



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del  
distrito de Sullana - 2023

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

Arquitecto

**AUTORES:**

Checa Correa, Bernave Ismael ([orcid.org/0009-0003-0326-9689](https://orcid.org/0009-0003-0326-9689))

De La Cruz Roa, Kattia Azucena ([orcid.org/0009-0003-2418-3534](https://orcid.org/0009-0003-2418-3534))

**ASESOR:**

Dr. Cuzcano Quispe, Luis Miguel ([orcid.org/0000-0002-2518-7823](https://orcid.org/0000-0002-2518-7823))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA – PERÚ**

**2024**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo es dedicado a nuestras familias, en especial a nuestros padres, ellos son el reflejo a seguir de persistencia y superación. Son, además el principal motivo por el cual nos proyectamos profesionalmente, el esfuerzo que hemos realizado cada día con el objetivo de dar lo mejor de cada uno en esta etapa, no hubiera sido posible sin su incondicional respaldo.

Los autores.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a la Universidad César Vallejo, por la oportunidad que nos otorga para poder llegar a nuestros objetivos, a la vez agradecemos al Mg. Cuzcano Quispe, Luis Miguel por sus asesoramientos, críticas constructivas y orientación que nos ha brindado en este periodo. A los arquitectos especialistas que nos apoyaron con su opinión bajo un punto de vista especialista que nos direccionaron así en la investigación.

Los autores.

## Declaratoria de Autenticidad del Asesor



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CUZCANO QUISPE LUIS MIGUEL, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana - 2023", cuyos autores son CHECA CORREA BERNAVE ISMAEL, DE LA CRUZ ROA KATTIA AZUCENA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, 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.

LIMA, 09 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CUZCANO QUISPE LUIS MIGUEL DNI: 10590935 ORCID: 0000-0002-2518-7823	Firmado electrónicamente por: MCUZCANOQ el 09- 01-2024 16:34:35

Código documento Trilce: TRI - 0728959



## Declaratoria de Originalidad de Autores



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CHECA CORREA BERNAVE ISMAEL, DE LA CRUZ ROA KATTIA AZUCENA estudiantes de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana - 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

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

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
CHECA CORREA BERNAVE ISMAEL DNI: 73057711 ORCID: 0009-0003-0326-9689	Firmado electrónicamente por: BECHCACO el 10-01- 2024 14:02:32
DE LA CRUZ ROA KATTIA AZUCENA DNI: 74285216 ORCID: 0009-0003-2418-3534	Firmado electrónicamente por: KACRUZRO el 10-01- 2024 14:16:05

Código documento Trilce: INV - 1446802

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	iv
Declaratoria de originalidad de los autores.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos y figuras.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	26
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	26
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización. ....	27
3.3. Escenario de estudio .....	27
3.4. Participantes .....	31
3.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	32
3.6. Procedimientos .....	34
3.7. Rigor científico .....	35
3.8. Método de análisis de la información .....	35
3.9. Aspectos éticos.....	37
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	38
V. CONCLUSIONES.....	45
VI. RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS .....	50

ANEXOS.....65

## Índice de tablas

Tabla 1.	Categorías de Investigación.....	12
Tabla 2.	Categorías y Sub Categorías .....	13
Tabla 3.	Participantes de la investigación .....	32
Tabla 4.	Correspondencia de las categorías, técnicas e instrumentos.....	33
Tabla 5.	Tabla de categorías, instrumento y procedimiento .....	34
Tabla 6.	Método de análisis de datos .....	36



## Índice de gráficos y figuras

<i>Figura 1.</i>	Ubicación del Distrito de Sullana - Sector Buenos aires.....	28
<i>Figura 2.</i>	Estado actual de las vías y posesión del comercio informal.....	29
<i>Figura 3.</i>	Condiciones físicas ambientales.....	30
<i>Figura 4.</i>	Uso de suelo-Tipología de vivienda .....	31

## RESUMEN

La demanda población y el crecimiento territorial en el Distrito de Sullana aumento aceleradamente a lo largo del tiempo, el Plan De Desarrollo Urbano tuvo carencia en la proyección de estas, donde, los equipamientos comerciales sufrieron un déficit de acuerdo a las necesidades de la ciudad. La falta de equipamientos comerciales, basados en mercados, dio cabida al comercio informal y la ocupación de estos en los espacios públicos. se consideró esta problemática como un devorador a la estructura urbana del sector Buenos Aires, del Distrito de Sullana. El objetivo de la investigación fue el planteamiento de estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el Distrito de Sullana. El análisis se realizó a través de una metodología de enfoque cualitativa, de tipo básica, esta permitió enriquecer la investigación. Como resultado, se compararon los aportes de las teorías, opiniones de expertos y las fichas de observaciones; se concluyó que el mercado mayorista estableció una renovación urbana en el sector, donde su infraestructura interna y espacios externos lograron satisfacer las necesidades de los usuarios y crearon vínculos de identidad social.

**Palabras clave:** Comercial, espacio, informalidad, identidad, público.

## **ABSTRACT**

The population demand and territorial growth in the District of Sullana increased rapidly over time, the Urban Development Plan was lacking in the projection of these, where the commercial facilities suffered a deficit according to the needs of the city. The lack of commercial facilities, based on markets, gave way to informal commerce and the occupation of these in public spaces. This problem was considered as a devourer of the urban structure of the Buenos Aires sector of the District of Sullana. The objective of the research was to propose solution strategies for the recovery of public spaces through a wholesale market in the District of Sullana. The analysis was carried out through a qualitative approach methodology, of a basic type, which allowed enriching the research. As a result, the contributions of the theories, expert opinions and observation sheets were compared; it was concluded that the wholesale market established an urban renewal in the sector, where its internal infrastructure and external spaces were able to satisfy the needs of the users and create links of social identity.

**Keywords:** Commercial, space, informality, identity, public.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El abastecimiento de alimentos es una necesidad principal y básica para el ser humano, desde la antigüedad, se buscaba la manera de obtener alimentos, en sus inicios a través del trueque, que era básicamente una forma de intercambio para obtener lo que no producían. Mientras este intercambio se iba desarrollando, surgió la necesidad de crear espacios acondicionados para las actividades de comercialización de productos. A la vez convertirse en un punto central de encuentro para todas las personas, donde su esencia es la proporción de productos alimenticios, la relación del vendedor y cliente, a estos espacios se le conoció como, mercados. Así mismo, Ferrando mencionó que, un mercado suma al concepto de ciudad compacta, como tal, asegura una mejor economía de grado urbano en términos de sostenibilidad. Por lo tanto, a mayor densidad poblacional, grande debe ser la diversidad comercial, calidad y oferta. Los mercados cumplen la necesidad principal de una ciudad, en calidad de alimentación y aportan vitalidad a un barrio en diversas formas.

