudio. A continuación, se presentó la tabla 3 que es la tabla de Categorías de investigación.

Tabla 6. Categorías de investigación

| Número | Nombre de Categoría |
|--------------------|----------------------------|
| Categoría 1 | Arquitectura Comercial |
| Categoría 2 | Cultura arquitectónica |

Fuente: elaboración propia.

A continuación, se colocarán las categorías con sus respectivas subcategorías de estudio en la tabla 4.

Tabla 7. Subcategorías

| Categorías | Subcategorías |
|-------------------------------|------------------------|
| Arquitectura Comercial | Mercado Minorista |
| | Criterio de diseño |
| | Sostenibilidad |
| Cultura arquitectónica | Actividades artísticas |
| | Identidad Cultural |
| | Conceptualización |

Fuente: elaboración propia.

A continuación, la matriz de operacionalización. (véase anexos B).

3.3 Escenario de estudio: La investigación se estableció dentro del distrito de Nueva Cajamarca en la provincia de Rioja, es un distrito célebre por ser el primer distrito andino amazónico, tiene una superficie de 33,243 has y una población de 45 000 habitantes aproximadamente. El distrito está situado en la selva alta de la amazonia peruana, en el departamento de San Martín. A su vez limita por el Este con la provincia de Moyobamba, por el Sur, con el distrito de Rioja, Por el Norte, con el distrito de Pardo Miguel y por el Oeste, con el distrito de Yuracyacu. El distrito se conecta con el resto de la ciudad mediante la carretera Fernando Belaunde Terry. El distrito se encuentra en condiciones poco favorables, además el desarrollo de actividades dentro del mercado minorista José Olaya es de gran importancia ya que esta zona comercial fue fundada en el año de 1994, actualmente es un punto

focal de gran importancia para el desarrollo comercial del mercado minorista. A su vez se observará la deficiencia funcional y estructural del mismo por lo que esta investigación será de suma importancia para la toma de decisiones de futuros planes de desarrollo en el distrito mencionado.

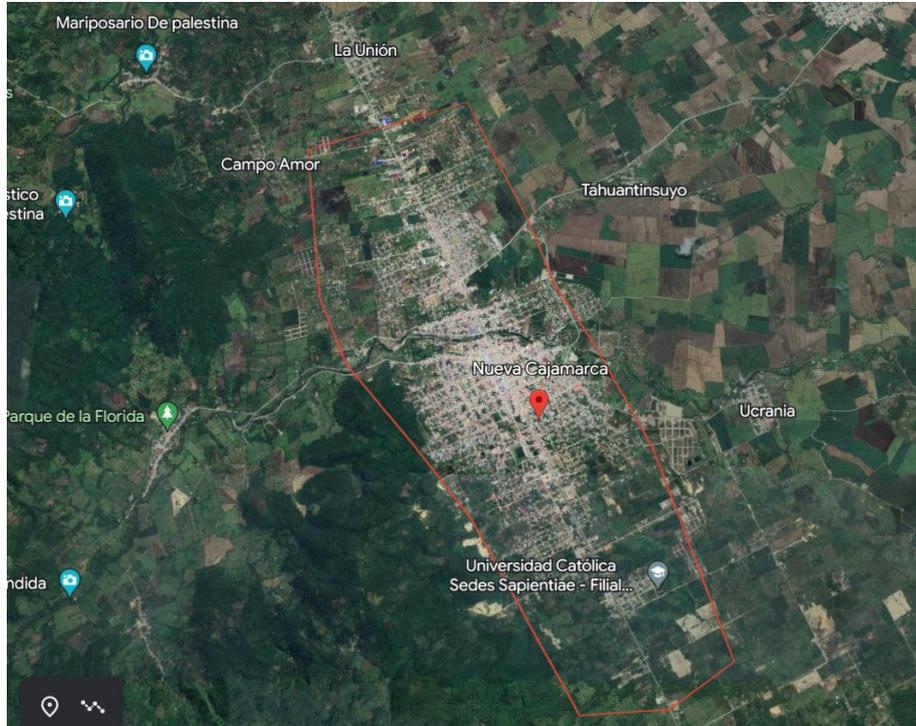


Figura 1. Ubicación de Nueva Cajamarca

3.4 Participantes: El público objetivo se centró en la población de Nueva Cajamarca, Rioja. Para ser más específicos en el usuario que se vio influenciado por el desarrollo de actividades en el mercado minorista José Olaya.

Además, en este estudio participaron arquitectos profesionales y/o especialistas e instrumentos lo que nos permitió recopilar datos y conocer a fondo el problema para aportar soluciones a los estudios.

Tabla 8. Muestra de individuos en consideración

| Categoría | Descripción de la muestra | Cantidad |
|------------------------|----------------------------|----------|
| Arquitectura Comercial | Especialista sobre el tema | 3 |
| Total | | 3 |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Muestra de equipamientos observables

| Uso de Suelo | Tipo de equipamiento | Cantidad |
|--------------|----------------------|----------|
| Comercio | Comercial | 4 |
| Otros Usos | Cultural | 6 |
| Total | | 10 |

Fuente: elaboración propia.

Requerimientos de inclusión

- Infraestructura comercial, cultural u otros usos
- Construcciones acondicionadas para uso comercial o cultural.

Criterios de exclusión

- Infraestructura en condición deplorable

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Se empleó la técnica el análisis documental, la observación y la entrevista a profundidad para la indagación y recolección de datos, para ello se aplicó de instrumento una guía de observación de casos, que nos permitió tener un concepto más amplio de la realidad de los casos estudiados, a su vez se usó una guía de entrevista estructurada que permitió recolectar opiniones reales de la población.

Tabla 10. Correspondencia de las categorías, técnicas e instrumentos

| Categoría | Técnica | Instrumento |
|-------------------------------|-------------|----------------------|
| Arquitectura Comercial | Entrevista | Guía de entrevista |
| | Observación | Ficha de observación |
| Cultura arquitectónica | Observación | Ficha de observación |

Fuente: elaboración propia.

Los instrumentos serán de gran aporte para ampliar el conocimiento de las categorías en la realidad. Asimismo, se mencionó que la validación del contenido de los instrumentos les ayudó a mejorar los instrumentos de investigación, la experiencia profesional y la función científico-investigadora, según Torres y Zelada (2021). A continuación, la tabla 9 presentó a los expertos que validarán los instrumentos.

Tabla 11. *Tabla de validez de expertos e instrumentos*

| Instrumento | Fecha de validación | Validador |
|---|----------------------------|-------------------------------------|
| Guía de entrevista semiestructurada y ficha de observación | 19/04/2023 | Dr. Arq. Luis Miguel Cuzcano Quispe |
| | 05/05/2023 | Dr. Arq. Italo Zavala Bravo |

Fuente: elaboración propia.

A continuación, en la tabla 9 se presentará la ficha técnica que servirá de instrumento a los arquitectos.

Tabla 12. *Ficha técnica del instrumento a los arquitectos*

| FICHA TÉCNICA | |
|------------------------|---|
| Categoría | Arquitectura Comercial |
| Técnica | Entrevista semiestructurada |
| Instrumento | Guía de entrevista |
| Nombre | Guía de entrevista semiestructurada sobre la cultura arquitectónica |
| Autor | Muñoz Rengifo, José Antonio |
| Año | 2023 |
| Extensión | Consta de 15 ítems |
| Correspondencia | Los ítems del instrumento constan de tres subcategorías: Mercado minorista, criterios de diseño y Sostenibilidad. Se han agrupado en función de la importancia de sus respectivos indicadores para examinar los distintos puntos de vista de los profesionales. |

| | |
|-----------------------|----------------------------------|
| Puntuación | - |
| Duración | 30 minutos |
| Aplicación | Un total de 3 especialistas |
| Administración | Solo una vez por cada entrevista |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 13. *Recolección de datos, según observación*

| Objetivo | Técnica | Instrumento | Resultados |
|---|----------------|----------------------|-------------------|
| Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | Observación | Ficha de observación | |
| Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | Observación | Ficha de observación | |

Fuente: elaboración propia.

3.6. Procedimientos: Se trata de una serie de pasos bien definidos que permiten concluir un estudio de investigación y crear un plan de acción orientado a la mejora de la eficacia sostenida de la aplicación del proceso, según Pérez y Abalos (2021) . Tras identificar los objetivos, categorías, subcategorías e indicadores, además de las herramientas de recogida de datos, se elaboró un procedimiento para cada uno de ellos.

Dado que cada proyecto de investigación consta de una serie de etapas o fases que deben completarse, a continuación, se ofreció una secuencia lógica, empezando por la creación del marco teórico y avanzando hacia otros temas.

- Etapa 1: Selección del tema, el tema de este trabajo será abordar la problemática del mercado minorista José Olaya en Nueva Cajamarca, Rioja.
- Etapa 2: Describir el enfoque temático, en el cual se hablará de la problemática desde el macro al micro de la situación.
- Etapa 3: Elaboración del marco teórico, mediante el proceso de investigación se realizará la búsqueda de información recopilada con citas en donde se especificará el marco teórico identificando las categorías, subcategorías e indicadores.
- Etapa 4: Formulación del problema, se identificará la problemática y se enfoca la investigación hacia esta.
- Etapa 5 Justificación del estudio, en este aspecto se expondrá la justificación desde un enfoque metodológico, teórico, práctico y social.
- Etapa 6: Fijación de objetivos, el objetivo principal demostrará lo que se pretende conseguir con la investigación, mientras que los objetivos individuales se refieren al mismo fin.
- Etapa 7: Elección del diseño y tipo de investigación, los objetivos de la investigación incluyen los requisitos tecnológicos y las técnicas de análisis de datos. Mediante un estudio de caso cualitativo y un método de recopilación de datos, esta tesis adoptará un enfoque bastante básico.
- Etapa 8: Elección del entorno del estudio, con un método cualitativo, la población se definirá por categorías. Por último, el investigador, mediante un muestreo no probabilístico, se elegirá una muestra representativa de cada grupo, y entonces se empezará a trabajar en el desarrollo de las técnicas e instrumentos más eficaces para ellos.

- Etapa 9: Selección de métodos e instrumentos, una vez identificados los métodos de recogida de datos, los instrumentos se elaborarán teniendo en cuenta las subcategorías y los indicadores para asegurarse de que los ítems sean pertinentes para el examen y sencillos de comprender.
- Etapa 10: Elaboración de la matriz de categorización, tras la elaboración del instrumento, se implementará la matriz de categorías, junto con las definiciones conceptuales y operativas, las subcategorías, los indicadores, las fuentes, los procedimientos y los instrumentos, todos con una conexión que se da de forma horizontal.
- Etapa 11: Validación de los instrumentos, una vez completada la matriz de categorías e instrumentos, es esencial consultar a expertos sobre el terreno para que aporten su opinión sobre la fiabilidad y validez de la herramienta.
- Etapa 12: Corrección de los instrumentos, los expertos necesitan el formulario de validación complementado, y el instrumento se ajusta en función de las observaciones facilitadas.
- Etapa 13: Aplicación de los instrumentos, el empleo de instrumentos en el escenario se muestra con acompañamiento visual y grabaciones de audio.
- Etapa 14: Registro de los datos, se escribirán las respuestas de forma literal y resultados en un documento Word.
- Etapa 15: Evaluación de los resultados, se interpreta un análisis de los resultados utilizando el contexto o la teoría de cada objetivo.
- Etapa 16: Finalización de los resultados y recomendaciones, de acuerdo con los objetivos del estudio, se presentarán los resultados y sugerencias.

3.7. Rigor científico: El rigor científico se apoyó en argumentos plausibles en la investigación cualitativa, ya que la guía nos especificó las medidas a tomarse para evitar cometer errores en el desarrollo del estudio. Como lo mencionó Olivier (2020), a diferencia del grado de falsabilidad recomendado por Karl Popper, la validez y el rigor de la investigación cualitativa o socio antropológica vienen determinados por la verosimilitud de las afirmaciones.

Además, el investigador fue capaz de interpretar las experiencias de los participantes de forma clara e inteligible y aplica el rigor científico para producir un trabajo de alta calidad, fiable y transportable dentro de los límites del estudio.

3.8. Método de análisis de la información: En la investigación cualitativa, el desarrollo de la recolección de datos se realizó con el fin de obtener, analizar e informar sobre la cuestión planteada; se trata de comprender y orientar hacia los objetivos particulares del estudio. A continuación, se habló a detalle de los métodos aplicados para el análisis de la información obtenida.

- Indagación de datos para el marco teórico, se realizó una búsqueda exhaustiva del material necesario y se empleó el método del resumen para describir los conceptos pertinentes del estudio.
- Planteamiento de Objetivos, los objetivos se derivaron de las definiciones explícitos de las categorías, que definirán la finalidad del estudio.
- Elaboración de la matriz de categorías, subcategorías e indicadores, a partir de los objetivos especificados, se identificaron las ideas clave pertinentes para la investigación.
- Técnica, se adoptó el método de la entrevista y la observación para conocer las perspectivas de los encuestados y obtener datos directos de lo visualizado.
- Instrumento, se entrevistó a los arquitectos relacionados con el tema utilizando una guía de entrevista semiestructurada, se empleó una hoja de observación y una ficha de recolección de datos para aumentar la claridad de lo visto.
- Utilización del Instrumentos, El investigador utilizó la guía de entrevista, la hoja de observación y la hoja de recogida de datos para obtener información pertinente de los arquitectos, que luego comparará con los objetivos del estudio.

En el estudio, la matriz de consistencia es el resumen que destaca los objetivos de investigación fundamentalmente significativos, que están relacionados con las variables identificadas y que se han traducido en categorías según la técnica usada. La matriz de coherencia cualitativa es una herramienta para organizar, evaluar y dar sentido a la metodología y al progreso de una investigación que contiene fenómenos, hechos, situaciones y temas cuya composición es única respecto a la de los objetos y temas investigados, según Giesecke (2020) . Para evaluar la utilidad y viabilidad de un plan de investigación, es fundamental distinguir el enfoque cuantitativo de otras técnicas de evaluación de métodos de

investigación.

Tabla 11. *Tabla de método de análisis de datos*

| Instrumentos | Método de Análisis de Datos |
|--|---|
| Ficha de análisis de contenido | Evaluar los datos para determinar la contribución en función de los indicadores. |
| | Escribir los datos en las fichas. |
| | Proporcionar resultados de acuerdo con los indicadores. |
| Guía de entrevista semiestructurada | Evaluar la respuesta de los especialistas a la luz de las pruebas. |
| | Comparar la respuesta de los expertos basándose en sus indicadores para evaluar si sus puntos de vista son distintos o comparables. |
| Ficha de observación | Describir las fotografías a partir de las indicaciones. |
| | Evaluar la información dada en las fotografías para proporcionar comentarios basados en las indicaciones. |

Fuente: elaboración propia.

3.9. Aspectos éticos: Las consideraciones éticas que se aplicaron para esta investigación fueron el respeto a las personas, la búsqueda del bien y la justicia para poder lograr los máximos beneficios y así reducir al mínimo el daño y la equivocación. De esta manera forman parte fundamental del proceso de estudio, los conceptos éticos, también conocidos como filosofía moral, son esenciales para el desarrollo global de una persona porque le permiten identificar lo que constituye el bien y el mal en sus relaciones sociales con los demás. Los educadores son responsables de defender las normas éticas en sus aulas modelando estos comportamientos, animando a los estudiantes a basar sus propias decisiones educativas, profesionales y personales en principios morales, y representando a los estudiantes y a otros profesionales en la comunidad de forma honesta, franca y justa, como lo indicó Rosales (2021) .

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez analizados y descritos los resultados de los instrumentos, basados en guías de entrevista a profesionales especialistas conocedores del tema y a las fichas de observación, se continúa con la comparación para determinar si hay acuerdo entre los resultados de ambos estudios; esto ayuda a avanzar en la comprensión del tema en cuestión, a reforzar la comprensión de lo que se ha aprendido y a aclarar ambigüedades.

Con respecto al objetivo general de esta investigación, se obtuvo como resultados que se debe analizar bien un terreno y a su población para contribuirles un adecuado equipamiento y a su vez proponer criterios de diseño adecuados para satisfacer las necesidades de los usuarios, para esto se encomendó a discusión los siguientes resultados:

Según los antecedentes estudiados, Domínguez (2021) , su artículo “Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019”; coincidió que los centros comerciales que cumplen con un adecuado criterio arquitectónico en el que se proporcione ambientes seguros, confortables, agradables y espacios que sean exclusivos son más atractivos para los usuarios generando un incremento en los ingresos de comerciantes.

A su vez, desde la teoría de Aguilar (2019), coincidió que los criterios de diseño arquitectónico son aquellos que se consideran de suma importancia al momento de proyectar una edificación, dentro de los cuales considera que los más relevantes son la iluminación, la colorimetría, la ventilación, la acústica y a su vez el confort térmico.

Por ello en su estudio analizó los criterios de diseño para mejorar la acústica de los espacios educativos, también realizó una comparativa de los criterios de diseño designados por la normativa de su país. Por lo que llegó a determinar que existen algunos criterios que son usados a nivel internacional y que son necesarios incluirlos dentro de los espacios comerciales, además según Tabak et al. (2022), coincidieron que los criterios de diseño de Moore en arquitectura espacial de los mercados abiertos hace hincapié en la accesibilidad, la tranquilidad física, psicológica, y la aportación física y visual al paisaje y a los recursos hídricos. Así mismo, en base a las fichas de observación y entrevista realizada a los especialistas entrevistados, coincidieron que los criterios arquitectónicos que se

debe tener en cuenta para un diseño adecuado y confortable de una edificación de uso comercial son las necesidades que requiere la arquitectura en la cual se determine espacios que tengan una finalidad, una función y no sean espacios sobrantes; segundo, identificar las fallas de los mercados actuales para evitarlas y resolverlas en el diseño a realizar; tercero, aprovechar los recursos naturales al proyectar, pues se debió considerar un diseño sostenible que no afecte a gran escala el medio ambiente; cuarto, considerar la identificación cultural local donde se realizará el proyecto, pues esto hace que el diseño sea más íntimo con su comunidad, lo que logra que la comunidad cuide un establecimiento de uso comercial en el cual logre ser reconocido y permita ser de su agrado; por último, el proyecto debe mantenerse en armonía con su entorno para tener un impacto positivo y mantenerse en armonía con el entorno.

Ante ello, se dedujo que, es necesario considerar criterios de diseño en la arquitectura comercial basado en la cultura arquitectónica con la finalidad de proyectar un diseño adecuado que puede beneficiar tanto al comprador de manera que facilite la accesibilidad hacia los puestos, un mejor confort en el cual puedan contemplar espacios agradables y así mismo al negociante pues ayudará a incrementar sus ventas.

Con respecto al primer objetivo específico, se obtuvo como resultados que se observó las condiciones de los establecimientos actuales que estuvieron en paupérrimo estado para satisfacer las funciones de usuario comprador y vendedor, por ende se encomendó a discusión los siguientes resultados:

Según los antecedentes de Yu (2019), en su artículo “Un estudio de caso sobre las características de la expresión cultural en el diseño de la arquitectura comercial contemporánea en China” coincidió que hay un estrecho vínculo entre la regionalidad cultural y la variable social, por lo cual se necesita incorporar aspectos específicos de las ciudades para un adecuado diseño comercial por la relación que mantiene el entorno natural y la costumbre cultural.