Por otro lado, Argenti & Marochino conforme con, La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, señalaron que los mercados son de gran importancia para el Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA), indicó que existen una determinada variedad de tipos de mercados de abasto, como son: Mercado minoristas, mercado mayoristas, mercados especializados y supermercados. Todos ellos tienen que cumplir con cubrir la necesidad de alimentos de la población.

Sin embargo, las necesidades de los comerciantes estaban limitadas por la falta de espacios comerciales, que llevo a generar puntos de ventas improvisados informales alrededor de estos, rompiendo con una estructura funcional, generando una informalidad comercial por la necesidad de cierto público comerciante que buscan un bien económico. El empleo informal, limita de manera excesiva los beneficios del comercio, ComexPerú mencionó que, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) declaró en un alto nivel la existencia de informalidad laboral, elevarse con 50% aproximadamente para toda la región de Latinoamérica, generando una reducción de capacidad y beneficios en el ámbito internacional.

Dicho artículo, denominó al Perú como uno de los países con más comercio informal registrado, con un porcentaje de 73.8 % durante el año 2022, según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) el conteo general trabajadores informales aumento con total de 569,534 en el 2021. En el Anexo K se muestra los porcentajes de informalidad laboral en el Perú comparada con otros países de latinoamérica, donde recibe el mayor porcentaje en relación al último estudio realizado en el año 2022.

En los últimos años, se marcó el aumento del mercado de abasto en el Perú, se vio muy evidente con una extensión incluso mayor al 100%. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática, según el último censo, se registraron unos 2612 mercados de abastos a lo largo de todo el territorio. indicando, los mercados siempre será la principal manera de suministro para todo el pueblo. Estos centros se generan en mayormente en la capital, Lima con un 43%, así también los grandes puestos de trabajo y otro porcentaje representativo 30%. Se concentra en los empleos los departamentos de Piura, Ancash, La Libertad, Lambayeque, Arequipa y Callao. Además, en el último censo, realizado, de manera estratégica por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, según el tipo de mercado en Piura, en su mayoría son mercados minoristas, lo que hace insuficiente el equipamiento comercial en relación a la demanda poblacional ocupada en el territorio.

Sin embargo, a lo largo de todo el departamento de Piura solo cuenta con dos mercados mayoristas, con un porcentaje del 0.25%, mientras que se contabilizaron un total de 56 mercado minoristas, con un porcentaje de 73.65%, en mercado mixtos con un total de 18, con un porcentaje de 26.10%. Con la referente información es notoria la insuficiencia de comercio, lo que demuestra que informalidad, es el más grande factor. Se registraron un total de 76 mercados en la Provincia de Piura. Sullana como provincia, cuenta con 6 mercados de Abastos distribuidos solo en 4 distritos: Bellavista, Querecotillo, Ignacio Escudero y Sullana. en la Anexo L se muestra el número de mercados en el Departamento de Piura, que lo ubica en un marco medio de cantidad de mercados.

La economía en la ciudad de Sullana se enmarcó con las características físicas de la misma, que atribuye al soporte para el crecimiento de las actividades, las cuales se encuentran limitadas por el desorden de la toma del suelo urbano. Este proceso abarca la expansión sin control o sin un plan urbano, sobre todo, en aquellas áreas no aptas para la vivienda. La infraestructura vial y el transporte resultan ser pieza clave en la economía, por la influencia en su articulación con los mercados y la movilidad urbana; los artículos de primera necesidad es una de la característica importante de la economía urbana. En Sullana la actividad comercial se realiza mayormente para el mercado nacional y reciben productos, agro-industriales, agrícolas, pecuarios, maquinaria, equipo, he incluso herramientas y provisiones para la ganadería, agricultura e industria. El Equipo Técnico PDU mencionó que, Sullana teniendo más de 200 000 habitantes, como tal, debe estar en la categoría de Ciudad Mayor y disponer de un mercado mayorista, sin embargo, carece del mismo.

El comercio en el distrito de Sullana se ha concentrado en Sullana este, cuenta con 4 mercados minoristas teniendo un superávit por 1.95 equipamientos con un déficit en m<sup>2</sup>. Marcó un volumen alto en comercio informal que se establece a través de puestos improvisados en los espacios públicos, como lo son el eje vial y espacios de recreación pública, interfiriendo en la relación de los sectores Sullana Este y Sullana Sur con el casco antiguo de Sullana. Las consecuencias son directas para la infraestructura urbana de la ciudad y con ello la obstrucción al sistema vial, problemática social, salubridad, deterioro de imagen urbana u otras.

Uno de los mercados minoristas que abarcó características satisfactorias en Sullana para los usuarios, es el Mercado Modelo de Sullana, albergó alrededor de 250 puestos, su infraestructura permitió en la pandemia del COVID 2019, tener un control en salubridad, los productos eran expuestos en instalación óptimas ordenados según el tipo de insumos, circulación amplias y seguridad. Su funcionamiento ha permitido que su emplazamiento genere otros tipos de comercio, sin embargo, pese a las buenas condiciones de este mercado, solo logra abastecer al centro de Sullana. Visualizamos en el Anexo M, la ubicación del comercio en Sullana, donde muestra un eje comercial alto en el sector Sullana Este y en el Anexo N muestra la instalaciones exteriores e interiores del mercado.

A lo largo de las últimas tres décadas, el comercio informal en el sector Este ha sido alrededor de 3 mil comerciantes. El más influyente de este comercio ha sido el Mercado informal La Punta, se encontró ocupando parte de la estructura vial, algunas vías se determinaron como conectoras con el centro de Sullana y con el distrito de Bellavista, como: La calle Puno, transversal Dos de Mayo y Av. Buenos Aires. Con el surgimiento de este mercado informal, el sector fue implementado el cambio en su uso de suelo, las viviendas pasaron a ser viviendas taller o comercio especializado, se crearon paraderos distritales y provinciales u otros. La ocupación del sistema vial para estas actividades comerciales afectó al sector, en salubridad, paisaje urbano, deterioro de la infraestructura de la vía y problemas de delincuencia, etc. Se muestra en el Anexo O, las condiciones en la que se encontró a los comerciantes informales.

Así mismo, En el 2019 fueron incitados por la municipalidad provincial de Sullana a desalojar dichas áreas, debió a los trabajos para la creación de la Planta de tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), con ello el cambio de los colectores de la ciudad, lo que controlaría los colapsos de las redes de desagües y detener el gran efecto de la contaminación que se está ocasionando en el río Chira. Sin embargo, los esfuerzos por el desalojo, fueron pocos, se propuso ubicar a los comerciantes en algunos equipamientos como comercio zonal que no estaban siendo usados en su totalidad, tal como, el complejo comercial 12 (Buenos Aires) y Mercado modelo del 9 de octubre.

Estos mercados zonales, no cumplían con las necesidades de los comerciantes, el dimensionamiento de sus espacios tampoco era óptimo para las actividades al por mayor que ellos ofrecían, la disposición de puestos no cumplía con la demanda de comerciantes, la oferta de estos era alta, hacían que los productos alcen sus precios por lo tanto los usuarios rechazaban el consumo dentro de estos establecimientos. Con el rechazo de estos mercados zonales se creó el Mercado informal central o mayorista de Sullana, ubicado en la zona este, al sur de Sullana, se encuentra emplazado en la zona de industria liviana de Sullana, donde según el Equipo técnico PDU, la industria liviana es compatible con comercio, además proyecta a esta zona, como zona comercial. Se visualiza en el Anexo P, los equipamientos zonales del sector Sullana Este que intentaron la reubicación de los comerciantes informales situados en los espacios públicos.

Otra zona afectada en el sector es el área de recreación pública, ubicada entre la Prolongación Av. Buenos Aires y carretera Tambogrande Sullana, área que se encontró sin ningún tipo de tratamiento, de tal forma que los comerciantes dispusieron de ella para sus actividades, además afecto y causado impacto en su sistema vial limitante, siendo estas conectores provincial y distrital, generando caos vehicular a ciertas horas, accidentes de tránsito, desgaste de infraestructura en la vía u otras. Las condiciones en la que se exponen los productos alimentarios para los ciudadanos se visualizan en el Anexo Q y en el Anexo R, exponiendo la proximidad de la actividad comercial con el sistema vial, características de estos puestos y la carencia de salubridad en la exposición de sus productos. En el Anexo S, referente a la información del Equipo Técnico PDU, se muestran los sectores que involucran al Distrito de Sullana y con ello el tipo de mercados que abarcan cada uno de ellos, con el propósito de mostrar la influencia comercial del sector este en Sullana y la carencia de equipamiento comercial mayorista de acuerdo a la demanda población del distrito.

Por lo tanto, las estrategias de diseño arquitectónico urbano, debieron ser direccionadas acertadamente al punto de conflicto de la población, solucionando las carencias urbanas, con nuevas propuestas de equipamientos asegurando una mejora en la condición de vida. Contreras resalta que, los centros de abastos como los mercados mayoristas, agrupan a la población de manera considerable diariamente, tanto por el beneficio de compra y venta, como por el gran interés de interrelacionar a las personas. Por lo cual, el mercado mayorista debe ser un lugar óptimo, confortable con una infraestructura que genere seguridad y amplitud.

La arquitectura, también consideró ciertos aspectos físicos del espacio urbano orientando la composición del proyecto. Teniendo en cuenta los componentes externos y disposición actual de la zona, remarcando la escala del proyecto y clasificación comercial. A la vez, se debe tomar en cuenta la acertada organización comercial, mediante una adecuada optimización urbana y rasgos espaciales que nos posibiliten un correcto estudio y con ello se manifiesta el planteamiento de problemática de la siguiente forma: ¿De qué manera el mercado mayorista podrá recuperar los espacios públicos del Distrito Sullana?



Esta investigación se justificó en base a la problemática analizada, con finalidad de compartir los beneficios de ella. Por lo cual, la investigación tiene los siguientes enfoques según los aspectos analizados del estudio: En primer lugar, se empleó una Justificación Teórica, que buscó reducir los deficientes conocimientos que originan la problemática del sector, debido a la informalidad en los equipamientos comerciales. Ya que las situaciones empleadas solo demuestran la carencia de la espacialidad para los puestos comerciales, demostrando la necesidad de un mercado mayorista para la reubicación de los comerciantes.

A la vez, la investigación tuvo lugar para una justificación Práctica, de modo que los resultados del estudio tuvieron como finalidad cambiar y mejorar el sector intervenido. De esta manera, las entidades gubernamentales debieron plantear estrategias para la recuperación del espacio público, en base al estudio planteado por la descontrolada invasión del comercio informal, con una justificación Metodológica cualitativa, la cual nos orientó a poder recolectar datos e información a través de entrevistas y fichas de observación, estas permitieron tener una visión más próxima a la problemática. Y finalmente el estudio accedió a tener una justificación Social, la cual puede orientar a la población a tener un sentido de pertenencia de los espacios públicos, de tal manera poder asegurar una participación social y movilidad urbana social.

El estudio orientó a la definición tanto del objetivo principal como los objetivos específicos de la investigación, por ende, el objetivo general buscó resolver la problemática con una propuesta de solución y los específicos son los puntos que determinaron la investigación. De tal manera, el objetivo general fue, Generar estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana, además se planteó los siguientes objetivos específicos: (1) Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista; (2) interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista; (3) Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana; (4) Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales y (5) Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana.

## II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo de la investigación, se recolectó antecedentes direccionados y necesarios para la sustentación del tema que se está abordando, poco a poco se estructuró la investigación con datos para poder sostener el objetivo de estudio. Consideramos antecedentes internacionales como primera etapa, seguido, los antecedentes nacionales, cada uno de acuerdo a las categorías de la investigación.

Iniciando con los antecedentes internacionales, en la ciudad de Cuenca, Culcay, Chango, & Vanegas (2023) en su tesis de grado para arquitecto Revitalización urbano arquitectónica del Mercado Mayorista “Feria Libre” El Arenal expuesto a la Universidad de Azuay, donde indicaron que, el mercado mayorista es un hito debido al impacto comercial que da a la ciudad, con ello atrae muchos problemas espaciales, sociales, gubernamentales y de salubridad. Tuvo como objetivo revitalizar el mercado y su contexto, aproximándolo como eje comercial urbano a futuro. Presentó una metodología que propone una función mixta, para así obtener un equipamiento comercial híbrido que contesta a las necesidades del mercado. Los resultados proponen generar un sector donde se potencie el estigma social de la zona; como conclusión se dispone la revitalización y reactivación de un nuevo eje urbano comercial integrado de manera directa con la ciudad, que no quiebre el flujo de conectores para que no pierda la conexión social.

Como consiguiente, en Ecuador, al referirnos a los distintos cambios urbanos que se hacen presente en la ciudad en relación a un equipamiento comercial, Arias & Defáz (2022) en su tesis de grado para arquitecto Revitalización urbana dentro del barrio Lomas de Azaya a través de la Refuncionalización de la infraestructura del Mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra, expuesto a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador que, el objetivo general fue la regeneración del entorno urbano alrededor del mercado Mayorista de Ibarra, implementando mercado sectorial para un mejor orden del comercio en el barrio Lomas de Azaya; su metodología fue mixta correlacional, en relación a sus variables, como resultado hizo hincapié en estructuración de un nuevo sector comercial en la ciudad, donde se relacione con el entorno en cuanto a sus forma espacio y función, concluyendo que la propuesta es la respuesta a la necesidad de los habitantes.