Por otro lado, desde la teoría, Vargas y Rodríguez (2016) coincidieron que el mercado minorista es el espacio en el que se venden diversos artículos al cliente, debido al hecho de que las transacciones privadas mezclan artículos en cantidades basadas en la cantidad requerida por el comprador o el hogar; las compras de los clientes suelen seguir el crecimiento de la demanda agregada nacional.

Además, la teoría de Quartier et al. (2020) coincidieron que el ritmo de cambio en el comercio minorista y el diseño de tiendas es bastante rápido ya que el diseño minorista es ahora una profesión de diseño transdisciplinar distinta, que se refiere al diseño de lugares virtuales o físicos para vender artículos, servicios y/o marcas a los clientes por lo que la función del proyectista debe incluir la representación sensorial de los valores de marca del minorista y la integración de las demandas de los clientes en el programa espacial.

Por otro lado, desde el punto de vista de los especialistas entrevistados coincidieron que, dentro del mercado, el recorrido debe de ser conciso y efectivo considerando que los puestos deben tener una llegada similar, en este caso lo más óptimo sería plantear un diseño lineal que no sea muy alargado y si es necesario utilizar curvas y que estas sean de un radio muy abierto que permita al consumidor observar todos los productos exhibidos en los distintos puestos de venta.

Además, es muy importante evaluar el diseño minorista ya que éste es de gran impacto en la intención de compra del usuario, puesto que un buen diseño hace que el usuario se sienta más cómodo mientras compra, por ello es necesario evitar que las personas realicen recorridos muy largos ya que la intención es hacer que el usuario realice actividades de forma más rápida y óptima.

A su vez es importante que la distribución dentro de un puesto de venta tenga un tipo de diseño según el producto que se ofrece adecuándolo al merchandising que se ha proyectado y sin dejar de lado que es importante tener la parte frontal de mayor tamaño y que la profundidad sí sea menor, teniendo en cuenta que la exhibición óptima de productos es instantes de forma vertical para que el cliente pueda observar rápidamente lo que ofrece cada puesto.

Para finalizar, se dedujo que se ha visualizado qué tanto espacios comerciales como espacios culturales mantienen en su mayoría una limpieza adecuada alrededor de su perímetro, una fachada cuidada que en algunas ocasiones sólo requiere un mantenimiento de pintura, pero la mayoría pese a que tiene instalaciones en buen estado requieren de un mantenimiento con mayor constancia, por último, se visualizó que la mayoría de proyectos no tiene una relación adecuada con el entorno.

Por tanto, se puede deducir que al momento de observar o visualizar un espacio comercial y su entorno se debió tener mucho énfasis al momento de

diseñar los espacios para permitir una integración adecuada ya que un buen diseño influye en la intención de compra del usuario, lo que conlleva a una mayor cantidad de visitas y autopromoción del objeto arquitectónico, teniendo en cuenta que la distribución de un puesto interior debe pensarse según el producto que desea venderse y en el ámbito más amplio analizar el impacto que el proyecto tendrá en su entorno para resolverlo de la mejor forma.

Con respecto al segundo objetivo específico, se obtuvo como resultados que tuvimos que analizar adecuados y correctos criterios de diseño para el desarrollo de un buen mercado y de esa manera tener un establecimiento bien planificado y funcional, por lo que se encomendó a discusión los siguientes resultados:

Considerando al antecedente de Domínguez (2021) , en su artículo “Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019”; coincidió que implementar criterios en el diseño arquitectónico de uso comercial genera mayores posibilidades de que los usuarios visiten estos lugares y así generar incremento en las visitas.

A su vez, Pérez (2017), en su artículo “Arquitectura comercial de la ciudad de Roma. Una aproximación a la definición de las avenidas de carácter suntuario: de la vía Sacra a la Quinta Avenida” coincidió que el predominio de las edificaciones de uso comercial es producto de un adecuado diseño en el que consumidores se adaptarán de manera rápida a estos espacios mediante sus ambientes agradables y confortables.

Además, en el sentido teórico, Aguilar (2019) coincidió que, los criterios de diseño arquitectónico son aquellos que se consideran de suma importancia al momento de proyectar una edificación, dentro de los cuales considera que los más relevantes son la iluminación, la colorimetría, la ventilación, la acústica y a su vez el confort térmico.

Así mismo Ureta (2016) coincidió que la forma es aquello que engloba el interior de un espacio y origina el espacio exterior, entendido externamente a través del volumen; envolvente que contiene el espacio habitable para el humano, para realizar una o unas series de actividades de una función.

Por otro lado, las opiniones de los especialistas entrevistados sobre los criterios de diseño coincidieron que, como arquitectos tenemos la libertad de diseñar los espacios siempre y cuando sean justificados de manera adecuada, y es

necesario el uso de softwares nuevos para la agilización del proyecto y es esencial basar los criterios enfocándonos en la idea base del proyecto.

Además, al proyectar un mercado se debe mantener un diseño con los espacios integrados pero debemos ser auténticos al momento de diseñar para no caer en la monotonía que suelen trabajar otros mercados, por ello se debe poner énfasis en sus puntos débiles para fortalecerlos y evitar cometer los mismos errores en la proyección de nuevos mercados y a su vez se debe diseñar tomando el punto de vista comercial para exhibir de la mejor manera los productos vendidos y jerarquizar los espacios centrales con doble altura manteniendo dentro de ellos las zonas de comidas para permitir la recirculación de aires y ofrecer al usuario una sensación agradable.

Cuando se enfoca en la forma de los mercados peruanos se puede observar que en su mayoría tienen la misma volumetría, por ello se consultó a los expertos que opinan sobre ello y el empleo otra forma de proyectarlos. A raíz de ello los expertos entrevistados coincidieron que los espacios interiores de un mercado deben mantenerse con formas ortogonales ya que es la mejor forma de aprovechar los espacios, ya que los mobiliarios están estandarizados para espacios rectos, por otro lado coincidieron en que usar algo no convencional genera mucho interés en el usuario pero debemos tomar en cuenta que los espacios internos deben de ser rectos porque esto nos permite aprovechar todo el espacio en su máximo esplendor, por otro lado también se considera que el uso de las curvas es mejor aplicarlos en las fachadas o partes externas del diseño del proyecto y en el caso de que se quiera usar en el espacio interno se puede usar en algunas circulaciones pero siempre y cuando se use un radio más amplio y abierto.

Por otro lado, también la forma es muy importante al momento de mimetizar el proyecto es por ello que tenemos que tener en cuenta la idea rectora, la topografía del terreno, la intención que queremos comunicar al usuario y si de ser el caso, utilizar materiales o tipologías de la zona, además se puede usar elementos de la naturaleza para la conceptualización del proyecto.

Asimismo al evaluar el flujo grama y aquellos espacios que se construyen mediante la dinámica del mercado y que suelen obviarse al momento de diseñar, los expertos entrevistados determinaron que hay espacios que no se consideran dentro del diseño pero que son muy necesarios para un desarrollo más adecuado,

en este caso siempre debemos considerar la zona de abastecimiento de carga y descarga, la zona de maniobras, espacios de recreación, zonas de espera dinámicos y estacionamiento extras, siempre teniendo en cuenta que debemos evitar una contaminación cruzada y ubicar muy bien cada zona.

Ante esto, se dedujo que los criterios de diseño para el mercado minorista son peculiares ya que se debió poner un gran énfasis al momento de diseñar la espacialidad, es por ello que se debe aprender a identificar las necesidades del usuario, para ofrecerle un proyecto en el cuál pueda realizar sus actividades de compra, por ello se debió diseñar muy bien cada puesto de venta para que sea evidente que vende cada uno y cuáles son los productos que tiene disponible. Se debe tomar en cuenta que las opiniones de los expertos siempre coinciden en que cada puesto se diseña según el producto que se va a ofrecer, a su vez dentro del proyecto se debe considerar también zonas de sociabilizar en áreas comunes que mantengan una adecuada distribución y un diseño reconfortante, siempre tomando en cuenta que se debió optimizar la ventilación y la iluminación natural.

Con respecto al tercer objetivo específico, se obtuvo como resultados que en el distrito encontramos diversos factores que facilitarán el desarrollo sostenible para la elaboración del proyecto y por ende se encomendó a discusión los siguientes resultados:

Teniendo en consideración al antecedente de Martínez (2018), en su artículo de grado “Arquitectura comercial como detonante de la revitalización urbana” coincidió en que es necesario desarrollar estrategias para revitalizar los distritos comerciales con la finalidad de ocasionar un impacto en la economía, siendo necesario que para contemplar un proyecto se realice una evaluación de componentes tecnológicos sobre la materialidad del edificio siendo así sostenible.

A su vez, desde la teoría, Vásquez y Jiménez Molina (2022), coincidieron que la noción de sostenibilidad supone un cambio fundamental en la forma de ver a las personas y su entorno. Además, la teoría de Bugenings y Kamari (2022) coincidieron que, para crear un ambiente interior agradable con un bajo consumo energético, la arquitectura bioclimática tiene en cuenta el clima local y los patrones meteorológicos a lo largo de todo el proceso de diseño.

Por ello Galiano et al. (2021) coincidieron que el confort térmico puede describirse como un estado corporal que transmite placer térmico y bienestar en un

entorno construido y se evalúa subjetivamente. Para finalizar Fuentes (2023) coincidió que la arquitectura vernácula se representa por el empleo de materiales de la localidad, un diseño planimétrico adaptado al clima y la topografía, técnicas de construcción y recursos estéticos transmitidos y readaptados a lo largo del tiempo, y la participación de los usuarios y artesanos locales en su diseño y construcción.

Así mismo, los expertos entrevistados coincidieron que hay muchas formas de trabajar la tendencia de la sostenibilidad pero es muy importante mirar hacia la agenda al 2030 para el desarrollo sostenible y tomar estos objetivos en y la contemplación del proyecto, ya que un mercado debe durar a través del tiempo, por ello dentro de un mercado se debe aprovechar la gran área techada para colocar paneles solares siempre y cuando las condiciones climatológicas lo permitan, desde el punto de vista del agua se puede manejar una reutilización de agua para mejorar la vegetación del proyecto, además que se pueden utilizar materiales de la zona para disminuir la huella de carbono.

Es muy importante mantener una sostenibilidad desde el ámbito bioclimático, por ello una de las recomendaciones es utilizar las aperturas de los vanos para ventilar correctamente y recircular los vientos de forma natural, también es necesario que los usuarios conozcan cómo mantener el proyecto de forma sostenible, y se debe tener en cuenta siempre que en este caso el clima es cálido y hay temporadas de lluvias muy fuertes, por lo que se pudo emplear alturas del piso mayores a 3.50 m, colocar techos inclinados y mantener la circulación cruzada.

Se debió tener en cuenta que el confort térmico sí es esencial para nuestro proyecto porque va a permitir que la persona se sienta en un clima agradable dentro del mercado, por lo que se debió asegurar una buena ventilación y aplicar técnicas de enfriamiento como por ejemplo se puede bajar la temperatura del espacio con zonas que mantengan una doble altura o espacios con ventilación cruzada. Mencionado lo anterior se debió tratar de ofrecer el confort térmico de forma natural para que el proyecto siga siendo sostenible, es por ello que es necesario utilizar la naturaleza, saber el sentido del viento y en dónde se deben ubicar las mejores formas para ventilar el espacio, además que siempre debemos tener un control tanto de la ventilación como de la iluminación para que el proyecto sea un diseño apropiado para la zona.

Por último, también es importante mencionar que los expertos entrevistados coinciden en que el uso de la arquitectura vernácula aporta a la sostenibilidad del espacio, y nos recomiendan utilizar los materiales propios de la zona ya que esto puede ayudar a reducir la huella de carbono, y se pudo aprovechar estos materiales para obtener un proyecto eco amigable.

Por ello se dedujo, que la sostenibilidad es esencial al momento de desarrollar un mercado, ya que el proyecto se podrá mantener a través de los años, por ello el empleo de la arquitectura bioclimática será de gran aporte para ayudar a mantener dentro del proyecto un confort térmico adecuado, usando techos altos o con dobles alturas, además asegurando un espacio completamente ventilado para la recirculación de aires y así evitar el cruce de olores extraños. Por otro lado, la arquitectura vernácula aporta a que un proyecto sea sostenible, ya que al emplear materiales de la zona se puede reducir la contaminación de huella de carbono que requiere transportar otro tipo de materiales y ayuda a que el usuario se sienta identificado con el proyecto.

Con respecto al cuarto objetivo específico, se obtuvo como resultados que se exploraron en la población actividades que se identifican con el distrito, de esa manera conocimos sus costumbres, creencias que nos ayudaron para poder crear espacios en el mercado para una mejor interacción entre los usuarios, para ello se encomendó a discusión los siguientes resultados:

En base a los antecedentes, Akıner et al. (2021) en su artículo “La evolución memética de la cultura del diseño arquitectónico latinoamericano” coincidieron que la cultura arquitectónica tiene influencia en los conocimientos arquitectónicos, siendo necesario, la comprensión sobre el efecto del rendimiento de un diseño innovador puesto que es importante ante el desarrollo de poder interactuar socialmente y así poder realizar actividades culturales en beneficio de las personas.

En ese sentido, las bases teóricas de Pedraz (2018) coincidió que el arte siempre ha sido un componente de todas las comunidades y naciones, y que la actividad artística es intrínsecamente humana. A su vez López y Pérez (2018) coincidieron que la actividad artística es la creación, además es la actividad expositiva que mantiene una conexión con el mercado del arte, con esto quiere decir que se tiene en consideración al artista activo.

Según Bhattacharya y Sen (2021) coincidieron que, si bien la infraestructura técnica urbana es necesaria para habitar, el factor creativo normativo confiere vitalidad al espacio y lo hace habitable y agradable de recorrer.

Por último, Rahmat et al. (2022), coincidieron que, la interpretación de la identidad arquitectónica de una nación consta de tres componentes principales: roles, tipologías y motivos. Por otro lado, en base a las fichas de observación, coincidieron que el objeto arquitectónico que se ha observado pertenece a un uso comercial, sin embargo, no cuentan con una relación de espacios socioculturales, a su vez se visualizó que no hay espacios adecuados para el desarrollo de actividades artísticas dentro de los mismos, a su vez el diseño de la mayoría es estándar y no han empleado elementos que ayuden a identificar al distrito, sin embargo al evaluar los objetos arquitectónicos con usos culturales se pudo observar que si mantienen una relación con el desarrollo de actividades artísticas, además que los espacios permiten un desarrollo sociocultural, y se ha podido evidenciar que hay una marcada identidad del distrito representada en los espacios.

Por otro lado en el ámbito de la identidad cultural de la zona se ha podido observar en los objetos con uso comercial, que tienen un modelo estándar y repetitivo que por lo general no tiene algún elemento representativo de la zona, por lo que al observarlos no se puede identificar actividades que ayuden a identificar a la comunidad pero cabe mencionar que las zonas comerciales son espacios de un constante uso por lo que es parte importante para establecer una interacción y relación entre el usuario y el objeto.

Por lo contrario, en los objetos designados a un uso cultural se pudo identificar fácilmente los elementos que representan a cada zona y claramente se ha podido observar que también hay una relación de interacción y relación constante con el usuario, por sus distintos elementos y espacios adaptados con representación de la identidad de la zona.

Por lo que se dedujo que, las actividades artísticas le dan vida a un proyecto, porque aporta una relación entre el usuario y el objeto arquitectónico que permite una constante interacción entre ambos, a su vez existen elementos representativos para la comunidad que se pueden utilizar al momento de diseñar este proyecto.

Con respecto al quinto objetivo específico, se obtuvo como resultados que conociendo todos los datos anteriores nos ayudó a conceptualizar más lo que

realmente se va a querer para crear el mercado minorista, por ende, se encomendó a discusión los siguientes resultados:

Según el antecedente de Zhang et al. (2017), en su artículo “Características y mecanismos de formación del paisaje cultural arquitectónico en los pueblos tradicionales de Zhaoqing” coincidieron que el entorno urbano influye de manera estratégica en el concepto arquitectónico, ya sea mediante su cultura, generando así la creación propia de una cultura arquitectónica que integre a la ciudad mediante una organización espacial.

Así mismo, bajo las teorías de Flores (2020) coincidió que, la idea de un concepto se basa en una analogía formal. Además, Pettoello (2021), coincidió que la idea es más que un mero pensamiento; también tiene masa, forma y matiz.

Por otro lado, en base a las fichas realizadas se coincidió que, se pueden utilizar numerosas técnicas para generar, refinar y combinar la idea inicial como integrar varios métodos en un proyecto puede añadir profundidad y complejidad, pero, en última instancia, lo más importante es tener un concepto sólido y una idea bien definida con la que trabajar.

Así mismo se observó que los objetos arquitectónicos utilizan una variedad de conceptos en sus diseños y gran parte de los objetos utilizan elementos de la zona como bambú. Además, este proceso de observación es de gran aporte puesto que ayuda a identificar algunos elementos que representan a la zona y que se podría usarlo en el concepto del proyecto.

Para finalizar, los lugares tratan de mimetizarse con el espacio respetando el perfil urbano de la zona según la ubicación de cada uno. Ante esto se dedujo que, el concepto arquitectónico ayuda a que el proyecto se mantenga en una idea bien definida. Además, se puede utilizar elementos que representen a la zona, incluso colores al momento de diseñar el mercado puesto que ayudará que el proyecto se identifique mejor con la zona, además es muy importante que el impacto de la volumetría sea positivo en su entorno, por ello se debió de mimetizar el proyecto y de esta forma lograr una volumetría armoniosa con un impacto positivo en su entorno.

V. CONCLUSIONES

Respecto al objetivo general, se concluye que, se exploró criterios arquitectónicos necesarios para el diseño adecuado y confortable de una edificación de uso comercial. Así mismo, se tomó los siguientes criterios; En primer lugar, tener en cuenta las necesidades del proyecto y determinar que cada espacio debe diseñarse para cumplir con su función y transmitir lo que se quiere a través de él; segundo, identificar las fallas de los mercados actuales para evitarlas y resolverlas en el diseño a realizar; tercero, aprovechar los recursos naturales al proyectar pues debemos considerar un diseño sostenible que no afecte a gran escala el medio ambiente; cuarto, considerar la identificación cultural local donde se realizará el proyecto, pues esto hace que el diseño sea más íntimo con su comunidad, lo que logra que la comunidad cuide un establecimiento de uso comercial en el cual logre ser reconocido y permita ser de su agrado; por último, el proyecto debe mantenerse en armonía con su entorno para tener un impacto positivo y mantenerse en armonía con el entorno.

En relación al objetivo específico 1, se concluye que, se visualizó el estado actual de los espacios comerciales del mercado minorista José Olaya, en la cual se detalla que algunos de estos espacios mantienen una fachada cuidada, limpia y ordenada, mientras que, en la mayoría, requiere de un mantenimiento, ya que en la totalidad de estos proyectos no guarda cierta relación con el entorno. Por otro lado, también se hace mención al recorrido del usuario en la distribución interna de estos espacios siendo directa y óptima. Además, se hace mención en el diseño arquitectónico al merchandising para generar un gran impacto visual de los productos comerciales en los usuarios. Así mismo, la limpieza cumple un rol importante ya que una fachada tratada adecuadamente. Por último, se debe tomar importancia en el diseño de estos espacios comerciales manteniendo una integración que logre facilitar las actividades del usuario, ya que un diseño arquitectónico adecuado impacta en la venta de cada comerciante.

En relación al objetivo específico 2, se concluye que, se muestran los siguientes criterios. En primer lugar, la funcionalidad, espacios justificados adecuadamente, que cada espacio proyectado cumpla un rol arquitectónico y no proyectar espacios muertos. En segundo lugar, espacios integradores que permita integrar ciertas actividades comerciales y espacios de socialización como ejemplo

el patio de comidas. En tercer lugar, la volumetría, en la cual se detalla que deben ser ortogonales aprovechando al máximo los espacios y el uso de curvas aprovecharlos en la fachada como envolvente. En cuarto lugar, las circulaciones de estos espacios deben ser rectos y directos. Además, considerar siempre la topografía del terreno para los proyectos a futuros que se desea abarcar. Otro criterio importante es la materialidad y, por último, considerar el flujograma en el diseño de estos espacios de uso comercial.

En relación al objetivo específico 3, se concluye que, se detalla el uso de paneles solares para lograr un proyecto sostenible, además el uso de reutilizar los recursos naturales, como el agua de manera que el proyecto sea sostenible y ayude a mejorar los espacios verdes que contemplará el proyecto. Además, se toma en consideración el uso de materiales siendo estos en su mayoría que pertenezcan a la zona. Por otro lado, también se logra un proyecto sostenible a los proyectos en los diseños, el uso de vanos cuya finalidad es generar una adecuada ventilación e iluminación en estos espacios, por ello será importante un estudio bioclimático de la zona para conocer el tipo de clima que afronta la zona y así podemos emplear el juego de las alturas en los techos y la forma siendo estos inclinados o rectos. Además, el confort térmico se debe aplicar de manera correcta manteniendo techos bajos, así mismo, los expertos coinciden en aplicar arquitectura vernácula siendo de aporte a la sostenibilidad. Por último, es de importancia la aplicación de estos criterios para lograr un proyecto sostenible que vaya de la mano con el medio ambiente, ya que, al aplicar los criterios ya mencionados anteriormente, beneficiará al objeto arquitectónico y a los usuarios.

En relación al objetivo específico 4, se concluye que, se ha explorado que los objetos arquitectónicos que cumplen un uso comercial, no mantienen relación con espacios culturales pues no contemplan espacios socioculturales ni hay espacios en la cual se pueda desarrollar actividades artísticas para los usuarios. Por otro lado, se exploró espacios culturales en la que se detalla que si hay relación con ciertas actividades artísticas. Por último, se observó que los espacios de uso comercial mantienen un modelo estándar que genera no poder generar un elemento representativo en la zona que identifique a la comunidad y a la zona. Por ello es importante, emplear un diseño que caracterice a la zona y aplicarlos al objeto

arquitectónico planteado que se emplee como elemento arquitectónico imponente en la zona.

En relación al objetivo específico 5, se concluye que, se exploró que en las edificaciones emplean una gran variedad de diseños en sus fachadas en la cual no mantienen cierto criterio a la hora de conceptualizar el objeto arquitectónico. Además, gran parte de ellos emplean el bambú como elementos de la zona, convirtiéndolo, así como elementos representativos de la comunidad. Por último, emplear una adecuada conceptualización, ayuda a fortalecer nuestro diseño, por ello es necesario que la idea rectora tenga relación también con la parte funcional. Por otro lado, se observó que en algunas edificaciones emplean elementos representativos de la zona, empleando colores en las fachadas que ayude a identificar el objeto. Así mismo cumple un rol importante, la volumetría siendo ortogonal en relación con el entorno inmediato.

VI. RECOMENDACIONES

Por último, en este capítulo se dio a conocer recomendaciones por parte de los investigadores, a fin de relacionar los criterios de arquitectura comercial basado en cultura para el mercado minorista José Olaya que se localiza en el distrito de Nueva Cajamarca, Rioja, llegando así a diferentes formas de beneficiar a las personas que empleen en este.

De acuerdo al objetivo general, se recomienda a la Municipalidad del Distrito de Nueva Cajamarca considerar las necesidades del usuario y determinar que los espacios deben diseñarse para cumplir una función específica y transmitir lo que se quiere a través de él; también, enfocarse en la integración con el entorno natural y cultural, priorizando la sostenibilidad ambiental y la participación de la comunidad local. Además, es esencial garantizar la accesibilidad óptima de todos los pobladores, la seguridad del equipamiento, sobre todo la higiene y cuidado; además de promover la diversidad de productos y espacios sociales como plazuelas, espacios de recreación y ocio, para fomentar la interacción y el desarrollo socio-económico.

Como primera recomendación para el objetivo específico 1: se recomienda a los profesionales arquitectos que, en sus diseños, los stands comerciales se planteen alrededor de una circulación lineal, aprovechando de manera óptima el frente para la exhibición y abastecimiento de productos. Así también, se deberá proyectar espacios para la integración de los pobladores, tanto como interiores y al exterior del mercado; empleando patios de comidas, áreas de recreación y juegos para niños. (Véase en anexos: Plano 2D del puesto de comidas, vinculado funcionalmente al patio de comidas y áreas verdes, Vista en planta de la distribución interna del puesto de comidas, y la distribución de sillas del patio de comidas, Vista 3D de la distribución interna del puesto de comidas, y la distribución de sillas del patio de comidas).

Como segunda recomendación para el objetivo específico 2, se recomienda a los profesionales arquitectos implantar una circulación para el usuario que sea directa y óptima hacia los stands, además deberá permitir el óptimo merchandising entre el usuario y el producto, otorgando gran impacto visual de los productos. (Véase en anexos: Plano 2D de la distribución de puestos de frutas y verduras, implantando espacios de socialización para los clientes, Distribución de los puestos

de frutas y verduras, incluyendo áreas de socialización y áreas verdes, Vista 3D de los puestos de frutas y verduras, incluyendo áreas de socialización).

Como tercera recomendación para el objetivo específico 3, se recomienda a los profesionales arquitectos que en sus diseños deberán emplear áreas a doble altura, con la finalidad de renovar el aire del interior del establecimiento, porque al ubicarse en la Selva, la ventilación deberá ser óptima para confort del cliente. También, emplear técnicas bioclimáticas que no afecten el desempeño de actividades comerciales dentro del establecimiento. (Véase en anexos: Distribución de las áreas verdes a doble altura, Vista 3D de áreas verdes a doble altura).

Como cuarta recomendación para el objetivo específico 4, se recomienda a la comunidad de Nueva Cajamarca proyectar espacios internos para realización de actividades socio culturales, como plazas internas, áreas de juegos de mesa para adultos mayores, áreas de socialización y áreas para el desarrollo de actividades sociales y artísticas, como escenarios al aire libre; de esta manera aportar un valor e identidad cultural al mercado minorista. (Véase en anexos: Plano de distribución de áreas de socialización, ubicados entre circulaciones verticales y horizontales, Vista 3D de las áreas destinadas a reunión y socialización).

Como quinta recomendación para el objetivo específico 5, se recomienda a los profesionales arquitectos, respecto a la jerarquía de volúmenes que sea desarrollada a través de volúmenes ortogonales que tengan relación con el entorno inmediato, así como, incorporar la utilización del bambú como material de recubrimiento en algunos sectores de la fachada según el diseño propuesta, también, además de utilizar colores como el rojo ocre y verde jade en el diseño de la fachada, de esta manera que facilite identificar al mercado. (Véase en anexos: Elevación frontal de la fachada, Vista 3D de la fachada, utilización del bambú como material de revestimiento).

REFERENCIAS

- AGUILAR, J. (2019). A review of acoustic design criteria for school infrastructure in Chile. *Revista ingeniería de construcción*, 34(2), 115–123. <https://doi.org/10.4067/S0718-50732019000200115>
- AKINER, İ., YITMEN, İ., AKINER, M. E., & AKINER, N. (2021). The Memetic Evolution of Latin American Architectural Design Culture. *Buildings*, 11(7), 288. <https://doi.org/10.3390/buildings11070288>
- ALIAGA, F. (2019). Renovación arquitectónica del mercado municipal del distrito de Huánuco para mejorar las condiciones sanitarias de los productos que comercializa. [Universidad de Huánuco]. En *Facultad de Arquitectura*. <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/1695>
- ALVIM, M., AGUIAR, T., GUEDES, C., & CADIMA, J. (2019). Artistic Activities in Crèche and the Quality of Interactions. *Early education and development*, 31(4), 582–598. <https://doi.org/10.1080/10409289.2019.1689771>
- ANDIA, W., COLQUICOCHA, J. R., & MALCA, F. (2020). Arquitectura empresarial sostenible: Un enfoque integral en los negocios. *Ciencias Administrativas*, 18, 087. <https://doi.org/10.24215/23143738e087>
- BHATTACHARYA, T., & SEN, J. (2021). Principles of Complementarity in Designing Balanced Urban Space: Cases of Sociocultural Spaces of Kolkata. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 221, 687–700. https://doi.org/10.1007/978-981-16-0041-8_57/COVER
- BUGENINGS, L., & KAMARI, A. (2022). Bioclimatic Architecture Strategies in Denmark: A Review of Current and Future Directions. *Buildings 2022, Vol. 12, Page 224*, 12(2), 224. <https://doi.org/10.3390/BUILDINGS12020224>
- CAMPOS, H. (2018). Study of cultural identity through an epistemic construction of the concept regional cultural identity. *Cinta de Moebio*, 62(62), 199–212. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>
- CARRASCO, J., PRIETO, S., SÁNCHEZ, J., FRANCÉS, F., CARRATALÁ, L., & VILELLA, S. (2022). Barriuminadas. O cómo renombrar lo inimaginable, dibujar flujogramas y resignificar lugares en arquitectura. *Redes de Investigación e Innovación en Docencia Universitaria: Volumen 2022*, 71–82. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/128696>
- CASAKIN, H. (2019). Metaphors as Discourse Interaction Devices in Architectural

- Design. *Buildings* 2019, Vol. 9, Page 52, 9(2), 52.
<https://doi.org/10.3390/BUILDINGS9020052>
- CONCYTEC. (2018). *investigacion basica o aplicada concytec*.
https://www.google.com/search?q=investigacion+basica+o+aplicada+concytec&rlz=1C1UEAD_esPE999PE999&sxsrf=AJOqlzVUnw-k_yvz_knseliZV6Rx8Fx77g%3A1678497747890&ei=09cLZKf-NbLa5OUPo7iwoAI&ved=0ahUKEwjns5Ow29L9AhUyLbkGHSMcDCQQ4dUDCA8&uact=5&oq=investigacion+basi
- CUETO, E. (2020). Investigación cualitativa. *ieya.uv.cl*, 1(3), 1–2.
<https://ieya.uv.cl/index.php/asid/article/download/2574/2500>
- DALY, P., DIAS, Á., & PATULEIA, M. (2021). The Impacts of Tourism on Cultural Identity on Lisbon Historic Neighbourhoods. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 8(1), 1–25. <https://doi.org/10.29333/EJECS/516>
- DARWISH, E. A., & MOUSTAFA, A. (2023). ModPalma: Conceptualization of a novel date palm midribs prefabricated enclosure wall panel. *Alexandria Engineering Journal*, 67, 565–582. <https://doi.org/10.1016/J.AEJ.2023.01.006>
- DOMÍNGUEZ, J. (2021). Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019. *Arquitectura y Urbanismo*, XLIII(2), 7–24. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376868446002>
- FLORES, A. (2020). Del concepto formal a la conceptualización sistémica en el diseño arquitectónico. *Contexto: revista de la Facultad de Arquitectura Universidad Autónoma de Nuevo León, ISSN 2007-1639, Vol. 14, Nº. 20, 2020 (Ejemplar dedicado a: Revista CONTEXTO)*, 14(20), 9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7433584&info=resumen&idoma=SPA>
- FUENTES, J. (2023). Challenges and Current Research Trends for Vernacular Architecture in a Global World: A Literature Review. *Buildings* 2023, Vol. 13, Page 162, 13(1), 162. <https://doi.org/10.3390/BUILDINGS13010162>
- GALIANO, A., MARCOS, C., TORRANCE, N., & Juan, P. (2021). Reassessing thermal comfort in modern architecture: E.1027 as a case study. <https://ezproxy.ucsm.edu.pe:2089/10.1080/09613218.2021.1971060>, 50(1–2), 230–254. <https://doi.org/10.1080/09613218.2021.1971060>
- GIESECKE, M. (2020). Elaboración y pertinencia de la matriz de consistencia

- cualitativa para las investigaciones en ciencias sociales. *Desde el Sur*, 12(2), 397–417. <https://doi.org/10.21142/DES-1202-2020-0023>
- GOOGLE EARTH. (s/f). *Ubicación Nueva Cajamarca*. Google Earth. Recuperado el 15 de marzo de 2023, de <https://earth.google.com/web/search/Nueva+Cajamarca/@-5.94236348,-77.29711505,852.51851375a,13766.76717019d,35y,0.00001194h,12.87661049t,0r/data=CmgaPhl4CiUweDkxYjZkZGVhYTczMDhkY2l6MHg2ZmQ1YzMzMGFIMjJjOGFIKg9OdWV2YQpDYWphbWFyY2EYAiABliYKJAnFPr2G-KgpwBFnTs>
- GOYTIA, L., & NIEVES, R. (2020). Conceptualización de la ciudad y su territorio. Tendencia geométrica del imaginario urbano. *Estoa. Revista de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca*, 9(17), 79–92. <https://doi.org/10.18537/EST.V009.N017.A07>
- GUEVARA, E. (2017). Códigos de la arquitectura vernácula aplicados en una arquitectura integradora del Mercado Central de Chota [Universidad César Vallejo]. En *Universidad Andina del Cusco*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/59644>
- GUIMARÃES, P. (2018). The Transformation of Retail Markets in Lisbon: An Analysis through the Lens of Retail Gentrification. <https://doi.org/10.1080/09654313.2018.1474177>, 26(7), 1450–1470. <https://doi.org/10.1080/09654313.2018.1474177>
- GUIMARÃES, P. (2019). Exploring the Impacts of Gentrified Traditional Retail Markets in Lisbon in Local Neighbourhoods. *Social Sciences 2019, Vol. 8, Page 190*, 8(6), 190. <https://doi.org/10.3390/SOCSCI8060190>
- HOMBOURGER, S., & BARÈS, F. (2019). La face cachée de la co-création de valeur: l'exemple de l'architecture commerciale française. *Management international*, 22(4), 105–120. <https://doi.org/10.7202/1060841AR>
- JIAN, Z., & QIN, L. (2022). The application of big data network crawler technology for architectural culture and environment protection. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, 34(9), e5769. <https://doi.org/10.1002/cpe.5769>
- LEMOINE, F. A., DELGADO, Y. L., & HERNÁNDEZ, N. R. (2018). Analisis de la actividad Comercial para la sostenibilidad en los negocios del CANTÓN

- SUCRE. *Ciencias Administrativas*, 15, 97–106.
<https://doi.org/10.24215/23143738E059>
- LÓPEZ, I., & PÉREZ, M. (2018). Actividad artística y precariedad laboral en España: análisis a partir de un estudio global. *Arte y Políticas de Identidad*, 19, 49–66.
<https://doi.org/10.6018/reapi.359771>
- LU, Y. (2018). Cultural Architecture for the Promotion and the Citizenization of Rural Population. *Open House International*, 43(1), 129–133.
<https://doi.org/10.1108/OHI-01-2018-B0026>
- MARTÍNEZ, L. (2018). Arquitectura comercial como detonante de la revitalización urbana. *Artículo de Grado, Universidad Católica de Colombia*, 33.
<https://hdl.handle.net/10983/19903>
- MIFTAHUL, M., RIDHO, M., HAMIDAH, W., FAYRUSSALAM, H., & THIFANA, A. (2022). Budaya Arsitektur dalam Islam (Cultural Arquitectónica en el Islam). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 4302–4312.
<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/3534>
- MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN. (2016, mayo 23). *LINEAMIENTOS GENERALES DE LA POLÍTICA NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE MERCADOS DE ABASTOS*. Ministerio de la Producción; Ministerio de la Producción. <https://pndp.produce.gob.pe/wp-content/uploads/2018/11/Lineamientos-Política-Nacional-de-Competitividad-Mercados-de-abastos.pdf>
- OLIVEIRA, R., & NURISKANDAR, H. (2022). The Expression of Cultural Identity in Mosque Architecture in Brunei Darussalam. *TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia*, 10(1), 39–58.
<https://doi.org/10.1017/trn.2021.13>
- OLIVIER, J. (2020). El rigor de lo cualitativo. Las obligaciones empíricas de la interpretación socioantropológica. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 170, 1–5.
<https://www.ingentaconnect.com/contentone/cis/reis/2020/00000170/00000170/art00012#>
- PAREJA, J. (2017). Mercado Municipal de Abastos [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. En *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/622450>

- PEDRAZ, C. (2018). *Las actividades culturales y artísticas: su valor socioeducativo* [Universidad del País Vasco]. <http://addi.ehu.es/handle/10810/31744>
- PÉREZ, J. (2017). Arquitectura comercial de la ciudad de Roma. Una aproximación a la definición de las avenidas de carácter suntuario: de la vía Sacra a la Quinta Avenida. *REUDAR. European Journal of Roman Architecture*, 1, 143. <https://doi.org/10.21071/REUDAR.V1I0.10166>
- PÉREZ, L., & ABALOS, A. (2021). Procedure for managing internationalization at the Faculty level. Methodological bases for its implementation in Cuban Universities. *Revista de Educacion y Derecho*, 1, 440–467. <https://doi.org/10.1344/REYD2021.1EXT.37873>
- PETTOELLO, G. (2021). Materializar la idea: el proceso multinivel de diseño. *EGA Expresión Gráfica Arquitectónica*, 26(41), 218–229. <https://doi.org/10.4995/EGA.2021.14595>
- QUARTIER, K., CLAES, S., & VANRIE, J. (2020). A holistic competence framework for (future) retail design and retail design education. *Journal of Retailing and Consumer Services* Quartier, K., Claes, S., & Vanrie, J. (2020). A holistic competence framework for (future) retail design and retail design education. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 101914. <https://doi.org/10.1016>, 55, 101914. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2019.101914>
- QUISPE, M. (2020). MERCADO MINORISTA CON CONDICIONANTES BIOCLIMÁTICAS APLICADAS A LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ARQUITECTURA FORMAL Y ESPACIAL EN EL SECTOR SANTA BARBARA, CAJAMARCA 2020 [Universidad Privada del Norte]. En *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24328>
- RAHMAT, M. H., ISMAIL, A. S., & MANDALA, A. A. (2022). Framework of National Architectural Identity of Public Administration Buildings: A Case Study of Majlis Bandaraya Johor Bahru (MBJB) Tower. *International Journal of Sustainable Construction Engineering and Technology*, 13(4), 399–414. <https://doi.org/10.30880/ijscet.2022.13.04.034>
- RASHEDI, A., KHANAM, T., JEONG, B., HOSSEINZADEH, H., HUSSAIN, M., & SULTANA, R. (2022). Life Cycle Environmental Sustainability and Energy Assessment of Timber Wall Construction: A Comprehensive Overview.