Por otro lado, Novillo Mendoza (2022), en su trabajo de tesis de grado de arquitecto, Rediseño del mercado mayorista de Loja, Ecuador, expuesto en la Universidad de

especialidades Espíritu Santo, el cual tuvo como objetivo diseñar una nueva propuesta arquitectónica del mercado mayorista en Loja, a través del estudio de las necesidades entre los usuarios y vendedores para un eficaz funcionamiento del equipamiento urbano. Tuvo una metodología de trabajo a partir de la técnica de instrumentos de recolección de datos como encuestas. Obtuvo como resultados la aglomeración de comerciantes informales alrededor de los puntos de ingreso del equipamiento, debido a la falta de espacialidad. Implemento la infraestructura del mercado verticalmente para cumplir con el aforo de usuarios de acuerdo a la necesidad de la problemática, integró el edificio comercial con el espacio público mediante fachadas flotantes, implemento terrazas y vegetación para la eficiencia térmica y la relación con el entorno natural. Tuvo como conclusión planificar estrategias para solventar las necesidades de los usuarios dentro del equipamiento para una renovación integral de mercado mayorista en Loja.

De la misma manera, Ureña (2012) en su tesis de grado de arquitecto, Recuperación urbana del Espacio público del mercado gran Colombia, expuesto en la universidad Internacional del Ecuador, donde determinó como objetivo proponer la recuperación del espacio público circundante al mercado mayorista gran Colombia; opto por una metodología descriptiva en base a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, con la finalidad realizar un análisis detallado del problema urbano. Teniendo como resultado una propuesta arquitectónica de un mercado mayorista que plantea espacios de interacción social, generar cubiertas y livianas para crear sensaciones de libertad y de luminosidad, de esta manera poder mejorar las condiciones ambientales dentro del proyecto. Concluyó que el espacio público cumple un papel importante en las actividades generales de los grandes flujos de los usuarios que se generan dentro de una ciudad, actuando como un elemento de red social.

De la misma manera, En Bolivia, Quisbert Lima (2020), en el proyecto de grado de arquitecto, Mercado mayorista, expuesto en la Universidad Mayor de San Andrés, dicha investigación determinó como objetivo, mejorar la actividad comercial mayorista, elevando las condiciones de vida del usuario en el área metropolitana de La Paz, desarrolló una red para la distribución de alimentos, cuya metodología de investigación se justificó en un enfoque mixto donde el resultado se basó en otorgar una solución tanto arquitectónica como espacial proporcionando un reordenamiento urbano y a la vez, un pensamiento social nuevo.

Para focalizarnos en relación a espacios públicos tenemos a, En Italia, Onesti (2017), en su artículo denominado Built environment, creativity, social art: The recovery of public space as engine of human development presentado a la Universidad de Nápoles Federico II, Nápoles, Italia. Tuvo como principal objetivo desarrollar una metodología apropiada para la integrar y apoyar la propuesta de regeneración de relaciones en ciudad de Torre Annunziata, generó que otros contextos vuelvan a integrarse al entorno. Trabajó con una metodología mixta, donde se empezó a tratar un análisis experimental, de esta manera se propuso un enfoque nuevo donde la participación tuvo un enfoque de arte social. De la misma manera se aplicó un enfoque proyectual, planteando propuestas de un diseño viable para el espacio público de intervención con marcados efectos sociales para en integración cultural. Como resultado logró plantear ciudades inclusivas, seguras y completamente sostenibles. Llegó a la conclusión de que la recuperación estratégica del espacio público, estuvo enfocada a la ideología de la población, como una anticipación previa al desarrollo local.

En Chile, Jiménez C. y Gómez J. (2020) en su artículo titulado, Recovery of Public Spaces: A Comparison of Three Case Studies to Recover Public Spaces in Vulnerable Communities in Santiago, Chile. Publicado por el Instituto de Física (IOP). El cual tuvo como objetivo de evaluar la efectividad sobre la mejora del espacio público, logró convertirlas en zonas públicas de recreación tanto pasiva como activa. Donde los niños podrían hacer uso del mismo y a la vez ser un espacio social de uso comunitario. A la vez, se usó un estudio descriptivo, ya que se analizaron 3 casos de espacios públicos deteriorados, en los cuales es notoria que la segregación del espacio público se ha desarrollado en los últimos años.

Teniendo como resultado de que la participación de la población nos conlleva a una construcción de una capital social. De la misma manera, se concluyó que los tres casos tienen la misma capacidad de dar continuidad al proyecto, es decir, donde cada proyecto se puede ampliar para su propia mejora.

Otro antecedente en Chile, Braun, Gallego Y Soares (2023) ,en su artículo *Come Out and Play: Public Space Recovery, Social Capital, and Citizen Security* Publicado por la red de investigación IZA - Institute of Labor Economics, El cual tuvo como objetivo principal transformar el espacio público deteriorado, usó estrategias de participación, desde la etapa del diseño hasta el proceso de construcción. Tuvo un enfoque cualitativo, mediante un estudio descriptivo, donde se buscó recolectar información a través de la recolección de datos y encuestas de diferentes características socioeconómicas y demográficas. Llegó a la conclusión de contribuir a la comprensión de como el espacio público y la infraestructura urbana impactando positivamente en la vida comunitaria. Dicha investigación no solo ayudó a la mejora y al óptimo mantenimiento de los espacios públicos, sino también logró tener efectos positivos en la seguridad, participación ciudadana, uso y propiedad del vecindario.

En Ecuador, Muñoz, Quizhpe y Salazar (2019) en su artículo titulado *Uso y percepción del espacio público, una mirada desde la población: el caso de Cuenca, Ecuador*. Presentado a la revista de Urbanismo. El cual tuvo como objetivo plantear una metodología para la evaluación del espacio público, que capte el estilo cotidiano de la ciudad, además de la sensación de los componentes que lo conforman, así como el papel que toman el barrio y en el contexto urbano. Trabajando con una metodología cuantitativa, con un análisis descriptivo, en la cual se realizaron entrevistas y fichas de observación de las características de los elementos urbanos. Como conclusión, varios proyectos planteados tienen deficiencias, debido a que no se integran y no escuchan las experiencias y opiniones de los usuarios, disminuyendo la participación ciudadana, por la privatización de las entidades competentes por una breve explicación del proyecto.

Por otro lado, en cuanto a los antecedentes nacionales relacionados a la investigación, Barreto (2020), en su tesis de grado para arquitecto, presentó Arquitectura Comercial para la mejora de la Imagen Urbana en la Zona Comercial del Malecón Norte, Huaraz 2019, el cual expuso a Universidad Cesar Vallejo. Como objetivo general tuvo que realizar un análisis a las variantes tipológicas comerciales, con el fin de logra un mejoramiento en la imagen urbana, siendo el comercio del malecón Norte, Huaraz la zona más afectada; en cuanto a su metodología, es de enfoque mixto, por reunir datos cualitativos y cuantitativos, el empleo de encuestas, entrevistas a expertos y a usuarios y cuaderno de observación. Por añadidura como resultados obtenidos en esta investigación, se definió el deterioro de la imagen urbana y entorno contaminado, esto se logró por las fichas fotográficas e instrumentos. Para concluir con el gran deterioro fijado en la imagen urbana de la zona producto del comercio, nace como detonante la mejora de esta y del desarrollo comercial, a través de la arquitectura comercial.