- Sustainability* 2022, Vol. 14, Page 4161, 14(7), 4161.
<https://doi.org/10.3390/SU14074161>
- RODRÍGUEZ, D. (2018). Herencia y cultura arquitectónica. El estudiante como creador del conocimiento en arquitectura. *Dearq*, 22, 26–35.
<https://doi.org/10.18389/dearq22.2018.02>
- ROMERO, R., BOJORQUEZ, G., LUNA, A., & REYES, K. (2020). Energy efficiency in mass-built housing and demonstrative bioclimatic models in a hot-dry climate zone. *Journal Architecture and Design*, 4(11), 1–8.
<https://doi.org/10.35429/JAD.2020.11.4.1.8>
- ROSALES, M. (2021). La ética en la investigación científica universitaria y su inclusión en la práctica docente. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 15039–15058.
https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V5I6.1454
- RUIZ, M. D. (2018). Residential architecture in late antique corduba. Topography, urbanism and functionality. *SPAL*, 27(2), 263–286.
<https://doi.org/10.12795/SPAL.2018I27.23>
- SALAMAK, M., & Fross, K. (2016). Bridges in Urban Planning and Architectural Culture. *Procedia Engineering*, 161, 207–212.
<https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.08.530>
- SAN CRISTÓBAL, A. (2018). El valor patrimonial de la arquitectura virreinal. *Turismo y Patrimonio*, 5, 23–36. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2005.n5.02>
- SASMITA, K., SOEMARDIONO, B., & NOERWASITO, V. (2020). DESIGN CRITERIA OF MODERN SHOPPING CENTRE BUILDING BASED ON PUBLIC PEDESTRIAN SPACE. *Journal of Architecture&ENVIRONMENT*, 19(1), 11–36. <https://doi.org/10.12962/J2355262X.V19I1.A6511>
- SILVA, A. (2019). Renovación de mercado novoandino en Cajamarca [Tesis título profesional, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. En *Repositorio Académico* UPC.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/651603>
- TABAK, P., FIRDEVIS, G., & CAYMAZ, Y. (2022). An Assessment of the Design Criteria of Market Areas in Terms Of Urban Space Quality. *SAUC - Street Art and Urban Creativity*, 8(1), 34–47. <https://doi.org/10.25765/SAUC.V8I1.576>
- TORRES, A., & ZELADA, M. (2021). Validación de instrumentos para el desarrollo

- de habilidades profesionales en el periodo preoperatorio mediato. *Medisan*, 25(4), 838–855. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=368468848004>
- URETA, C. (2016). ‘... la arquitectura es la forma de una función o la función de una forma.’ *Arquitectura... forma y función. Revista Arquitectura +*, 1(1), 21–22.
<https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/arquitectura/article/view/5977>
- VARGAS, G., & RODRÍGUEZ, C. (2016). Oligopolio y estrategias de competencia en el mercado de minoristas en México. *Economía Informa*, 400, 3–23. <https://doi.org/10.1016/J.ECIN.2016.09.002>
- VÁSQUEZ, E. A., & JIMÉNEZ Molina, C. (2022). La sostenibilidad en las sociedades comerciales colombianas: su exigibilidad a través del deber fiduciario. *Revista de Derecho Privado*, 44, 179–213. <https://doi.org/10.18601/01234366.44.07>
- YATACO, A. (2021). Centro Mercantil de Abastos en Chíncha Alta [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. En *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656710>
- YU, D. (2019). A Case Study on the Characteristics of Cultural Expression in Contemporary Commercial Architecture Design in China. *The Journal of the Korea Contents Association*, 19(10), 32–44. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2019.19.10.032>
- ZHANG, H., JIN, W., & ZHOU, C. (2017). Characteristics and Forming Mechanisms of Architecture Cultural Landscape in Zhaoqing’s Traditional Villages. *Tropical Geography*, 37(3), 304–317. <https://doi.org/10.13284/J.CNKI.RDDL.002952>
- ZHU, X., HUANG, D., & ZHANG, Y. (2022). Study on Architectural Landscape Cultural Representation and Ecological Wisdom of Zengtou Qiang Village in Lixian County, Sichuan Province. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/8052958>

Anexo 1: Tabla de operacionalización de variables o Tabla de categorización.

| "Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja" | | | | | | | | |
|--|---|---|------------------------|--------------------------|---|---------------------|----------------------|-----------------------------------|
| OBJETIVO | | | | | | | | |
| CATEGORÍAS | DEFINICIÓN | Explorar criterios de diseño de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja de 2023 | SUBCATEGORÍAS | INDICADORES | FUENTES | TÉCNICAS | INSTRUMENTOS | |
| ARQUITECTURA COMERCIAL | según Domínguez (2021), nos indicó que la arquitectura comercial, es la infraestructura total construida que respalda la realización de actividades comerciales a escala mundial, también incluye la promoción inmobiliaria que fomenta el compromiso directo con el cliente. | Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya. | MERCADO MINORISTA | Actividad Comercial | Material bibliográfico (artículos científicos) | Análisis Documental | Ficha de observación | |
| | | Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comercial. | CRITERIO DE DISEÑO | Diseño Minorista | | | Función | Guía de entrevista semiestructura |
| | | | | Forma | | | Flujograma | Guía de entrevista semiestructura |
| | | Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya. | SOSTENIBILIDAD | Bioclimático | | | Confort Térmico | Guía de entrevista semiestructura |
| CULTURA ARQUITECTÓNICA | Jian y Qin (2022) indicaron que la cultura arquitectónica de Maonan es un reflejo de las costumbres y el patrimonio de tradiciones, así como de las características locales. | Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | ACTIVIDADES ARTÍSTICAS | Espacios socioculturales | Material bibliográfico (artículos científicos, Tesis) | Análisis Documental | Ficha de observación | |
| | | | IDENTIDAD CULTURAL | Representación Cultural | | | | Arquitectura Cultural |
| | | | | Identidad arquitectónica | | | | Valor Patrimonial |
| | | Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | CONCEPTUALIZACIÓN | Ideas | | | Metáfora | Ficha de observación |

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 26 de mayo 2023

Hora de observación: 10:18 am

| DATOS GENERALES | | | |
|--|--|---|--|
| Evidencia fotográfica | | | |
| | | | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | |
| Mercado Central de Nueva Cajamarca | | Persona Natural | |
| Dirección | | Persona Jurídica | |
| Jr. Bolognesi Cdra. 1 | | X | |
| Tipo de arquitectura | | Uso Actual: Mercado Minorista | |
| Civil publica | | Estado de conservación | |
| x | | Buena | |
| Civil Domestica | | | |
| Religiosa | | | |
| Militar | | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos | |
| La fachada de un ingreso está muy cargada de anuncios, tiene protección metálica en las puertas. | | Vigas, Columnas, Vanos, techo metálico. | |

| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
|---|--|----|-------------|
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | | Si | No |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | | X | Observación |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | | X | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | | X | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | | X | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | | Si | No |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | | X | Observación |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | | X | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | | X | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | | Si | No |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | | X | Observación |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |

| | | | | |
|---|--|----|----|-------------|
| 10. | Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. | Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | | |
| Subcategoría | 1: mercado minorista | Si | No | Observación |
| Indicador: Actividad comercial | | | | |
| 12. | Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. | Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. | La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. | Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 25 de mayo del 2023

Hora de observación: 11:42 am

| | | | | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| DATOS GENERALES | | | | |
| Evidencia fotográfica | | | | |
|  | | | | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | | |
| Super Market Rioja | | Persona Natural | | X |
| Dirección | | Persona Jurídica | | |
| Jr. 2 de Mayo 541 | | Uso Actual: Comercio | | |
| Tipo de arquitectura | | Estado de conservación | | |
| Civil publica | | Regular | | |
| Civil Domestica | X | | | |
| Religiosa | | | | |
| Militar | | | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos | | |
| Fachada en buen estado, el primer nivel corresponde al comercio, con un ingreso amplio y protección metálica. | | Columnas, vigas, puertas y ventanas. | | |

| | | | | |
|---|---|----|----|-------------|
| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | | |
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | | |
| Subcategoría | 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. | Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | | X | |
| 2. | Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | | X | |
| 3. | Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | | X | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | | X | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | | X | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | | X | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | X | | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 24 de mayo 2023

Hora de observación: 12:49 p.m.

| | | | |
|--|--|-------------------------------|--|
| DATOS GENERALES | | | |
| Evidencia fotográfica | | | |
|  | | | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | |
| Mercado los Angeles-Moyobamba | | Persona Natural | |
| Dirección | | Persona Jurídica | |
| Jr. Apurímac con Jr. Emilio Acosta | | X | |
| Tipo de arquitectura | | Uso Actual: | |
| Civil publica | | Estado de conservación | |
| X | | Regular Estado | |

| | | |
|---|--|--|
| Civil Domestica | | |
| Religiosa | | |
| Militar | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | |
| Descripción de la fachada | Elementos Arquitectónicos | |
| Fachada en buen estado, con varios anuncios de los negocios con tipologías diferentes que provocan ruido visual en la misma | Columnas, vigas, puertas, no hay ventanas. | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | | X | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | | X | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | | X | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | | X | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | | X | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | X | | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | | X | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 03 de mayo 2023

Hora de observación: 3:33 pm

| DATOS GENERALES | | | |
|--|---|---|--|
| Evidencia fotográfica | | | |
|  | | | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | |
| Mercado de Abastos de Rioja | | Persona Natural | |
| Dirección | | Persona Jurídica | |
| Jr. Almirante Grau cdra. 5 y Jr. 2 de mayo cdra. 5 | | X | |
| Tipo de arquitectura | | Uso Actual: Mercado minorista | |
| Estado de conservación | | Regular estado de conservación | |
| Civil publica | X | | |
| Civil Domestica | | | |
| Religiosa | | | |
| Militar | | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos | |
| La fachada se encuentra en un estado de conservación regular, la pintura necesita mantenimiento. | | Se observan vanos de ventana y puertas, escaleras, barandas, maceteros con plantas. | |

| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
|---|----|----|-------------|
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | | X | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | | X | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | | X | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | | X | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | | X | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | | X | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | X | | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |

| | | | | | |
|---|--|----|----|-------------|--|
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista | Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación | |
| 12. | Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | | |
| 13. | Existe relación con el entorno | X | | | |
| 14. | La fachada se encuentra en buen estado | X | | | |
| 15. | Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 02 de mayo 2023

Hora de observación: 4:56 pm

Objetivos:

- Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya
- Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca.
- Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya.

| | | |
|--|-------------------------------|---|
| DATOS GENERALES | | |
| Evidencia fotográfica | | |
|  | | |
| Nombre del equipamiento | Propietario actual | |
| Museo Toé | Persona Natural | X |
| Dirección | Persona Jurídica | |
| Jr. Libertad 1229 | Uso Actual: Museo | |
| Tipo de arquitectura | Estado de conservación | |
| Civil publica | Buen estado de conservación | |

| | | |
|--|---------------------------|--|
| Civil Domestica | X | |
| Religiosa | | |
| Militar | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | |
| Descripción de la fachada | Elementos Arquitectónicos | |
| Cuenta con portón principal, una banqueta pública con floreros, en el 2do nivel cuenta con 2 vanos con su balcón a los extremos, figuras de la zona. | Balcón, vanos, puertas. | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | X | | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | X | | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | X | | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | X | | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | X | | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Observaciones: El propietario del Museo Toé se llama Raúl del Águila.

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 05 de mayo 2023
 Hora de observación: 4:00 pm

| DATOS GENERALES | | |
|---|---|--|
| Evidencia fotográfica | | |
|  | | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual |
| Centro Cultural Moyobamba | | Persona Natural |
| Dirección | | Persona Jurídica |
| Jr. Reyes Guerra 902 | | X |
| Tipo de arquitectura | | Uso Actual: Centro Cultural |
| Estado de conservación | | |
| Civil publica | X | Buena |
| Civil Domestica | | |
| Religiosa | | |
| Militar | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos |
| la fachada se encuentra en un buen estado de conservación, la pintura y los materiales usados están en buen estado. | | Vanos, puertas, balcones pequeños y techos inclinados. |

| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
|---|----|----|-------------|
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | X | | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | X | | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | X | | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | X | | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | X | | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | X | | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 05 de mayo 2023

Hora de observación: 4:30 pm

| | | | |
|---|---|--|--|
| DATOS GENERALES | | | |
| Evidencia fotográfica | | | |
|  | |  | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | |
| Teatro Municipal Moyobamba | | Persona Natural | |
| Dirección | | Persona Jurídica | |
| Jr. Reyes Guerra 920 | | X | |
| Tipo de arquitectura | | Uso Actual: Teatro | |
| Estado de conservación | | Buena | |
| Civil publica | X | | |
| Civil Domestica | | | |
| Religiosa | | | |
| Militar | | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos | |

| | |
|--|---|
| la fachada se encuentra en un muy buen estado la pintura de la fachada está muy bien conservada así como las ventanas y puertas. | Columnas, arcos estructurales, ventanas, puertas, techos inclinados y balcones. |
|--|---|

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | X | | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | X | | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | X | | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | | X | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | X | | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | X | | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

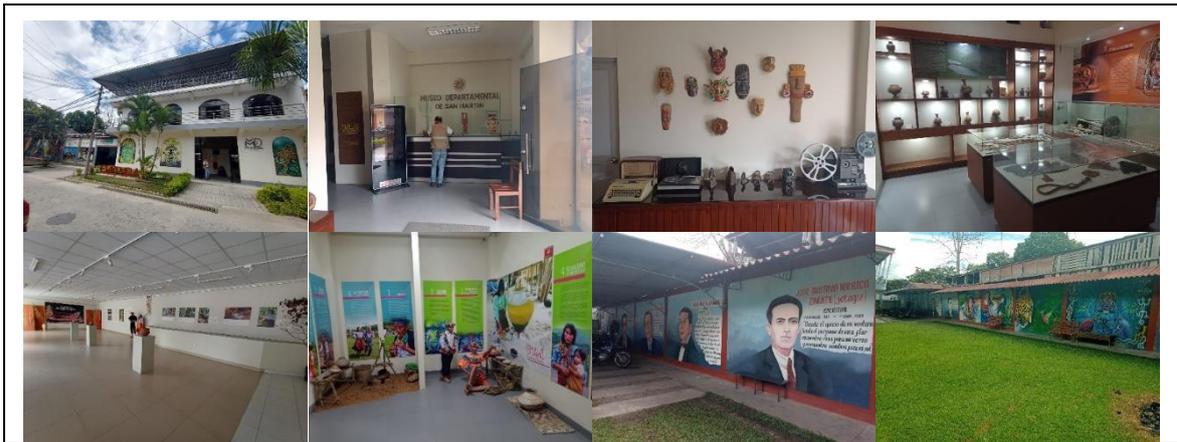
Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 24 de mayo 2023

Hora de observación: 12:08 p.m.

| |
|------------------------------|
| DATOS GENERALES |
| Evidencia fotográfica |



| | | | |
|--|---|---|---|
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | |
| Museo Departamental San Martín | | Persona Natural | |
| Dirección | | Persona Jurídica | x |
| Jr. Óscar Reyes Benavides 325- Moyobamba | | Uso Actual: Museo galería | |
| Tipo de arquitectura | | Estado de conservación | |
| Civil publica | x | Buena | |
| Civil Domestica | | | |
| Religiosa | | | |
| Militar | | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos | |
| Fachada en buen estado, el primer nivel tiene un buen ingreso ornamentado en las veredas, en segunda nivel tiene balcón, con sus respectivas ventanas y puertas y el tercer nivel una terraza con techo metálico | | Balcones, puertas, ventanas, terraza elementos estructurales como vigas y columnas. | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | X | | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | X | | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | X | | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | X | | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | | X | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista | Si | No | Observación |
| Indicador: Actividad comercial | | | |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 24 de mayo 2023

Hora de observación: 4:39 p.m.

| | | | |
|--|---|-------------------------------|---|
| DATOS GENERALES | | | |
| Evidencia fotográfica | | | |
|  | | | |
| Nombre del equipamiento | | Propietario actual | |
| Machuca Gallery | | Persona Natural | X |
| Dirección | | Persona Jurídica | |
| Jr. Juan José Reyes Guerra 579 | | Uso Actual: Cultural | |
| Tipo de arquitectura | | Estado de conservación | |
| Civil publica | X | | |
| Civil Domestica | | | |
| Religiosa | | | |
| Militar | | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos | |
| | | | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | X | | |

| | | | |
|---|----|----|-------------|
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | | X | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | X | | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | X | | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | | X | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista Indicador: Actividad comercial | Si | No | Observación |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | X | | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Guía De Observación Para Visualizar La Cultura Arquitectónica y Arquitectura Comercial

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja

Observador: José Antonio Muñoz Rengifo

Categoría: Cultura arquitectónica y arquitectura comercial

Fecha: 27 de mayo 2023

Hora de observación: 12:24 p.m.

| | | |
|--|---------------------------|---|
| DATOS GENERALES | | |
| Evidencia fotográfica | | |
|  | | |
| Nombre del equipamiento | Propietario actual | |
| Biblioteca Cultural Urkutútu | Persona Natural | X |
| Dirección | Persona Jurídica | |
| Jr. Angaiza 566 | Uso Actual: | |

| Tipo de arquitectura | | Estado de conservación |
|--|---|---|
| Civil publica | | Regular |
| Civil Domestica | X | |
| Religiosa | | |
| Militar | | |
| DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE | | |
| Descripción de la fachada | | Elementos Arquitectónicos |
| Es de un color sobrio, el ingreso está retraído en la volumetría, se identifica el nombre rápidamente, la pintura requiere mantenimiento | | Puertas, ventanas, portones, voladizos. |

| Categoría: Cultura Arquitectónica | | | |
|--|----|----|-------------|
| Objetivo: Explorar las actividades culturales relacionadas con la identidad en el distrito de Nueva Cajamarca. | | | |
| Subcategoría 1: Actividades artísticas | Si | No | Observación |
| 1. Existe relación con el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| 2. Mantiene relación con espacios de desarrollo socioculturales | X | | |
| 3. Evidencia representación cultural que nos ayude a identificar la identidad del distrito | X | | |
| 4. Tiene espacios para el desarrollo de actividades artísticas | X | | |
| Subcategoría 2: Identidad cultural | Si | No | Observación |
| 5. Evidencia la relación arquitectónica con actividades que identifiquen a la comunidad | | X | |
| 6. Tiene elementos representativos para la comunidad | X | | |
| 7. Establece interacción y relación con el usuario | X | | |
| Objetivo: Explorar ideas para la conceptualización del proyecto en el mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 3: Conceptualización | Si | No | Observación |
| 8. Se evidencia el uso de un concepto para el diseño del edificio | | X | |
| 9. Posee una representación adecuada de la proporción y uso de materiales de la zona | | X | |
| 10. Aporta ideas de concepto a la investigación | X | | |
| 11. Se observa algún aporte de la mimetización con el entorno para poder aplicarlo al proyecto | X | | |
| Categoría: Arquitectura Comercial | | | |
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | | | |
| Subcategoría 1: mercado minorista | Si | No | Observación |
| Indicador: Actividad comercial | | | |
| 12. Sus instalaciones se encuentran en buen estado | X | | |
| 13. Existe relación con el entorno | | X | |
| 14. La fachada se encuentra en buen estado | X | | |
| 15. Mantiene una limpieza adecuada alrededor del perímetro | X | | |

Anexo 3: Modelo de consentimiento y/o asentimiento informado, formato UCV.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA ENTREVISTA COMO APORTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título Del Proyecto De Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Investigador: Bach. Arq. José Antonio Muñoz Rengifo

Antes de proceder con la entrevista, lea detenidamente las condiciones y términos de la misma, presentadas a continuación.

Condiciones y términos de la entrevista

Luego de una consulta previa y una breve presentación del tema, usted ha sido elegido (a) para participar en esta entrevista, bajo las condiciones de ser un sujeto con conocimientos profesionales, especiales y objetivos sobre el tema; y cuya, disponibilidad es inmediatamente en tiempo y lugar. Por lo tanto, al acceder participar voluntariamente de la entrevista en cuestión, usted está sujeto a los siguientes términos:

- Su identidad será reservada, asumiendo solo sus iniciales del primer nombre y apellidos en mayúscula.
- Esta entrevista será archivada en audio y por escrito, este último junto al presente documento con anexos dentro del proyecto de investigación en físico, guardados en un CD y entregado al asesor metodológico, por disposición de la escuela profesional de arquitectura de la universidad César Vallejo y del investigador, para su uso netamente académico.
- En caso de tener algún inconveniente de suma importancia durante la realización de la entrevista, tiene total derecho de retirarse o detener la entrevista, para su continuación en otra fecha u/y hora, establecido bajo acuerdo mutuo.

Yo, Dr. Arq. Ítalo Zavala Bravo, desempeñado en varias funciones como Arquitecto y Docente Universitario, como entrevistado, accedo en participar voluntariamente de esta entrevista presencial, en colaboración al proyecto de investigación ya descrito por el alumno investigador.

Lima, 10 de mayo del 2023.

Firma del entrevistador

Firma del entrevistado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA ENTREVISTA COMO APORTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título Del Proyecto De Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Investigador: Bach. Arq. José Antonio Muñoz Rengifo

Antes de proceder con la entrevista, lea detenidamente las condiciones y términos de la misma, presentadas a continuación.

Condiciones y términos de la entrevista

Luego de una consulta previa y una breve presentación del tema, usted ha sido elegido (a) para participar en esta entrevista, bajo las condiciones de ser un sujeto con conocimientos profesionales, especiales y objetivos sobre el tema; y cuya, disponibilidad es inmediatamente en tiempo y lugar. Por lo tanto, al acceder participar voluntariamente de la entrevista en cuestión, usted está sujeto a los siguientes términos:

- Su identidad será reservada, asumiendo solo sus iniciales del primer nombre y apellidos en mayúscula.
- Esta entrevista será archivada en audio y por escrito, este último junto al presente documento con anexos dentro del proyecto de investigación en físico, guardados en un CD y entregado al asesor metodológico, por disposición de la escuela profesional de arquitectura de la universidad César Vallejo y del investigador, para su uso netamente académico.
- En caso de tener algún inconveniente de suma importancia durante la realización de la entrevista, tiene total derecho de retirarse o detener la entrevista, para su continuación en otra fecha u/y hora, establecido bajo acuerdo mutuo.

Yo, Angélica Solange Castañeda García, desempeñada Ingeniera Civil como Ingeniera de Campo, accedo en participar voluntariamente de esta entrevista presencial, en colaboración al proyecto de investigación ya descrito por el alumno investigador.

Lima, 15 de Mayo del 2023.

Firma del entrevistador

ANGÉLICA SOLANGE CASTAÑEDA GARCÍA
INGENIERA CIVIL
R. CIP. N° 230314

Firma del entrevistado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA ENTREVISTA COMO
APOORTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Título Del Proyecto De Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Investigador: Bach. Arq. José Antonio Muñoz Rengifo

Antes de proceder con la entrevista, lea detenidamente las condiciones y términos de la misma, presentadas a continuación.

Condiciones y términos de la entrevista

Luego de una consulta previa y una breve presentación del tema, usted ha sido elegido (a) para participar en esta entrevista, bajo las condiciones de ser un sujeto con conocimientos profesionales, especiales y objetivos sobre el tema; y cuya, disponibilidad es inmediatamente en tiempo y lugar. Por lo tanto, al acceder participar voluntariamente de la entrevista en cuestión, usted está sujeto a los siguientes términos:

- Su identidad será reservada, asumiendo solo sus iniciales del primer nombre y apellidos en mayúscula.
- Esta entrevista será archivada en audio y por escrito, este último junto al presente documento con anexos dentro del proyecto de investigación en físico, guardados en un CD y entregado al asesor metodológico, por disposición de la escuela profesional de arquitectura de la universidad César Vallejo y del investigador, para su uso netamente académico.
- En caso de tener algún inconveniente de suma importancia durante la realización de la entrevista, tiene total derecho de retirarse o detener la entrevista, para su continuación en otra fecha u/y hora, establecido bajo acuerdo mutuo.

Yo, Dr. Arq. CARLOS RAFAEL TORRES MOSQUEIRA, desempeñado.....como experto .accedo en participar voluntariamente de esta entrevista presencial, en colaboración al proyecto de investigación ya descrito por el alumno investigador.

Lima,.....de.....del 2023.



Firma del entrevistador



Firma del entrevistado

Anexo 4: Matriz de Evaluación por juicio de expertos, formato UCV.

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA ARQUITECTURA COMERCIAL

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Entrevistador (E): José Antonio Muñoz Rengifo

Entrevistado (P): Dr. Arq. Ítalo Zavala Bravo-CAP 007861

Ocupación del entrevistado: Arquitecto y Docente Universitario

Fecha: 05/05/2023

Tiempo estimado: 38 min.

Lugar de la entrevista: Vía zoom

Objetivos de la entrevista:

- Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya
- Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales.
- Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya.

| PREGUNTAS | TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS |
|---|--|
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | |
| SUB-CATEGORÍA 1: MERCADO MINORISTA | |
| <p>Actualmente los mercados minoristas tienen un lenguaje similar, por lo general son stands distribuidos de forma recta y entre cada recta se colocan los largos pasadizos. Por ello a su parecer,</p> <p>1. ¿Cuál sería la forma adecuada de integrar la circulación con la distribución de los stands en los mercados?</p> | <p><i>Yo creo que debes tener en cuenta que para darte esta respuesta de hecho aplicamos el tema funcional, lo óptimo y funcionalmente para el equipamiento como también para la exhibición y venta de los productos entonces si vemos ejemplos no solo de mercado minorista sino acompañando al mercado mayoristas o supermercados vemos que tienen distribución lineal y siempre es la óptima para poder colocar, exhibir o poder abastecer los productos. Pero eso tiene que ver mucho también en el tipo de relieve que puede tener un determinado mercado, porque hay mercados que están en zonas planas como hay mercados que también están en pendientes. Entonces en la parte de pendientes se tendrán que hacer linealmente pero considerando los niveles que puedan tener las diferentes superficies de diseño de mercado. En conclusión yo creo que sí se va a mantener el diseño lineal vertical u horizontal para el abastecimiento y equipamiento. Muchas veces nosotros pensamos también que el diseño debe cambiar pero creo que también podría darse una sinuosidad pero una sinuosidad con un radio no forzado puede hacer una curva con un radio más abierto y que se pueda adecuar la forma. Yo también creo que eso se podría ejecutar para darle otro matiz al mercado, no solamente que veas un corredor hasta un punto de fuga sino que te dé la idea de que poder ir caminando e ir descubriendo otras opciones de venta, otros puestos en el camino, pero siempre a la tendencia que sea algo horizontal y vertical.</i></p> |
| Indicador 2: Diseño Minorista | |
| <p>2. ¿De qué manera puede influir el diseño de los mercados minorista existentes en la intención de compra del usuario?</p> | <p><i>Considero que el buen diseño acompaña los espacios. Por ejemplo ¿qué pasa con los mercados? Los mercados minoristas generalmente son espacios que tienen zonas de circulación que muchas veces son abordados por los mismos propietarios que van cerrando los espacios de circulación y eso es contraproducente. La normatividad de un mercado y respetar la zona de circulación se debe dar para que un mercado siempre tenga su clientela ahí. Es muy importante la organización de este además los mercados han dejado desperdiciar espacios, donde se pueden conectar todas estas circulaciones y pueden ser zonas más abiertas a doble altura donde nos genere una sensación de renovación de aire porque generalmente los mercados minoristas tienen mal olor, tú te vas por una zona y vez que no hay un cuidado y el diseño de renovación de aire en espacios más altos de dobles alturas con zonas donde se junten todos los ejes de circulación y tener un área más abierta más fresca donde puedas poner las jugueterías o las ventas de comida de esta manera mirando los mercados en gran escala, creo esa es nuestra visión de tratar, no de hacer un mall chiquito sino que se debería tomar estos ejemplos que pueden ayudar a los mercados minoristas a tener mejor la atención y el servicio para que los clientes siempre estén ahí.</i></p> |
| <p>3. ¿Qué tipo de distribución se considera óptima al momento de evaluar el interior de un stand de mercado?</p> | <p><i>Hay varios modelos yo creo que depende del tipo de mercado que tú estés desarrollando porque hay varios mercados que se adecuan a una cultura y la forma de trato de las personas, por ejemplo a quién no le gusta que los exhibidores estén adelante y el vendedor esté atrás de estos exhibidores y los clientes en el otro extremo pero con un corredor al costado para que puedan servirlo y atenderlo rápidamente. También que otros puedan ingresar al stand y puedan ir conversando con el vendedor directamente y él les va vendiendo sus productos. Hay varias modalidades pero en tu diseño lo debes hacer de acuerdo con el rubro que ellos tengan, van a ir cambiando los diseños de los stands de acuerdo con la necesidad que se atenderá porque no hay un diseño preestablecido que se repita en todo, por ejemplo debe haber un diseño</i></p> |

| | |
|--|--|
| | <i>para verduras, frutas u otro diseño para zona de carnes y venta de pollos. Entonces el mercado tiene diferentes zonas y cada una de las zonas tendrá su propio diseño de stand pero el trato directo con el cliente debe permanecer siempre en un mercado minorista porque el cliente pasa y el v vendedor ofrece el producto. Por ello siempre debe haber esa relación y no se debe aislar al vendedor poniéndolo detrás de un exhibidor donde no lo pueda visualizar. Pero ello dependerá mucho del tipo de producto que se venda.</i> |
| 4. ¿Qué pautas se necesitan evaluar en un mercado minorista actual, para verificar el impacto que tiene en su entorno? | <i>El entorno tiene que ver mucho, si hablamos del contexto mediato por que en los mercados definitivamente vamos a encontrar el ingreso de las personas los vehículos, las zonas de parqueo y tenemos que hacer un estudio porque debemos tenerlo en cuenta para relacionar estos ejes, donde hay mayor afluencia y llegada de las personas. Observar cómo sería el abastecimiento, la zona de carga y de descarga, como ubicar la zona de desechos para su recojo, la llegada del público tiene que ver mucho con el entorno y se debe diseñar un mercado amigo, más no un mercado que genere problemas en el entorno porque un mercado va a generar suciedad y ahí es donde nosotros como arquitectos debemos tener mucho cuidado en cuestiones de vientos, en cuestión de establecimiento, en cuestión de circulación de vehículos, del tráfico que puede ocasionar, la circulación de las personas. Entonces hay un estudio de emplazamiento que se tiene que hacer para poder plantear el diseño interior de mi mercado.</i> |
| Objetivo: Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales. | |
| SUB-CATEGORÍA 2: CRITERIO DE DISEÑO | |
| Dentro de esta subcategoría se incluye la función, la forma y el uso del flujograma. | <i>Bueno no he encontrado, pero a veces en la normatividad aplicamos criterios de interpretación ya que la normatividad no es tan precisa y exacta. Entonces yo creo que hay esa libertad de poder sustentar y defender nuestro trabajos con este tipo órdenes y de normativas que existen y estamos ahí para para poder justificar nuestro trabajo.</i> |
| 5. En su amplia experiencia ¿ha trabajado con criterios poco usuales o que no se encuentren dentro de la normativa peruana? ¿cuáles son? | |
| Indicador 1: Función | |
| 6. Por lo general la función en un proyecto toma un papel muy importante en el diseño, pero la mayoría de los mercados peruanos terminan siendo diseños repetitivos y en su mayoría iguales ¿Qué pautas puede plantear para evitar caer en la monotonía de la función y hacer que un proyecto pueda tener un diseño poco usual y que a su vez sea completamente funcional? | <i>Creo que debemos renovar el espacio interior del mercado, las circulaciones se van a dar ya sean horizontales, rectas, verticales. Pero hay que rescatar el espacio interior de los mercados con una zona para poder disfrutar parte de este. Porque en el mercado muchas personas van a comprar, también van a alimentarse. Por esto, esos espacios de alimentación organizados que sean agradables que tengan una doble altura, que tengan buena ventilación y que sea un espacio central, sería muy interesante pero deben tener en cuenta que el diseño no sea como un parque sin actividad. Porque una zona en un mercado ponerle simplemente una plazuela interior no es suficiente pero en caso se use se debe utilizar esa plazuela de manera que la persona genere un dinamismo de integración y se debe tomar en cuenta que muchos van acompañados, hay muchas parejas, familias que se van a hacer compras en el mercado y algunos acompañan a sus familiares, otros pueden esperar dentro del mismo. Por eso estos espacios de reunión deben ser articulados por todas los ejes que puede haber en circulación o pasadizos. Estos espacios deben ser jerarquizados pueden tener un nivel o 2 niveles pero sí deben considerarse espacios con una doble altura, porque sería algo muy interesante.</i> |
| Indicador 2: Forma | |
| 7. Desde su punto de vista ¿Las formas no ortogonales, curvas o formas poco usuales, favorecen en la relación de los mercados con su entorno? ¿por qué? | <i>Yo creo que en el aspecto formal muchas veces salimos con esa idea y me acuerdo mucho de que tenía está idea de romper paradigmas de la horizontalidad y la verticalidad, pero nos damos cuenta a veces que la horizontalidad y verticalidad se adaptan muy bien a todos los objetos que tenemos, si ves en casa tenemos objetos rectangulares mesas rectangulares y pocas formas circulares. Entonces si nosotros hacemos formas curvas, los mobiliarios no se adaptan muy bien, porque ya están estandarizados. Entonces sales con esa expectativa de generar curvas pero al final ves que esto no se adapta muy bien y que te podrías usar esta parte de curvas pero en un radio menor más abierto y amplio. Las curvas llaman mucho la atención y se podrían trabajar en las fachadas, en los ingresos, pero teniendo en cuenta que en los stand si se van a utilizar las formas rectas, todo va de la mano no es que todo va curvo o todo va recto porque es todo un conjunto de ideas que pueden ser a través de planos rectos como puede ser a través de planos curvos y puede darse en el diseño. No puedo decirte yo como arquitecto que no uses las rectas o las curvas porque creo que se va a ir dando de acuerdo con la funcionalidad en el espacio y organización de las diferentes actividades dentro de los espacios.</i> |
| 8. ¿Qué pautas son necesarias para la mimetización de la forma de un proyecto emplazado en la selva peruana? | <i>Eso puede ir de acuerdo con la idea rectora y de acuerdo con el terreno, también la disposición del terreno, los relieves del terreno, el aspecto de diseño y la conceptualización del proyecto. Si decimos que generalmente los proyectos son los polígonos regulares y cómo puedo mimetizar, Me imagino que si tu proyecto es en la selva tiene que ver mucho que el proyecto tiene mucha pendiente entonces no debería ser un mercado totalmente cerrado, debe tener muchos espacios abiertos techados para que pueda entrar el viento que renueve el aire periódicamente, también que se puede conceptualizar mucho en la idea de los árboles altos, con formas que pueden generar estructuras dentro del diseño. Entonces va más por la parte conceptual y la idea rectora que tú quieras utilizar y va ligado también con la naturaleza. Sin embargo tiene que ver mucho el diseñador, yo partiría más o menos viendo el relieve, los vientos, la naturaleza y que sea un diseño que sea partícipe de esta naturaleza dentro de la selva.</i> |
| Indicador 3: Flujograma | |
| 9. ¿Cuáles son los espacios que no colocan en un flujograma, pero que al momento de construir un mercado minorista | <i>El flujograma tiene todas las actividades que se dan entre diferentes zonas que existen en el mercado, hay una relación entre las actividades. Creo que eso depende mucho de nuestra programación pero hay una zona muy importante que es la zona de abastecimiento, de carga y descarga o la zona de maniobras dentro del mercado,</i> |