Por otro lado Nuevo centro de abasto, como fragmento de solución del desorden urbano, en el cercado del Distrito de Reque: Proyecto diseñado por Sara Elizabeth Puyen Huertas (2020) ubicado en un eje vial importante de la ciudad de Reque, hacia el suroeste, próximo a los cultivos agrícolas, Este proyecto contó con altos estándares de sanidad, la exposición de sus productos es variado, abarcó con dos niveles, el primer nivel hace uso de venta de productor perecibles, donde, se observa una plaza completa de venta de productos, mientras que en el segundo nivel se ubica zona de comedor, cafetería y biohuerto, además con sótano, donde se concentran los almacenes y se relaciona directamente con el primer piso donde se zonifica el área de ventas.

De la misma manera, Mercado minorista para mejorar la imagen urbana del pueblo joven del distrito de Carabayllo al 2021: ante proyecto diseñado por Rojas Pimentel (2018), ubicado en un eje vial importante de la ciudad de Reque, para fortalecer los equipamientos de la zona, donde se prioriza la iluminación y ventilación controlada a través de una perforación en todo el volumen que accede a tener espacios ventilados e iluminador. Desarrolló su programa arquitectónico de manera vertical, en cinco niveles próximo a los cultivos agrícolas.

Este proyecto contó con altos estándares de sanidad, la exposición de sus productos es variado, tuvo dos niveles, el primer nivel hace uso de venta de productor perecibles, donde, se observó una plaza completa de venta de productos, mientras que en el segundo nivel se ubicó zona de comedor, cafetería y biohuerto, además con sótano, donde se concentraron los almacenes y se relacionaron directamente con el primer piso, que a su vez, se zonifica el área de ventas.

En lima, Facho O [et al]. (2021), en el artículo titulado, Recovery of residual public spaces to improve the quality of life of the inhabitants of San Borja, Lima. Presentado a la Universidad Nacional Federico Villarreal UNFV- Lima Perú, donde tubo de objetivo proponer un modelo de recuperación de espacios públicos residuales para mejorar la calidad de vida de los habitantes del distrito de San Borja. Teniendo un diseño descriptivo experimental, debido a que se describe la problemática del espacio público aplicando una propuesta para una recuperación para mejorar el estado vial y favorecer la calidad de vida de los ciudadanos. Llegando a la conclusión de identificar las principales vías del barrio, las cuales se puedan aprovechar para la mejora del espacio público. Logrando revitalizar las áreas residuales, dándole vida al espacio público, satisfaciendo las necesidades de la población. A la vez se lograron integrar a la propuesta criterios de sustentabilidad, asegurando un impacto positivo para los principales usuarios que intervienen en el sector.

Dicho estudio abarca a su vez, un análisis de dos categorías para la investigación, el cual ayudaran a recolectar información y teorías que nos direccionan al mismo objetivo, con el fin de poder interpretar diferentes puntos de vista según cada sub categoría. De tal manera que se detalló cada punto impartiendo los conceptos a su mejor comprensión. se mostró la identificación con el tema de investigación para la comprensión estructurada del tema de estudio Jiménez [et al]. (2020).

Tabla 1. *Categorías de Investigación*

<b>Numero</b>	<b>Categorías</b>
<b>Categoría 1</b>	Mercado Mayorista
<b>Categoría 2</b>	Espacios Públicos

Fuente: elaboración propia.

Para ello, se tuvo en cuenta la articulación estructurada de cada Categoría de estudio, las cuales ayudaron a profundizar con los temas que más se refieren a la investigación. La Categoría se usan mayormente para ilustrar y mostrar de manera directa los temas de los cuales la investigación está dirigida, analizando como se utilizan en el contexto de intervención. (Sanchez Martinez, y otros, 2022).

Tabla 2. *Categorías y Sub Categorías*

<b>Categorías</b>	<b>Sub Categorías</b>
<b>Mercado Mayorista</b>	Espacio comercial
	Renovación Urbana
	Equipamiento comercial
<b>Espacios Públicos</b>	Deterioro del espacio publico
	Recuperación del espacio publico
	Informalidad urbana

Fuente: elaboración propia.

*Categoría 1: Mercado mayorista*, Se analizó la primera categoría de estudio determinada como mercado mayorista, la cual ha sido ramificada por categorías y sub categorías. Con el fin de enriquecer la investigación con teorías enfocados en el tema de estudio, donde la conceptualización de la misma determine y amplifiquen la investigación. Dicha estructura está organizada de la siguiente manera.

Para iniciar con la conceptualización de mercado mayorista, Según Rodríguez (2010) quien definió a los mercados mayoristas como estructuras físicas donde su principal función es el intercambio comercial dado por distintos agentes que realizan actividades de venta y compra de productos alimenticios de calidad. A su vez hace parte el actuar de los distintos tipos de usuarios, entre ellos financieros, servicios logísticos y demás actividades como parte de la esencia de un mercado, quienes fueron definidas también para el mejor funcionamiento comercial y el control de los alimentos e instalaciones en cuanto a salubridad.

Asimismo, FAO y FLAMA (2022) recalcaron que, los mercados mayoristas son centros que se involucran con el espacio, productos y actores, donde se dispone la distribución de alimentos a una creciente población de distintos sitios. Todo ello bajo mecanismos limpios donde influye el acondicionamiento de su infraestructura para obtener alimentos frescos, en respuesta a la demanda de salud y salubridad que ameritan los tiempos. También, los catalogaron como piezas



importantes para el desarrollo de cadenas alimenticias de abastecimiento menores, ya que expusieron la venta de sus productos tanto al por mayor y menor, que actúan como la autoridad alimentaria, que da paso a la creación de diversas empresas en su entorno directo y a la valoración de las mismas.

De esa manera, Huaita (2023) definió al mercado mayorista, como espacios donde surge el intercambio de bienes, encuentro de personas y hacen posible a las ciudades la seguridad alimentaria a los mercados mayoristas. El desempeño de estos es fundamental para la economía, ya que proporciona productos nacionales y locales, siendo este el medio principal distribuidor de productos frescos para la necesidad básica de toda población, como lo es la alimentación. Por su función la logística e infraestructura de los mercados mayoristas debe estar direccionada a la sostenibilidad para cumplir con la seguridad de suministros de alimentos frescos.

A su vez, Rakhman (2020) mencionó que, los mercados mayoristas desarrollan vínculos de circulación de bienes y producción que exponen el movimiento, calidad y distribución de alimentos. Típico de los mercados mayoristas es la compra y venta, el transporte que emplea para la comercialización de productos, almacenamientos u otras. Se entendió que, el comercio mayorista es el que organiza los movimientos de productos para diferentes canales que lo distribuyen y además cooperar con la calidad de los productos.