| | |
|---|---|
| terminan creándose con la dinámica de este? | estos a veces no lo consideramos, no consideran como un vehículo o el recogedor de la basura funciona en este espacio, también considerar cuál sería la forma óptima de que se pueda recoger esta basura y llevarla sin perjudicar en la funcionalidad del lugar. Hay que diseñar adecuadamente esa parte y también considerar la zona de secado, cómo se abastece y cómo llegan para evitar que el abastecimiento se vea interrumpido por el recojo de basura, porque tenemos que separar esas zonas en nuestro diseño correctamente para que no haya un cruce, por ello no es adecuado que la zona por la que salen los desechos también se use para que entren los alimentos. |
| Objetivo: Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya. | |
| SUB-CATEGORÍA 3: SOSTENIBILIDAD | |
| 10. ¿Qué análisis son necesarios para que un mercado minorista se considere sostenible? | La tendencia de sostenibilidad es también enfocada en la energía eléctrica, hay que considerar que en un mercado tiene grandes áreas que se pueden utilizar estas zonas techadas con paneles solares. En el tema del agua también es vital pero podríamos organizar las tiendas para que el agua pueda ir a un sistema de reutilización y así mejorar el ornato de vegetación cercano al mercado. Dentro del mercado se puede dar la sostenibilidad en el ahorro energético, el ahorro del agua, en los materiales usados en el diseño. Porque nosotros como arquitectos somos altamente contaminantes, al construir un edificio estamos contaminando, sin embargo sí tenemos mucho cuidado en tratar al menos de rescatar y que el diseño sea más amigable con el medio ambiente. Actualmente hay materiales que tienen menor huella de carbono y también deberían ser plasmados en los precios, porque antes no teníamos esa información era difícil tener un panel solar o un sistema eólico para aportar energía a través de los vientos, se veía esta idea como algo imposible, por lo contrario ahora ya se puede implementar pero tiene que ver mucho con el proyectista. Se escucha bonito la sostenibilidad pero ¿cómo hago sostenible el diseño?, eso es un compromiso netamente del profesional y de que la propuesta sea viable para que se puede implementar |
| Indicador 1: Bioclimático | |
| 11. ¿Qué cualidades necesita un mercado minorista para conservar la sostenibilidad bioclimática en un entorno cálido como la Selva de Nueva Cajamarca? | Hay muchas cualidades de sostenibilidad bioclimática que tener en cuenta ahí acerca las aperturas de los vanos y saber utilizar los materiales no es su exageración sino en un equilibrio que te permita que el clima que se pueda generar sea un clima controlado a través de estos elementos sin gastar mucha energía. Los mercados generalmente son cerrados y tienen muchos sistemas de aires acondicionados y de renovación de aire, entonces aquí tenemos que aprovechar la naturaleza y nosotros los arquitectos a ser desafiados a cómo implementamos estos sistemas que pueden ser mecánicos o manuales para controlar el buen clima que se puede generar un espacio interior. Creo que está en la parte creativa, la forma de utilizar bien los materiales y que los espacios ventilen correctamente, porque hay zonas calurosas todo el tiempo y se puede controlar y direccionar los vanos hacia los vientos para refrescar constantemente y en la noche cerrarlos cuándo ya no está funcionando el mercado, a su vez vamos a recurrir también a los sistemas mecánicos pero ya por zonas establecidas para cada uno de los puestos que tienen muchos artefactos eléctricos por ejemplo congeladores, neveras, refrigeradores. Entonces en la selva se podría dar manejar de una manera óptima este tema de la sostenibilidad. |
| Indicador 2: Confort Térmico | |
| 12. ¿Considera que el confort térmico forma parte de los ítems a cumplir para un proyecto sostenible? ¿Cómo aplicaría el uso del confort térmico en climas cálidos? | Cuando hablamos de confort hablamos de que una persona siente un clima agradable o sea no tienen ni calor ni tiene frío eso es un comportamiento que puede generar un espacio. El confort térmico es esa sensación que tu gozarías con tu logro, por ejemplo como lo mencioné antes, las dobles alturas para ambientes cálidos o un techo más alto. Hace que tú me espacio tenga un aire controlado por ello el confort térmico hace que un proyecto sea sostenible. Yo creo que los mercados por más pequeños que sean o por más pequeños que tenga los espacios siempre deben estar conforme a la norma y deben gozar de buena ventilación por otro lado los espacios de reunión donde tienen que ser espacios con doble altura y eso va a mejorar mucho confort térmico. |
| 13. ¿qué recomendación nos puede ofrecer para obtener un confort térmico de forma natural y así aumentar la sostenibilidad del proyecto? | Utilizar la naturaleza, el sentido del viento correctamente, los recorridos del mercado con doble altura con espacios bien ventilados, que las tiendas o stand tengan el ingreso netamente de una ventilación natural no directa, espacios a doble altura y jerarquizar los espacios, las circulaciones principales con mayor tamaño y mayor ventilación. Yo creo que si se puede. |
| Indicador 3: Arquitectura Vernácula | |
| 14. ¿Considera usted que la arquitectura vernácula aporta a la sostenibilidad de un proyecto? ¿por qué? | Si me estás hablando de la arquitectura utilizando los propios recursos que pueden tener en el lugar sí es válido porque eso hace sostenible un proyecto. Por ejemplo si tengo la piedra, la madera cerca, definitivamente mi propuesta tiene que estar dentro de esa sostenibilidad y no puede ser ajena. |
| 15. ¿Cómo aplicaría el uso de la arquitectura vernácula en los techos de un mercado minorista para que este sea sostenible? | Si tenemos los materiales dentro del entorno o cerca de la zona, sí son válidos y aprovechables poder utilizarlo. Si tienes el recurso de las piedras también usándolas como muros o elementos decorativos va de la mano con la sostenibilidad. Utilizar estos recursos cercanos óptimamente sin desperdicios es muy bueno y también definiendo bien el proyecto en cuestiones de detalles, de empalmes, detalles de estructurales. Un mercado puede tener los recursos que le ofrece la zona para implementarlos y ayudarnos también con el uso del concreto, estructuras metálicas pero también utilizar los recursos propios del lugar. Porque un mercado es la representación de una ciudad, ahí te encuentras y vives costumbres, cultura y vez la idiosincrasia de la gente y como son las relaciones de las personas todo eso se acompaña todo eso. |

Dr.: Dr. Arq. Ítalo Zavala Bravo
Fecha: 05/05/2023



.....
Firma del Experto Informante
Especialidad

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA ARQUITECTURA COMERCIAL

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Entrevistador (E): José Antonio Muñoz Rengifo

Entrevistado (P): Angélica Solange Castañeda García

Ocupación del entrevistado: Ingeniera de Campo

Fecha: 15/05/2023

Tiempo estimado: 30 min.

Lugar de la entrevista: Correo

Objetivos de la entrevista:

- Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya
- Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales.
- Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya.

| PREGUNTAS | TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS |
|--|--|
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | |
| SUB-CATEGORÍA 1: MERCADO MINORISTA | |
| Actualmente los mercados minoristas tienen un lenguaje similar, por lo general son stands distribuidos de forma recta y entre cada recta se colocan los largos pasadizos. Por ello a su parecer, 1. ¿Cuál sería la forma adecuada de integrar la circulación con la distribución de los stands en los mercados? | Depende mucho del tamaño del local, para enfocar la forma de integrar la circulación de los stands, para lograr una transmisión concisa y efectiva de los productos a ofrecer. Pienso que se debe marcar mejor la ruta hacia los stands. |
| Indicador 2: Diseño Minorista | |
| 2. ¿De qué manera puede influir el diseño de los mercados minorista existentes en la intención de compra del usuario? | Influye de la mejor manera porque al tener un buen diseño de un mercado minorista, atrae más al público, de evitar recorrer largos pasillos, optimizar tiempo de hacer las compras, siempre y cuando el diseño sea el apropiado para promocionar los productos existentes, con una buena señalización y orientación de la distribución para acceder a estos. |
| 3. ¿Qué tipo de distribución se considera óptima al momento de evaluar el interior de un stand de mercado? | La distribución tendría que ser mixta, tanto horizontal como vertical, de acuerdo al merchandising que se ha proyectado. |
| 4. ¿Qué pautas se necesitan evaluar en un mercado minorista actual, para verificar el impacto que tiene en su entorno? | Primero tiene que analizar a sus competidores, para mejorar los puntos débiles que tienen los demás mercados, evaluar su cliente objetivo y sobre todo las proyecciones financieras. |
| Objetivo: Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales. | |
| SUB-CATEGORÍA 2: CRITERIO DE DISEÑO | |
| Dentro de esta subcategoría se incluye la función, la forma y el uso del flujograma. 5. En su amplia experiencia ¿ha trabajado con criterios poco usuales o que no se encuentren dentro de la normativa peruana? ¿cuáles son? | Con el tiempo se ha venido implementando nuevas herramientas de trabajo, lo cual ayuda a mejorar los procesos y obtener mejores resultados, por ejemplo con nuevos software que ayudan analizar las finanzas, el avance de tu empresa, etc. |
| Indicador 1: Función | |
| 6. Por lo general la función en un proyecto toma un papel muy importante en el | Topo parte de lo que busca el cliente y el profesional responsable pueda recrear el proyecto que sea autentico, poco usual y sobre todo ataque los |

| | |
|--|--|
| diseño, pero la mayoría de los mercados peruanos terminan siendo diseños repetitivos y en su mayoría iguales ¿Qué pautas puede plantear para evitar caer en la monotonía de la función y hacer que un proyecto pueda tener un diseño poco usual y que a su vez sea completamente funcional? | puntos débiles de la función o diseños de los mercados actuales, para empezar a cambiar esa monotonía e implementar nuevas alternativas. |
| Indicador 2: Forma | |
| 7. Desde su punto de vista ¿Las formas no ortogonales, curvas o formas poco usuales, favorecen en la relación de los mercados con su entorno? ¿por qué? | Sí, porque son formas poco usuales, que no son muy cotidianas y eso hace que llame el interés o la atención del público y se salga de lo convencional de los espacios típicos y rectangulares. |
| 8. ¿Qué pautas son necesarias para la mimetización de la forma de un proyecto emplazado en la selva peruana? | Realizar primero un estudio de mercado, analizar la propuesta que vas a ofrecer, tenga un sello diferente a los demás para el éxito del negocio. |
| Indicador 3: Flujograma | |
| 9. ¿Cuáles son los espacios que no colocan en un flujograma, pero que al momento de construir un mercado minorista terminan creándose con la dinámica de este? | De manera endógena son las zonas de espera para acompañantes, los cuales por lo general suelen ser hombres. Y me manera exógena, son las zonas de estacionamientos extras. |
| Objetivo: Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya. | |
| SUB-CATEGORÍA 3: SOSTENIBILIDAD | |
| 10. ¿Qué análisis son necesarios para que un mercado minorista se considere sostenible? | Los nuevos proyectos tienen que enfocar y tener en la mira a la agenda 2030 para el desarrollo sostenible y ampararse en los objetivos proyectados, así como la propuesta del proyecto tiene que contemplar el uso eficiente de recursos y energía por ejemplo el uso de paneles solares y evitar a toda costa la contaminación. |
| Indicador 1: Bioclimático | |
| 11. ¿Qué cualidades necesita un mercado minorista para conservar la sostenibilidad bioclimática en un entorno cálido como la Selva de Nueva Cajamarca? | El tema sostenibilidad no sólo depende de un diseño arquitectónico, sino que también depende de sus usuarios y cómo éstos sepan el uso de esos criterios, empezando desde lo que van a hacer el control de los implementos sostenibles del mercado. |
| Indicador 2: Confort Térmico | |
| 12. ¿Considera que el confort térmico forma parte de los ítems a cumplir para un proyecto sostenible? ¿Cómo aplicaría el uso del confort térmico en climas cálidos? | Si, lo considero importante, ya que es mejorar la comodidad y satisfacción de los clientes y ocupantes en el lugar. Buscaría métodos o soluciones de emplear recursos, probablemente naturales para brindar un confort térmico. |
| 13. ¿qué recomendación nos puede ofrecer para obtener un confort térmico de forma natural y así aumentar la sostenibilidad del proyecto? | Buscar la manera de proponer un diseño apropiado para la zona, dándole uso a las cualidades del lugar. |
| Indicador 3: Arquitectura Vernácula | |
| 14. ¿Considera usted que la arquitectura vernácula aporta a la sostenibilidad de un proyecto? ¿por qué? | Si aporta, porque se construyen con materiales o recursos naturales como el bambú, fibras naturales o piedras, que con un buen diseño o planteamiento del proyecto se podría sacar provecho para un doble uso, obteniendo un proyecto eco amigable. |
| 15. ¿Cómo aplicaría el uso de la arquitectura vernácula en los techos de un mercado minorista para que este sea sostenible? | Probablemente primero evaluaría la forma de la propuesta del techo, sea atípica, original y auténtica, además de ser muy ecosostenible. |

Fecha: 15/05/2023



ANGÉLICA SOLANGÉ CASTAÑEDA GARCÍA

INGENIERA CIVIL

R. CIP. N° 230314

Firma del Experto Informante

Especialidad

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA ARQUITECTURA COMERCIAL

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Entrevistador (E): José Antonio Muñoz Rengifo

Entrevistado (P): Dr. Arq. CARLOS RAFAEL TORRES MOSQUEIRA

Ocupación del entrevistado:

Fecha: 05/05/2023

Tiempo estimado: 30 min.

Lugar de la entrevista: Por correo

Objetivos de la entrevista:

- Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya
- Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales.
- Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya.

| PREGUNTAS | TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS |
|---|---|
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | |
| SUB-CATEGORÍA 1: MERCADO MINORISTA | |
| <p>Actualmente los mercados minoristas tienen un lenguaje similar, por lo general son stands distribuidos de forma recta y entre cada recta se colocan los largos pasadizos. Por ello a su parecer,</p> <p>1. ¿Cuál sería la forma adecuada de integrar la circulación con la distribución de los stands en los mercados?</p> | <p>En el diseño de un mercado es muy importante que todos los puestos de venta tengan la misma o similar llegada desde los ingresos, de tal manera que el cliente tenga la oferta de los productos a su alcance. Las circulaciones deben estar dispuestas en forma de anillo de tal manera que el consumidor pueda observar todos los productos exhibidos en los puestos de venta.</p> |
| Indicador 2: Diseño Minorista | |
| <p>2. ¿De qué manera puede influir el diseño de los mercados minorista existentes en la intención de compra del usuario?</p> | <p>EL diseño de un mercado influye directamente en la intención de compra, la ubicación de los puestos de venta permite que el comprador pueda acceder fácilmente a todos ellos, es por ello que, en los diseños, los puestos ubicados cerca a las puertas del mercado con los que tienen la mayor cantidad de ventas, en cambio los que están escondidos tienen poquísimas ventas, e incluso los usan como depósitos. En este sentido podemos precisar que el puesto que está más alejado de los ingresos es el que tiene menos ventas, por lo tanto, hay una relación muy importante entre la ubicación del puesto y la cantidad de compras. En muchos proyectos se comete el error de ubicar puestos de venta al final de pasadizos sin salida, estos son los que venden muy poco porque los usuarios no acceden a esas zonas.</p> |
| <p>3. ¿Qué tipo de distribución se considera óptima al momento de evaluar el interior de un stand de mercado?</p> | <p>La distribución óptima del puesto de venta, es evaluada por la mayor cantidad de espacios destinados a la exhibición de los productos, a más área de exhibición mayor posibilidad de venta, incluso para ganar espacio de exhibición, dependiendo del producto, estos pueden ubicarse de manera vertical, más que horizontal. Se recomienda en lo posible que los puestos de venta tengan mayor ancho en la frontera y menor profundidad. Los puestos ubicados en esquina son los mas beneficiados para ofertas sus productos.</p> |
| <p>4. ¿Qué pautas se necesitan evaluar en un mercado minorista actual, para verificar el impacto que tiene en su entorno?</p> | <p>La ubicación de un mercado genera un fuerte impacto en su contexto urbano teniendo en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El cambio de usos de suelos que en el contexto inmediato, se generan una transformación a un uso comercial, y esto conlleva a varios cambio colaterales. • Transformación de las edificaciones existentes, en su mayoría viviendas, son adaptadas a locales de comercio. • Generación de locales especialmente de comidas. • Incremento de los flujos vehiculares, muchas veces se llega generar congestión. • Generación de comercio ambulancia. Esto es aun mas agudo cuando en el diseño del mercado todos los puestos de venta están al interior, teniendo un muro ciego al exterior, lo cual aprovechan los ambulantes. • Contaminación ambiental, en los alrededores muchas veces se generan puntos de acumulación de basura. • Paraderos informales, que desordenan el tráfico. • Deterioro de pistas y veredas. • Transporte publico genera caos vehicular al detenerse en cualquier lugar. • Aparición de paraderos informales de taxis y mototaxis. |

| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> Muchas veces déficits de estacionamientos, y de ello socialmente aparecen los cuidadores de vehículos, quienes se apropian de la vía pública. Sección vial insuficiente. Muchos dueños de puestos de venta, con la intención de ganar áreas de exhibición, sacan sus productos a la vía pública. Desde el punto de vista social, generan una ola de delincuencia. |
| Objetivo: Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales. | |
| SUB-CATEGORÍA 2: CRITERIO DE DISEÑO | |
| Dentro de esta subcategoría se incluye la función, la forma y el uso del flujograma. | Los criterios de diseño no es que se encuentren en la normativa, al margen de respetarla, estos dependen de la orientación que se le dar al proyecto, los que tiene que estar a lineado con el concepto del tema y sobre todo con la idea rectora. |
| 5. En su amplia experiencia ¿ha trabajado con criterios poco usuales o que no se encuentren dentro de la normativa peruana? ¿cuáles son? | |
| Indicador 1: Función | |
| 6. Por lo general la función en un proyecto toma un papel muy importante en el diseño, pero la mayoría de los mercados peruanos terminan siendo diseños repetitivos y en su mayoría iguales ¿Qué pautas puede plantear para evitar caer en la monotonía de la función y hacer que un proyecto pueda tener un diseño poco usual y que a su vez sea completamente funcional? | Si bien es cierto un mercado debe ser funcional, no es que se quiera caer en la monotonía, sino que se tiene que buscar la mejor manera de exhibir los productos porque de ello depende el éxito de mercado. La pauta más importante considero que además de diseñar pensando en la forma, función y espacio, tenemos que hacerlos desde un punto de vista comercial, agregarle esa condicionante, en consecuencia, darle al usuario la misma posibilidad de accesibilidad a todos los puestos por igual. Evitar muros ciegos dentro del mercado, es decir en todo el interior del mercado debe haber puestos de venta. Conexiones claras y fluidas, que permitan al usuario poder identificar rápidamente el producto que busca. Los productos deben ser vendidos por zonas muy claras. |
| Indicador 2: Forma | |
| 7. Desde su punto de vista ¿Las formas no ortogonales, curvas o formas poco usuales, favorecen en la relación de los mercados con su entorno? ¿por qué? | Generalmente en este tipo de proyectos los puestos deben ser lo más regular posible, evitar desperdicios de espacios, en esta parte las formas curvas no favorecen el tema comercial, debido a que se pierde o desperdicia áreas de exhibición. La parte externa podría agregarse algún elemento curvo. Hay que recordar que este tipo de proyectos son más funcionales / comerciales que formales, porque se debe explotar cada m ² para comercio, buscando siempre la rentabilidad. |
| 8. ¿Qué pautas son necesarias para la mimetización de la forma de un proyecto emplazado en la selva peruana? | En primer lugar, utilizar los materiales y tipologías arquitectónicas del contexto. |
| Indicador 3: Flujograma | |
| 9. ¿Cuáles son los espacios que no colocan en un flujograma, pero que al momento de construir un mercado minorista terminan creándose con la dinámica de este? | Puede ser un área recreación pasiva, área de juegos, zona de cajeros, espacio para lockers, guarderías, espacio para ferias. |
| Objetivo: Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya. | |
| SUB-CATEGORÍA 3: SOSTENIBILIDAD | |
| 10. ¿Qué análisis son necesarios para que un mercado minorista se considere sostenible? | Todos los mercados y equipamientos urbanos deben ser sostenibles, para su duración en el tiempo. |
| Indicador 1: Bioclimático | |
| 11. ¿Qué cualidades necesita un mercado minorista para conservar la sostenibilidad bioclimática en un entorno cálido como la Selva de Nueva Cajamarca? | Cuando se habla de arquitectura bioclimática, es necesario considerar el concepto básico, en el cual el hombre se adapta al clima donde se encuentra, en tal sentido la arquitectura debe considerar criterios mínimos como es en este lugar de la selva, en el cual hay excesivo calor y lluvias muy fuertes, la arquitectura debe responder como con alturas de piso a techo mayores a 3.50, techos inclinados, ventilación cruzada, plantas elevadas del suelo, etc. |
| Indicador 2: Confort Térmico | |
| 12. ¿Considera que el confort térmico forma parte de los ítems a cumplir para un proyecto sostenible? ¿Cómo aplicaría el uso del confort térmico en climas cálidos? | Si forma parte, sobre todo en este tipo de lugares. El confort implica varios puntos en donde se tiene que proveer técnicas para enfriamiento y ventilación cruzada. |
| 13. ¿qué recomendación nos puede ofrecer para obtener un confort térmico de forma natural y así aumentar la sostenibilidad del proyecto? | Controlar el ingreso de ventilación e iluminación. |
| Indicador 3: Arquitectura Vernácula | |
| 14. ¿Considera usted que la arquitectura vernácula aporta a la sostenibilidad de un proyecto? ¿por qué? | Siempre la arquitectura vernácula aporta debido a que antes siempre han considerado el clima y el entorno como parte de la arquitectura, con el uso de materiales, sistemas de enfriamiento como la elevación de las edificaciones, para que el viento enfríe desde la parte baja, al igual que la ventilación cruzada, alturas mayores a 3.5m, techos inclinados, grandes aperturas de vanos, entre otros. |
| 15. ¿Cómo aplicaría el uso de la arquitectura vernácula en los techos de un mercado minorista para que este sea sostenible? | Con el uso de techos inclinados, generando aperturas en la parte superior. |

Dr. Arq. CARLOS RAFAEL TORRES MOSQUEIRA
Fecha: 05/05/2023

.....
**Firma del Experto Informante
Especialidad**

Anexo 5: Resultado similitud del Programa Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?o=2208705373&student_user=1&lang=es&u=1143209697

feedback studio JOSE ANTONIO MUÑOZ RENGIFO | TURNITIN 4 ENTREGA COMPLETA.docx

Resumen de coincidencias

7 %

Se están viendo fuentes estándar

EN Ver fuentes en inglés

Coincidencias

| | | | |
|---|---|------|---|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 2 % | > |
| 2 | Entregado a Universida... Trabajo del estudiante | 1 % | > |
| 3 | hdl.handle.net Fuente de Internet | <1 % | > |
| 4 | es.readkong.com Fuente de Internet | <1 % | > |
| 5 | es.wikipedia.org Fuente de Internet | <1 % | > |
| 6 | repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet | <1 % | > |
| 7 | www.ustavillavicencio... Fuente de Internet | <1 % | > |

Página: 1 de 95 Número de palabras: 27393 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA
TÍTULO DE LA TESIS
Criterios de arquitectura comercial basada en cultura
arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del
distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Anexo 6: Validación de Instrumentos

Anexo B: Instrumento de guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA ARQUITECTURA COMERCIAL

Título de la Investigación: Criterios de arquitectura comercial basado en cultura arquitectónica para el mercado minorista José Olaya del distrito de Nueva Cajamarca, Rioja.

Entrevistador (E): José Antonio Muñoz Rengifo

Entrevistado (P):

Ocupación del entrevistado:

Fecha:

Tiempo estimado: 30 min.

Lugar de la entrevista:

Objetivos de la entrevista:

- Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya
- Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales.
- Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya.

| PREGUNTAS | TRANSCRIPCIÓN DE RESPUESTAS |
|---|-----------------------------|
| Objetivo: Visualizar el estado actual de los espacios comerciales del entorno del mercado minorista José Olaya | |
| SUB-CATEGORÍA 1: MERCADO MINORISTA | |
| Actualmente los mercados minoristas tienen un lenguaje similar, por lo general son stands distribuidos de forma recta y entre cada recta se colocan los largos pasadizos. Por ello a su parecer, 1. ¿Cuál sería la forma adecuada de integrar la circulación con la distribución de los stands en los mercados? | |
| Indicador 2: Diseño Minorista | |
| 2. ¿De qué manera puede influir el diseño de los mercados minorista existentes en la intención de compra del usuario? | |
| 3. ¿Qué tipo de distribución se considera óptima al momento de evaluar el interior de un stand de mercado? | |
| 4. ¿Qué pautas se necesitan evaluar en un mercado minorista actual, para verificar el impacto que tiene en su entorno? | |
| Objetivo: Mostrar criterios de diseño arquitectónico para un adecuado desarrollo de arquitectura comerciales. | |
| SUB-CATEGORÍA 2: CRITERIO DE DISEÑO | |
| Dentro de esta subcategoría se incluye la función, la forma y el uso del flujograma. 5. En su amplia experiencia ¿ha trabajado con criterios poco usuales o que no se encuentren dentro de la normativa peruana? ¿cuáles son? | |
| Indicador 1: Función | |
| 6. Por lo general la función en un proyecto toma un papel muy importante en el diseño, pero la mayoría de los mercados peruanos terminan siendo diseños repetitivos y en su mayoría iguales ¿Qué pautas puede plantear para evitar caer en la monotonía de la función y hacer que un proyecto pueda tener un diseño poco usual y que a su vez sea completamente funcional? | |

| | |
|---|--|
| Indicador 2: Forma | |
| 7. Desde su punto de vista ¿Las formas no ortogonales, curvas o formas poco usuales, favorecen en la relación de los mercados con su entorno? ¿por qué? | |
| 8. ¿Qué pautas son necesarias para la mimetización de la forma de un proyecto emplazado en la selva peruana? | |
| Indicador 3: Flujograma | |
| 9. ¿Cuáles son los espacios que no colocan en un flujograma, pero que al momento de construir un mercado minorista terminan creándose con la dinámica de este? | |
| Objetivo: Visualizar la sostenibilidad para el mercado minorista José Olaya. | |
| SUB-CATEGORÍA 3: SOSTENIBILIDAD | |
| 10. ¿Qué análisis son necesarios para que un mercado minorista se considere sostenible? | |
| Indicador 1: Bioclimático | |
| 11. ¿Qué cualidades necesita un mercado minorista para conservar la sostenibilidad bioclimática en un entorno cálido como la Selva de Nueva Cajamarca? | |
| Indicador 2: Confort Térmico | |
| 12. ¿Considera que el confort térmico forma parte de los ítems a cumplir para un proyecto sostenible? ¿Cómo aplicaría el uso del confort térmico en climas cálidos? | |
| 13. ¿qué recomendación nos puede ofrecer para obtener un confort térmico de forma natural y así aumentar la sostenibilidad del proyecto? | |
| Indicador 3: Arquitectura Vernácula | |
| 14. ¿Considera usted que la arquitectura vernácula aporta a la sostenibilidad de un proyecto? ¿por qué? | |
| 15. ¿Cómo aplicaría el uso de la arquitectura vernácula en los techos de un mercado minorista para que este sea sostenible? | |

Observaciones:

Opción de aplicabilidad

Aplicable (X) Aplicabilidad después de corregir () No aplicable ()

Nombres y apellidos del juez validador

Dr./Mg: Dr. Arq. Luis Miguel Cuzcano Quispe DNI: 10590935

Especialidad del validador: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Pertinencia: La pregunta corresponde al tiempo teórico formulado

Relevancia: La pregunta es apropiada para representar al componente o subcategoría específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultades alguna el enunciado de la pregunta es concisa exacta y directa.

Nota:

MD: Muy deficiente

D: Deficiente:

A: Aplicable

MA: Muy aplicable

Fecha: 19/04/2023



Firma del Experto Informante
Especialidad

Anexo D Certificado de validez de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al Arquitecto

| N° | CATEGORÍA 1: ARQUITECTURA COMERCIAL | Pertinencia | | | Relevancia | | | Claridad | | | Sugerencias | | |
|----|--|-------------|---|---|------------|---|---|----------|---|---|-------------|---|---|
| | | M | D | A | M | D | A | M | D | A | M | D | A |
| | SUB-CATEGORÍA 1: MERCADO MINORISTA | M | D | A | M | D | A | M | D | A | M | D | A |
| 1 | Actualmente los mercados minoristas tienen un lenguaje similar, por lo general son stands distribuidos de forma recta y entre cada recta se colocan los largos pasadizos. Por ello a su parecer, ¿Cuál sería la forma adecuada de integrar la circulación con la distribución de los stands en los mercados? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | Indicador 2: Diseño Minorista | | | | | | | | | | | | |
| 2 | ¿De qué manera puede influir el diseño de los mercados minorista existentes en la intención de compra del usuario? | | | X | | | X | | | X | | | |
| 3 | ¿Qué tipo de distribución se considera óptima al momento de evaluar el interior de un stand de mercado? | | | X | | | X | | | X | | | |
| 4 | ¿Qué pautas se necesitan evaluar en un mercado minorista actual, para verificar el impacto que tiene en su entorno? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | SUB-CATEGORÍA 2: CRITERIO DE DISEÑO | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Dentro de esta subcategoría se incluye la función, la forma y el uso del flujograma. | | | X | | | X | | | X | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|--|
| | En su amplia experiencia ¿ha trabajado con criterios poco usuales o que no se encuentren dentro de la normativa peruana? ¿cuáles son? | | | | | | | | | | | | |
| | Indicador 1: Función | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Por lo general la función en un proyecto toma un papel muy importante en el diseño, pero la mayoría de los mercados peruanos terminan siendo diseños repetitivos y en su mayoría iguales ¿Qué pautas puede plantear para evitar caer en la monotonía de la función y hacer que un proyecto pueda tener un diseño poco usual y que a su vez sea completamente funcional? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | Indicador 2: Forma | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Desde su punto de vista ¿Las formas no ortogonales, curvas o formas poco usuales, favorecen en la relación de los mercados con su entorno? ¿por qué? | | | X | | | X | | | X | | | |
| 8 | ¿Qué pautas son necesarias para la mimetización de la forma de un proyecto emplazado en la selva peruana? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | Indicador 3: Flujograma | | | | | | | | | | | | |
| 9 | ¿Cuáles son los espacios que no colocan en un flujograma, pero que al momento de construir un mercado minorista terminan creándose con la dinámica de este? | | | X | | | X | | | X | | | |

| SUB-CATEGORÍA 3: SOSTENIBILIDAD | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|--|
| 10 | ¿Qué análisis son necesarios para que un mercado minorista se considere sostenible? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | Indicador 1: Bioclimático | | | | | | | | | | | | |
| 11 | ¿Qué cualidades necesita un mercado minorista para conservar la sostenibilidad bioclimática en un entorno cálido como la Selva de Nueva Cajamarca? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | Indicador 2: Confort Térmico | | | | | | | | | | | | |
| 12 | ¿Considera que el confort térmico forma parte de los ítems a cumplir para un proyecto sostenible? ¿Cómo aplicaría el uso del confort térmico en climas cálidos? | | | X | | | X | | | X | | | |
| 13 | ¿Qué recomendación nos puede ofrecer para obtener un confort térmico de forma natural y así aumentar la sostenibilidad del proyecto? | | | X | | | X | | | X | | | |
| | Indicador 3: Arquitectura Vernácula | | | | | | | | | | | | |
| 15 | ¿Considera usted que la arquitectura vernácula aporta a la sostenibilidad de un proyecto? ¿por qué? | | | X | | | X | | | X | | | |
| 16 | ¿Cómo aplicaría el uso de la arquitectura vernácula en los techos de un mercado minorista para que este sea sostenible? | | | X | | | X | | | X | | | |

Observaciones:

Opción de aplicabilidad

Aplicable (X) Aplicabilidad después de corregir () No aplicable ()

Nombres y apellidos del juez validador

Dr./Mg: Dr. Arq. Luis Miguel Cuzcano Quispe **DNI:** 10590935

Especialidad del validador: Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

Pertinencia: La pregunta corresponde al tiempo teórico formulado

Relevancia: La pregunta es apropiada para representar al componente o subcategoría específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultades alguna el enunciado de la pregunta es concisa exacta y directa.

Nota:

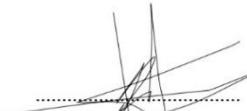
MD: Muy deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy aplicable

Fecha: 19/04/2023


Firma del Experto Informante Especial



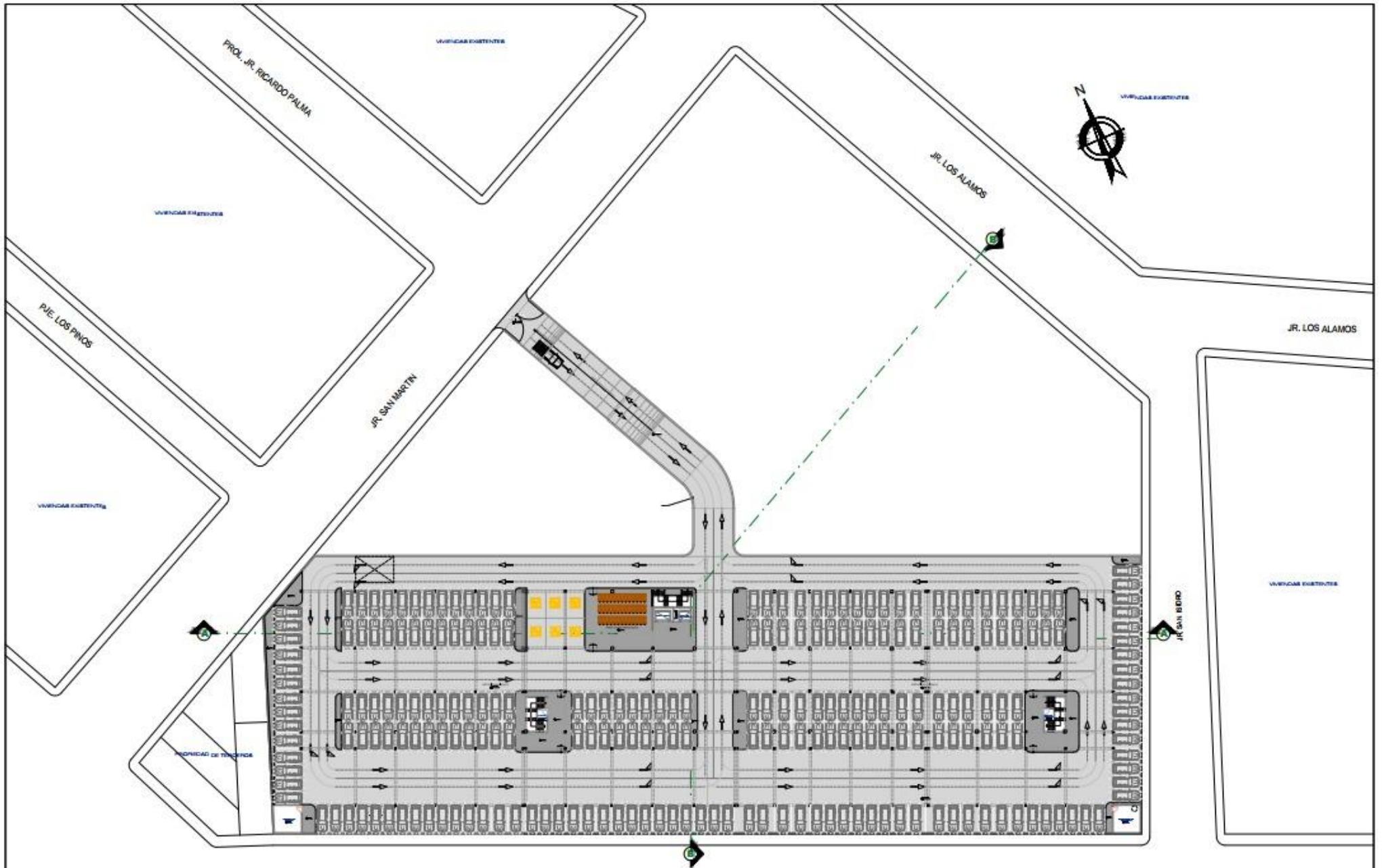
LEYENDA

 ZONA SECA

 CIRCULACION

| | | |
|---|---|---|
|  FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTA | TÍTULO DE TRABAJO "CENTRO DE ARQUITECTURA COMERCIAL BASADA EN CULTURA ARQUITECTÓNICA PARA EL MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA DEL DISTRITO DE SANTA CATALINA, ICA" | AUTOR Karla, Taty, Melissa, Brandy, Ana, Vanessa JUAN DE DIOS JUAN DE DIOS JUAN DE DIOS, GABRIELA, VANESSA, BRANDY, KARLA |
| | INSTITUCIÓN "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA" | ASESOR YOLANDA YOLANDA |

A-02

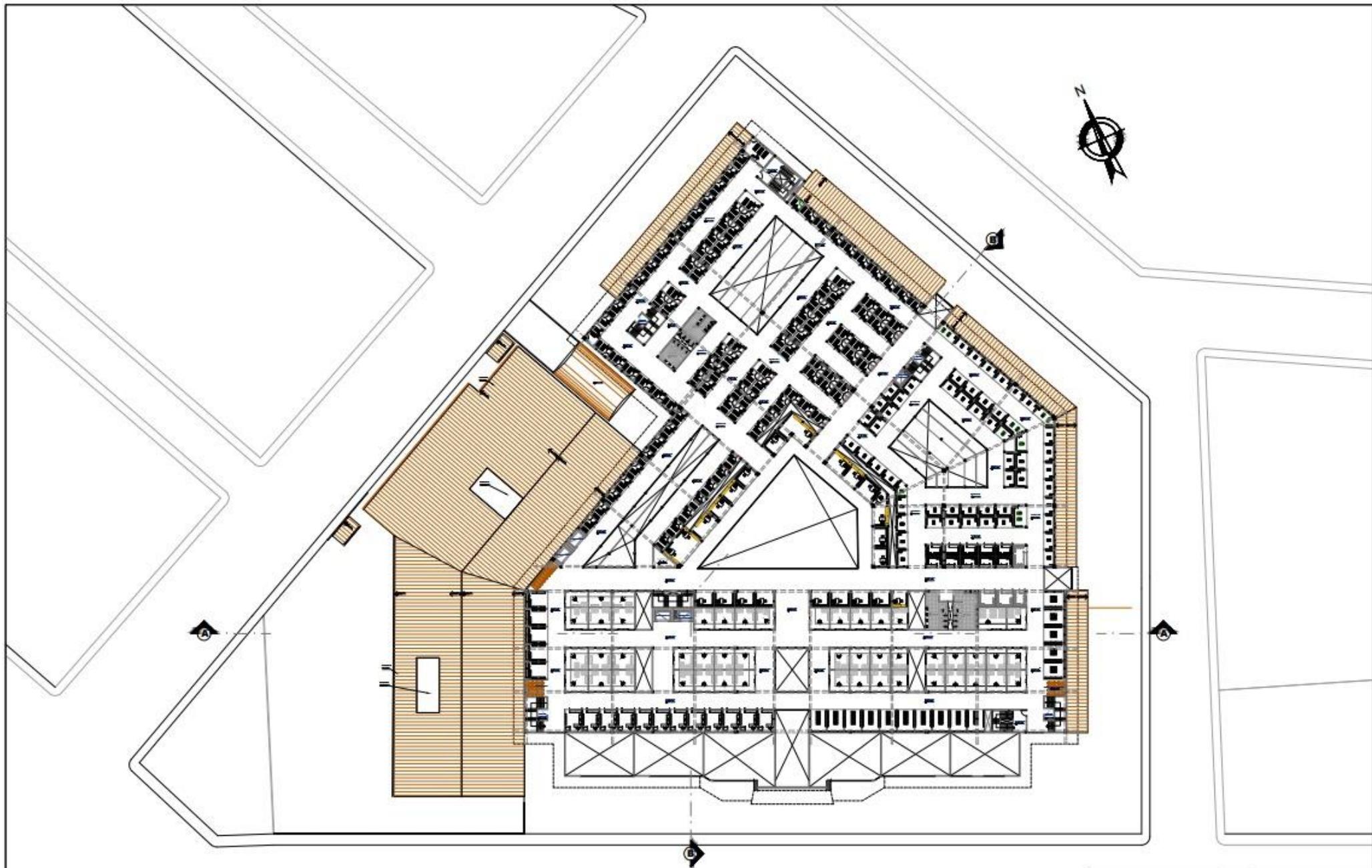


| | | |
|---|---|---|
| <p>FACULTAD DE ARQUITECTURA UNIVERSIDAD DE LIMA</p> | <p>PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>"CENTRO DE ARQUITECTURA COMERCIAL BASADA EN CULTURA ARQUITECTÓNICA PARA EL MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CALAMARCA, ILOCA"</p> | <p>FECHA</p> <p>15/05/2024</p> |
| | <p>TÍTULO</p> <p>"MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA"</p> | <p>FECHA DE ENTREGA</p> <p>15/05/2024</p> |
| <p>ESTUDIA</p> <p>PROYECTO DE ARQUITECTURA</p> | <p>UNIVERSIDAD</p> <p>UNIVERSIDAD DE LIMA</p> | <p>FECHA DE ENTREGA</p> <p>15/05/2024</p> |
| <p>PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>"CENTRO DE ARQUITECTURA COMERCIAL BASADA EN CULTURA ARQUITECTÓNICA PARA EL MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CALAMARCA, ILOCA"</p> | | <p>FECHA</p> <p>15/05/2024</p> |
| <p>TÍTULO</p> <p>"MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA"</p> | | <p>FECHA DE ENTREGA</p> <p>15/05/2024</p> |