Por otro lado, IICA (2018) alegó sobre los mercados mayoristas, la función fundamental que tienen en la distribución y el acopio dado al por mayor de productos de alimentos, el cual se caracterizaron por contar con un alto volumen de ventas y una infraestructura capaz de permitir la concentración a grandes dimensiones de productos en con condiciones sanitarias adecuadas. La llegada de los productos se encuentra establecida directamente con el producto al mayorista, en términos generales por un solo intermediario, esto terminó siendo influyente en los precios y variedad de los productos, donde se expone las ventas a consumidores intermedios, intermediarios o a consumidores finales. Por lo general recibe productos ganaderos, agrarios y pesqueros que provienen de territorios rurales.

*Sub Categoría 1: Espacio comercial*, dentro de la categoría de estudio mercado mayorista, surgieron categorías relacionadas a estas. Se inició con la conceptualización de la categoría espacio comercial, como el lugar que acoge productos o servicios versátiles que están en atención a los hábitos de compras de los usuarios y además a cumplir las necesidades de acuerdo a sus empleados y equipos corporativos. Donde Gonzáles (2023) mencionó que, los espacios comerciales son aquel espacio físico, que involucra y deducen las necesidades de los usuarios, estas deben estar sujetas a los hábitos de compra, con ello se logró especificar criterios de espacio a utilizar, emplazamiento, tipo de utilidad, estudio del comportamiento del cliente, interpreta la forma de ejecución en los estándares de producción y venta de los productos.

De la misma manera Wagih (2021) indicó que, el espacio comercial es una máquina de logros positivos donde su atención de diseño está dirigida a las necesidades de sus habitantes, el cual incluye la estética, costo y función. Por ende, las decisiones que se tomen deben estar inclinada a un proceso de materialización, métodos constructivos favorables según el sitio y considerar el ciclo de vida del diseño. Los espacios saludables se direccionan a personas saludables, por ello los espacios componen estrategias de sostenibilidad para así lograra un mejor confort, para satisfacer al cliente, logre armonía estética con el edificio y a su vez con su entorno natural.

Por consiguiente, para Hui [et al]. (2023) quienes sostuvieron que, los espacios públicos son aquellos que logran abarcar las necesidades de compras diarias provenientes de los comunitarios donde se centran como espacios físicos a favor de la actividad comercial realizadas de manera rápida y fluida. reflejando la seguridad, salubridad, accesibilidad, entorno limpio, variedad en comercio, y se espera en algunos casos se incluya instalaciones públicas de óseo, donde la luz, color y atmosfera cultural mejoren el confort y a la productividad del uso comercial. También el espacio comercial se prioriza rutas de trasportes, tanto peatonales como vehiculares, atención al aforo en relación al número de atención en distribución que se debe estimar, accesibilidad dentro del espacio, que desglosen la relación equilibrada con todos los espacios. Para la determinación de diseño dentro del ambiente comercial se estudia la relación entre, espacio, persona y entorno.

A su vez, Hidalgo (2017) recalcó que, los espacios comerciales son característicos por la variación de aristas que lo involucren, como indicadores físicos- espaciales. Como el acceso, la forma del suelo, cantidad, el dominio visual, la relación a los ejes peatonales del sector, el flujo del lugar, la programación y nivel potencial lugar en base al comercio, otro punto interesante para definir los espacios comerciales es definir a los usuarios del lugar donde se determine su comportamiento dentro del espacio comercial, midiendo a su vez el flujo de recurrentes. Esto, con el fin de contribuir a las actividades comerciales que se desarrollan dentro de un espacio, para la comodidad y flexibilidad de actividades de los involucrados.

Por último, González (2016), lo definió como oportunidades de un nuevo centro que vitaliza y potencia la relación urbana y atraen nuevos programas comerciales, convirtiéndolos en espacios públicos únicos e inclusivos. En función todo espacio comercial provee límites entre el exterior e interior, para encontrar la permeabilidad, conceptualización y condiciones físicas, donde el resultado sea la conexión de los ciudadanos con el edificio. Estos espacios son acaparadores de soluciones que atraen a los usuarios que contengan experiencias urbanas que complementen su actividad de compra y venta.

Donde, Ouria (2021), comentó que el espacio comercial tiene funciones públicas y posee distintas categorías urbanas sostenible en el diseño arquitectónico. Dicha arquitectura cumple distintas funciones como espacio público, que involucra a la ciudad, demostrando que el comercio cumple un rol fundamental urbano, simulando la columna vertebral de la ciudad. Para el diseño sostenible, es necesario usar estrategias arquitectónicas que ayuden a la edificación a afrontar las condiciones ambientales, de esta manera, el diseño absorbe gran energía solar y a la vez cuenta con una ventilación natural, De esta manera aprovecha distintos aspectos arquitectónicos que favorecen a la funcionalidad del edificio. Por ende, la arquitectura es de vital importancia para el desarrollo urbano, mejorando las cualidades para preservar el espacio comercial de manera organizada. Ya que es el núcleo de del desarrollo urbano considerando el gran potencial del sentimiento de pertenencia del espacio público.

A la vez, se desarrollaron los indicadores de dicha Sub Categoría, los cuales han sido expuestos en el Anexo T.

*Sub Categoría 2: Renovación urbana*, con respecto a esta categoría A. Walaa; A. Wesam (2019), manifestaron que, las áreas comerciales históricas cumplen un rol esencial en la ciudad, incluso en factores como urbano, arquitectónico, económico, social como histórico. El eje comercial de la ciudad se consideran los elementos más resaltantes dentro del patrimonio urbano, esto se debe al evidente crecimiento continuo del cual es responsable.

Sin embargo, algunos espacios se han visto afectados, debido a la existencia de la informalidad, la cual se apropia de los espacios públicos cercanos de los equipamientos de alto nivel de aglomeración. al analizar el estado del sector, se planteó un crear un contexto seguro para poder controlar de manera moderada cualquier sistema que no esté dentro del rango de planificación, como lo es la informalidad. La renovación urbana, planteó una mejora tanto vial, como interna de la edificación comercial, generando espacios sociales, como plazas o incluso elementos urbanos como bancas con sombro y vegetación la cual integre dicho espacio social con el entorno.

La renovación urbana se relacionó a una alusión y difusión, a la trasformación en cuanto al valor de uso en las ciudades y el análisis de las variaciones sociales dentro del territorio. Malizia (2023) mencionó que, referirnos a renovación urbana es igual al ordenamiento dinámico de espacios que se dirección a trasformaciones materiales e inmateriales, donde influye el sector privado y público, muchos de ellos generando el alza del valor de las propiedades, en consecuencia, se obtiene el desplazamiento de la población del escenario de estudio.