PRIMERA PLANTA - ARQUITECTURA

| | | | |
|--|--|---|-----------------|
| | INSTITUCIÓN EDUCATIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO UNIVERSIDAD DE LIMA | TÍTULO CATEDRA DE ARQUITECTURA COMERCIAL, BASADA EN CULTURA ARQUITECTÓNICA PARA EL MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, ICA | FECHA 2023 |
| | TÍTULO "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA" | AUTOR ALVARO VILLALBA | ESCALA 1:500 |



SEGUNDA PLANTA - ARQUITECTURA

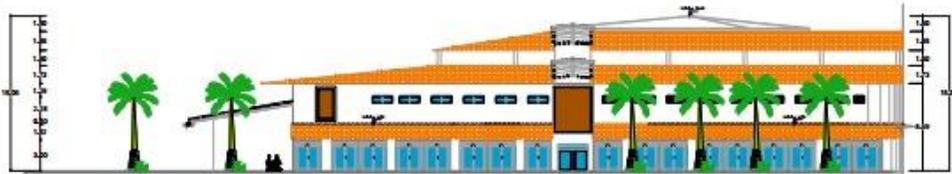
18/04/2020

| | | |
|--|---|---|
|  FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA ESCUELA NACIONAL DE ARQUITECTURA | TÍTULO: "CRITERIOS DE ARQUITECTURA COMERCIAL BASADA EN CULTURA ARQUITECTÓNICA PARA EL MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA DEL DISTRITO DE VIEVA CALANCA, PUNTA" | AUTOR: María del Valle Rodríguez, José Velasco |
| | ASIGNATURA: "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA" | FECHA: 1/1/20 |
| AUTOR: JOSÉ VELASCO | TÍTULO: "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA" | ESCALA: 1:100 |
| TÍTULO: "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA" | ESCALA: 1:100 | TÍTULO: "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYA" |

A-05



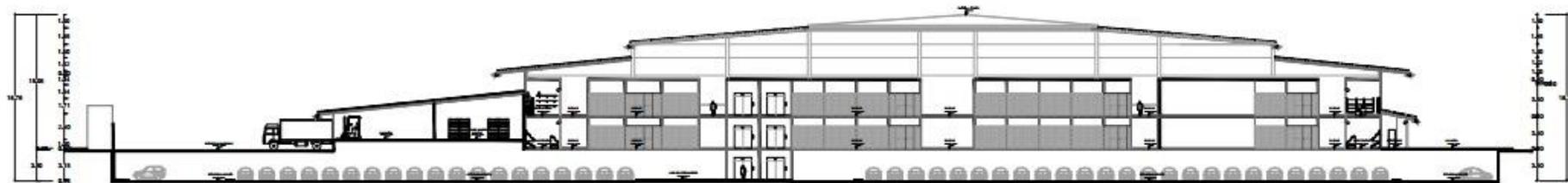
ELEVACION PRINCIPAL - CARRETERA LICEPIÑA



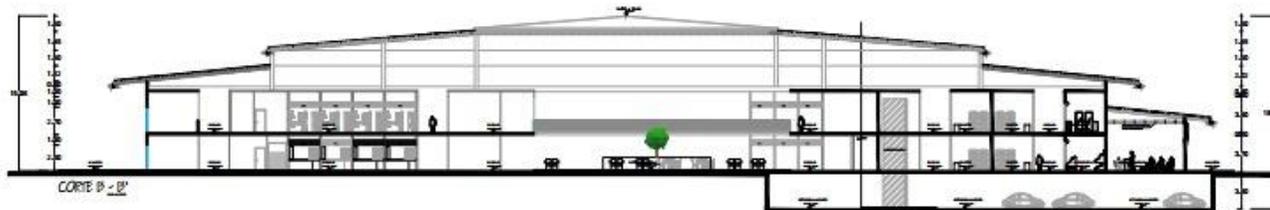
ELEVACION LATERAL - JR. SAN BLAS



ELEVACION LATERAL - JR. LOS ALAMOS



CORTE A - A'



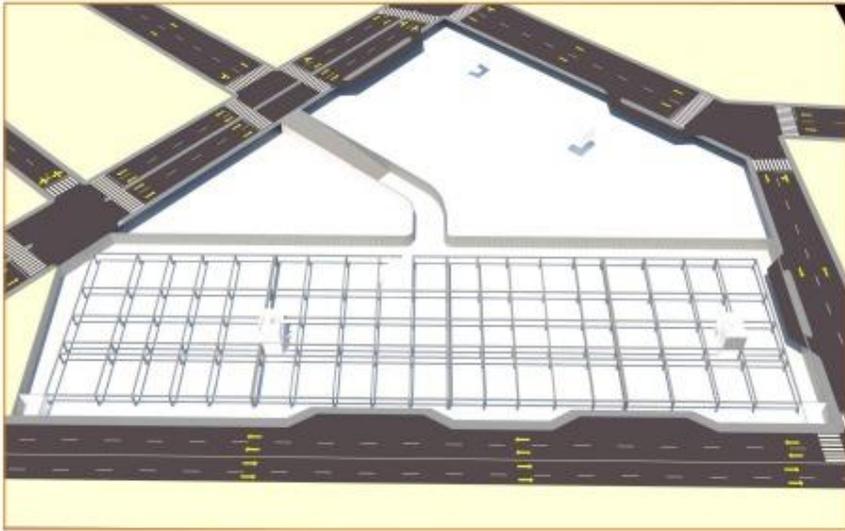
CORTE D - D'

CORTES Y ELEVACIONES

ESCA 1/100

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA</p> | <p>OFICINA DE ARQUITECTURA COMERCIAL, BASADA EN CULTURA ARQUITECTONICA PARA EL MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTISTA: Ing. Arq. Erickson Murguía, José Francisco</p> |
| | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> |
| | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> |
| | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> |
| <p>ESCALA: 1/100</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> |
| <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> | <p>PROYECTO: MERCADO MINEDITA "JOSE OLAYA DEL DISTRITO DE NUEVA CAJAMARCA, PIURA"</p> |

A-07



VISTA 3D - SOTANO



VISTA 3D - PRIMER NIVEL



VISTA 3D - SEGUNDO NIVEL



VISTA 3D - TECHOS

| | | | |
|--|---|---------------------------|------------------------------|
| <p>FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA</p> | <p>TÍTULO: "CRITERIOS DE ARQUITECTURA COMERCIAL BASADA EN CULTURA ARQUITECTÓNICA PARA EL MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYO DEL DISTRITO DE NUESTRA CAJAMARCA, PIURA"</p> | | <p>FECHA: 2023-07-10</p> |
| | <p>PROYECTO: "MERCADO MINORISTA JOSÉ OLAYO"</p> | | <p>PROFESOR: [Nombre]</p> |
| <p>ALUMNO: [Nombre]</p> | <p>GRUPO: [Nombre]</p> | <p>SEMESTRE: [Nombre]</p> | <p>NÚMERO DE LISTA: A-08</p> |



VISTAS 3D

| | | |
|---|---|--------------------------|
| DEPARTMENT OF PUBLIC WORKS AND HIGHWAYS BUREAU OF ARCHITECTURE | PROJECT TITLE TALISAYAN INDUSTRIAL ZONE | SHEET NO. A-09 |
| | DATE 2018-08-01 | DRAWN BY ... |

Anexos 8: Planos 3D.

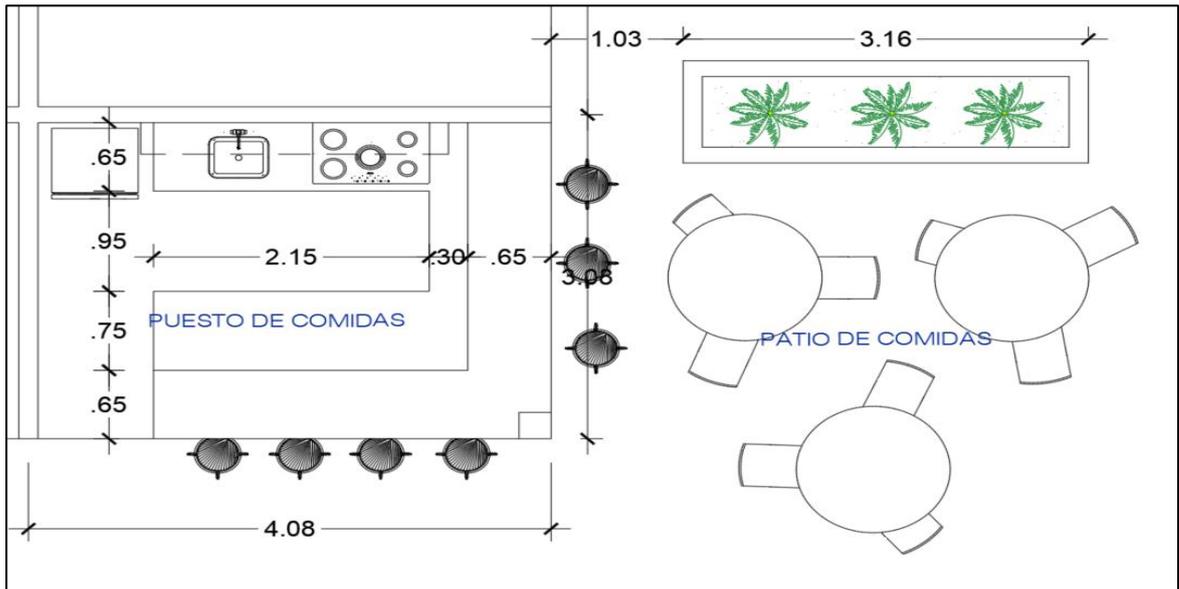


Figura 2. Plano 2D del puesto de comidas, vinculado funcionalmente al patio de comidas y áreas verdes.

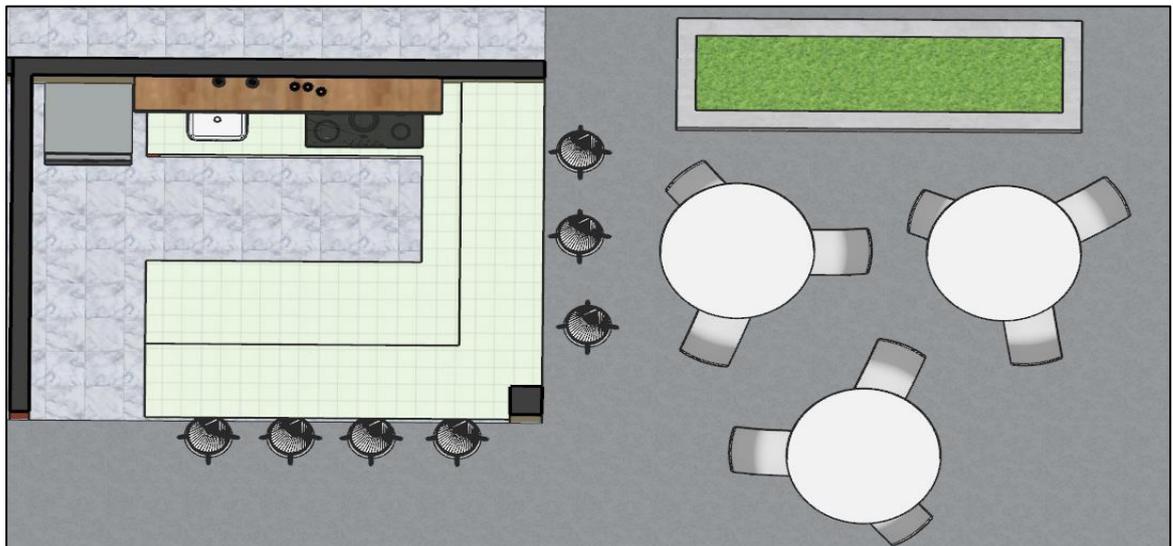


Figura 3. Vista en planta de la distribución interna del puesto de comidas, y la distribución de sillas del patio de comidas.



Figura 4. Vista 3D de la distribución interna del puesto de comidas, y la distribución de sillas del patio de comidas.

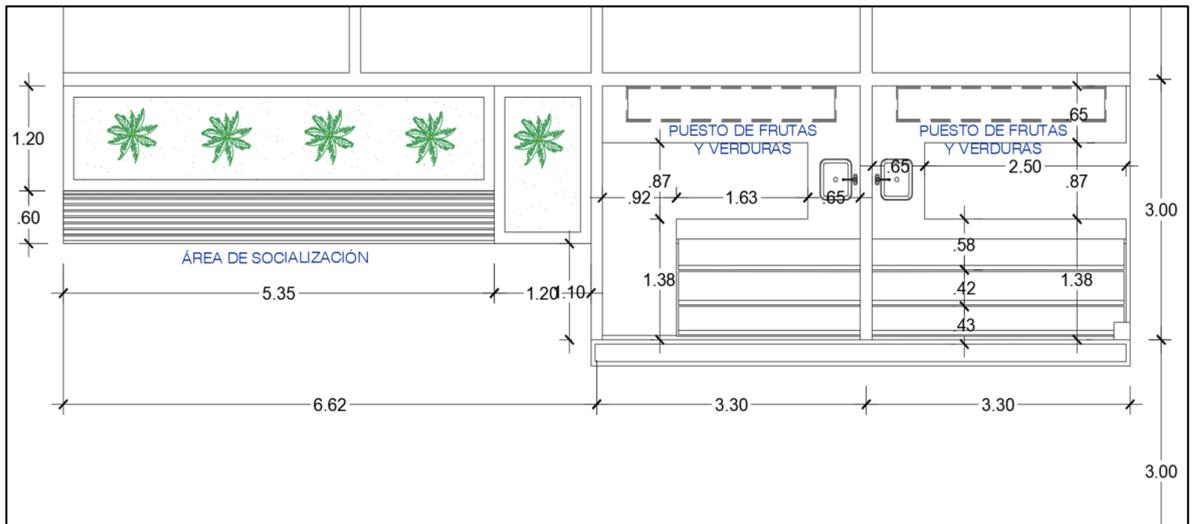


Figura 5. Plano 2D de la distribución de puestos de frutas y verduras, implantando espacios de socialización para los clientes.



Figura 6. Distribución de los puestos de frutas y verduras, incluyendo áreas de socialización y áreas verdes.



Figura 7. Vista 3D de los puestos de frutas y verduras, incluyendo áreas de socialización.

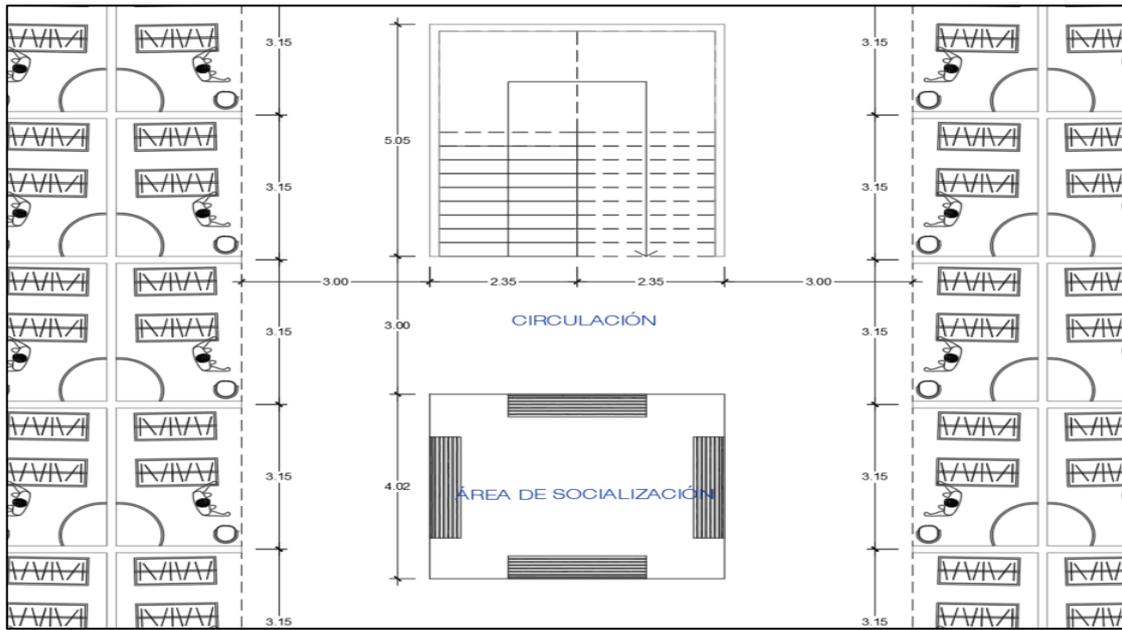


Figura 10. Plano de distribución de áreas de socialización, ubicados entre circulaciones verticales y horizontales.



Figura 11. Vista 3D de las áreas destinadas a reunión y socialización

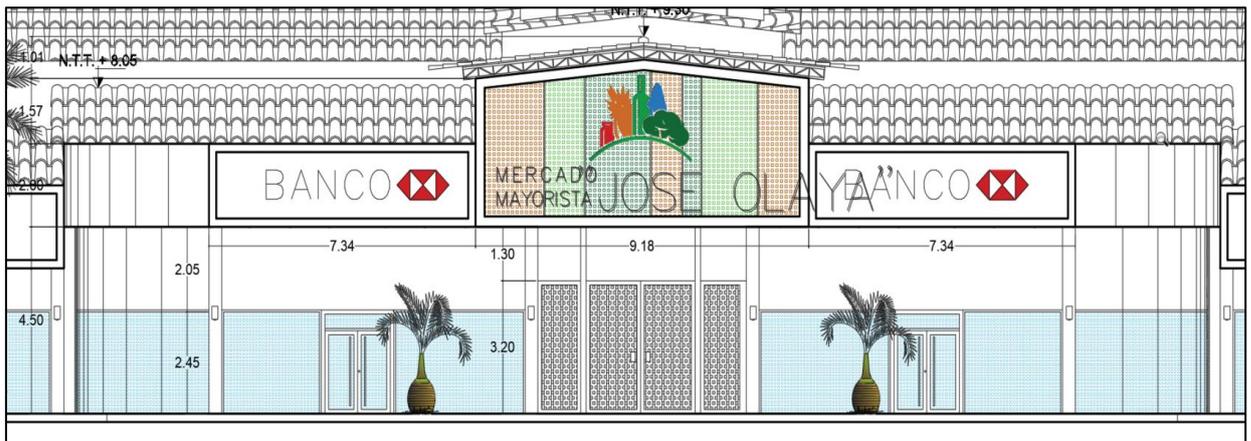


Figura 12. Elevación frontal de la fachada



Figura 13. Vista 3D de la fachada, utilización del bambú como material de revestimiento.