A su vez, Serna (2022) comentó que, la renovación urbana accede a discursos que llegan a ser procesos que no perjudican las decisiones sobre el planteamiento de la ciudad, pero que son influenciados en estrategias técnicas de los espacios públicos, por ende, en la relación del espacio social, porque son incluidos los beneficios de las personas con mejores condiciones de vida, excluyendo a los sectores marginados. Dicha integración estuvo dirigida a las capacitaciones de participación. Las poblaciones marginadas no se muestran de la misma manera, donde usualmente no se expresan los propios intereses, porque no se reconoce a las estrategias de participación ciudadana. Incluso, es evidente el desarrollo inmobiliario a partir de la renovación, respondiendo a las practicas

globales urbanas. De tal manera que los ciudadanos que se han mantenido en escasas condiciones en el centro histórico de Medellín, viviendo de manera informal o incluso ilegal, son víctimas de la clase alta por lo cual se busca que la renovación urbana incluya a todas las condiciones de vida.

De la misma manera, se desarrollaron los indicadores de dicha Sub Categoría, los cuales han sido expuestos en el Anexo T.

*Sub Categoría 3: Equipamiento Comercial*, a continuación, se describirá la tercera categoría, en concepto se marcó a los equipamientos comerciales, como espacios edificados con rasgos permanentes o fijos, estos pueden ser abiertos o cerrados, internos o externos, pero siempre deben seguir la línea de ejercer la actividad comercial. Estos establecimientos pueden tener un carácter individual, que se asemeja a una sola actividad o de carácter colectivo, básicamente son un conjunto de establecimientos integrados sobre un mismo espacio, que pueden optar por actividades comerciales distintas, pero que no dejan de ser independientes.

Así mismo, Andrés (2002) mencionó que el equipamiento comercial es un estructurador de hábitos urbanos que funcionan a través de sus capacidades de promoción y atracción sobre su usuario potente. Se clasifica conforme la relación entre la demanda y oferta de los productos: compras irregulares, exponen productos de carácter intencional por temporadas en establecimientos a corto plazo; corriente, enfocadas en productos de primera necesidad que resultan necesarios con frecuencia cotidiana, como los productos alimenticios u otros, establecidos en un determinado espacio permanente; y por último las compras excepcionales, estandarizados sobre utilidad complementaria.

Por otro lado, Ristea, Stegaroiuw, & Croitoru (2010), señalaron que, cuando se habla de equipamiento comercial, se refiere a la percepción de la distribución tanto de actividades económicas, como de infraestructura urbana que desglosa la formación de una ciudad. El diseño de esta área o espacio debe involucrar los conceptos de regeneración urbana y urbanismo integrado, para marcar una planificación que abarque el todo en cuando las necesidades de la ciudad. El desarrollo de las instalaciones comerciales en un territorio se debe al control de la expansión de las cadenas de distribución que prevén su accionar en función al desarrollo sostenible.

Además, Gutierrez (2016) comentó que, los distribuidores comerciales como centros de comercio y mercados públicos, son los principales detonantes de la ciudad, son los responsables del crecimiento urbano y se denominan equipamientos comerciales. Sin embargo, puede llegar a ser beneficioso para los intereses inmobiliarios, como perjudicial para el espacio público. Esto se debió por la escasa intervención de las entidades. Dichos espacios comerciales, como el mercado mayorista, son los espacios que jerarquizan a las ciudades implantadas y estructuradas de las rurales, convirtiéndose en el eje esencial de organización del espacio público. Las ciudades se construyen a partir de la construcción de centros comerciales, de esta manera, las ciudades aledañas comienzan a replicar dicha estrategia. El equipamiento comercial tiene una gran importancia para el eje desarrollador de la ciudad.

Para finalizar con la conceptualización de equipamiento comercial, Stojanov (2023) mencionó la importancia concentrada en el sector comercial como los espacios de manera organizada que expresa crecientemente en la capacidad de los mercados comerciales. El desarrollo del equipamiento comercial se ve vinculada al crecimiento del usuario objetivo, lo que generaría mayor demanda de compra y venta, elevando un nivel más alto en las actividades comerciales, es decir, potenciar económicamente los sectores comerciales. El comercio es la principal actividad económica que tiene la capacidad de demostrar innovaciones en las propuestas de los negocios de mercado e incluso en los distintos modelos de tienda, permitiendo una amplia experimentación continua en la innovación organizada.

El comercio y su red de comercios ciertamente específicos de los principales centros, algunos históricos de las ciudades. El resultado de dicha investigación afirma la necesidad que sostiene el pensamiento de las comunidades locales, las cuales actúan con coherencia en base a la nueva política de desarrollo sostenible de las mismas, guiada a respetar los principios base de la política de ordenamiento del territorio: reestructurar y fortalecer estructuralmente las áreas con deficiencia.

De la misma manera, se desarrollaron los indicadores de dicha Sub Categoría, los cuales han sido expuestos en el Anexo T.

*Categoría 2: Espacio Público*, siguiendo con la estructura de la investigación, se analizó la segunda categoría de Espacios Públicos, la cual ha sido ramificada por sub categorías e indicadores. De esta manera, estas teorías ayudaron a enfocar al tema de estudio, enriqueciendo la investigación. Dicha estructura está organizada de la siguiente manera.

Para empezar, Borja y Muxi (2001), los cuales se refirieron a los espacios públicos como elementos fundamentales en la estructura urbana, llegando a ser los principales hitos que representan a la ciudad con el paso de los años, ya que transmiten la historia de cada lugar. De esta manera se pudo percibir que las ciudades se desarrollan a partir de un centro en constante movimiento donde la seguridad y la previsibilidad se vea garantizada. Se atribuyó que los espacios públicos deberían ser debidamente preservados en la ciudad, y así mantener y conservar los espacios urbanos que se vienen deteriorando por los distintos factores involucrados dentro del entorno. Como se menciona, los espacios públicos tienen un alto valor histórico, por lo cual se deben mantener, cuidar, preservar y en algunos casos, como en nuestra investigación, recuperar. De esta manera, podemos decir que cediéndole el valor que le corresponde a dichos espacios estaríamos haciendo Ciudad.

Por su parte, Karakoç y Soylemez (2023) comentaron que, el espacio público es un lugar que está disponible para el uso y disfrute de todas las personas sin importar sus condiciones, es decir, un lugar donde se pueden llevar a cabo actividades sociales, culturales, recreativas y políticas, un espacio para un libre relajó, y a la vez poder aprender y divertirse satisfaciendo una de las principales necesidades de los espacios abiertos. Por ende, se puede decir que, a través de las áreas y espacios públicos, se puede interactuar libremente, logrando obtener una cooperación a nivel grupal y personal de forma segura. Dichos espacios son considerados centros de conexiones y relaciones sociales, ambientales. De tal manera, los espacios públicos son determinantes, para poder convertirse en espacios tales como focos de atracción en dichas áreas urbanas.

Así mismo, tenemos a Rahman (2023), definieron los espacios públicos como espacios de libre acceso al público, sin ninguno tipo de limitaciones, de la misma manera, mencionó que los espacios pueden tomar la forma de parques, avenidas, calles, aceras. Los espacios públicos son espacios de fácil interacción de

las personas, fundamentales para representar el paisaje social urbano. Siendo un área creada para la ciudad, dicho diseño busca reflejar las culturas y costumbres de dicho lugar. Considerándose áreas fácilmente neutrales, con el objetivo de que las personas interactúen de manera pasiva y activa sin definirse por roles o características sociales.

Por otro lado, Mitrašinović y Mehta (2021), mencionaron que el espacio público es una manifestación de la esfera pública y una brújula ética visible de la sociedad. Dada la infinidad de recursos que actualmente se han venido desarrollando, los espacios públicos se han convertido en un instrumento urbano fundamental, debido a la variedad de formas que potencian el lenguaje público y la practica social. Últimamente el activismo urbano y el levantamiento público, en el ámbito urbano, ha ido rescatando cada vez las culturas y creencias en las ciudades, fomentando la identidad cultural reflejada atreves de los espacios públicos.

Por último, se tuvo en cuenta que los espacios públicos, son una imagen clara y representativa de una ciudad, por lo cual, se considera que estas áreas, toman un papel importante en la identidad social de su población. Dichos espacios son escenarios para diversas interacciones, puntos de reunión planificadas como no planificadas, encuentros sociales públicos y puntos de discusiones significativas. Los centros, dentro del espacio público son puntos estratégicos en el plan maestro, donde el área comercial se puede llegar a desarrollar de manera organizada. Ya que dichos espacios, son fundamentales como centro de reunión de las personas, dada la existencia de comercio formal y organizado en el sector en el sector. Por ende, los espacios públicos son esenciales para satisfacer las necesidades de la población para relajarse, recrearse y a la vez, para socializar en un estilo de vida habitual. Así lo manifestaron Kaur y Chhabra (2023).

*Sub Categoría 1: Deterioro del espacio público*, la falta de control en los espacios urbanos se hace muy presente atreves de los años, generando un notable descuido por parte de los ciudadanos como de las autoridades. Por lo cual la conservación y preservación de los espacios públicos deteriorados con el pasar de los años, ya no se puede observar como una opción. Al contrario, debe tenerse en cuenta como una obligación actual. Con la misma seriedad del caso, las autoridades son la principal fuente para hacer respetar los espacios públicos, teniendo en cuenta los distintos puntos poli cívicos que se ven involucrados.



Según Gonzales y Vanegas (2018), comentó que el deterioro del espacio público se define como el mal uso del espacio social, una de las principales causas es el comercio informal, ya que ha invadido gran parte del espacio público, convirtiéndolo en un espacio laboral, perjudicando las áreas de reunión social de la población. Dicha problemática no puede ser erradicada por las autoridades competentes sin tener un plan de acción que involucre a los comerciantes informales, donde no se vean afectados bajo ninguna situación. Esto implicó que para disminuir o controlar la informalidad dentro de los espacios públicos, debemos considerar un plan estratégico que tenga como principal objetivo a dichos comerciantes. Donde dichas estrategias apuntaron al nuevo mercado mayorista que se planteó como necesidad en el distrito de Sullana.

Según Zambrano y Cedeño (2018), determinaron que el deterioro del espacio público se considera al gran impacto urbano que llega tener la ciudad, perjudicando y deteriorando el espacio público y urbano, debido al claro aceleramiento y desorden en las urbano. Según dicha investigación, aclara que, bajo la falta de estrategias adecuadas, el deterioro seguirá aumentando. Por ende, se diagnosticó el estado actual en la que se encuentra el sector de intervención. Llegando a interpretar que, para dicha investigación, se debió responder con un diseño urbano arquitectónico, que beneficiara el espacio público, de tal manera que la propuesta lo crear nudos que conecten a alternativas flexibles, sea de comercio, movilidad, cultura y turismo.

Para cerrar con la primera categoría, Flores, Guevara y Montes (2022), afirmaron que, los espacios públicos son lugares de encuentro e interacción, para poder realizar las distintas actividades en las cuales se desarrollan los habitantes, por lo cual se resalta que recuperar el espacio público aporta positivamente al no abandono de estos espacios, los cuales se llegan a revitalizar y potencializar según la organización social. Dado que, este último cumplió un papel vital para poder desarrollar estrategias que permitan la recuperación del espacio público. Por otro lado, las entidades gubernamentales son responsables del mantenimiento y mejora del espacio público, pero también se tener en cuenta la organización social y participación ciudadana.

A la vez, se desarrollaron los indicadores de dicha Sub Categoría, los cuales han sido expuestos en el Anexo T.

*Sub Categoría 2: Recuperación de los espacios públicos*, los espacios públicos son esenciales para una correcta funcionabilidad como también, para desarrollar a la ciudad. Por lo cual, Ruppert (2013) definió la recuperación de los espacios públicos como la búsqueda de una recuperación urbana viable en la ciudad. Por ende, es la búsqueda de la factibilidad y viabilidad de los espacios públicos, donde según se argumenta que el espacio público no solo consiste en una estructura urbana con un valor de suelo considerado, sino también con una estructura reguladora de leyes, normas y diseño urbano. Por lo cual, buscan ser respetados por los ciudadanos, dándole el valor correspondiente a los espacios urbanos regulando la libertad en dicho ámbito. Sugiriendo, modificaciones con el fin de darle el valor correspondiente social y político al espacio urbano.

De igual manera, Onesti (2017), comentó que, cuando se habla de recuperación de espacios públicos, hablamos de un nuevo metabolismo urbano. Es decir, al nuevo tratamiento de áreas urbanas y a la vez, semipúblicos. Donde se busca compartir la cultura vinculados a la comercialización y al alto foco de reunión de las personas. Dicho artículo se centra en la recuperación de calles, plazas, áreas verdes, que se encuentran afectadas por su mal uso, causando un notable deterioro. De tal manera que la intervención para la recuperación tubo como objetivos la conservación e innovación, promoviendo a un enfoque innovador orientado a la retroalimentación cultural, con el fin de reactivar la economía local de una manera organizada. Asumiendo una función fundamental para la integración física y a la vez simbólica con la arquitectura. Para ello, la investigación debe centrarse en la identificación de elementos espaciales y técnicos integrándose con la arquitectura. Haciendo un apreciado uso de estrategias para la incorporación de elementos, enriqueciendo el paisaje urbano con sistemas sustentables y sostenibles.

Por otra parte, Jiménez y Gómez (2020) expusieron la recuperación de espacios públicos como el proceso que busca rehabilitar, transformar zonas o espacios deteriorados en los entornos urbanos, dicho proceso debe involucrar la participación ciudadana. De la misma manera nos comentan que las ciudades configuradas y conformadas por áreas urbanas desiguales carecen de calidad social, oportunidades de movilidad social, y de diversidad del espacio público.

Además, también se menciona que los ciudadanos toman un rol muy importante para la recuperación de espacios públicos.

Donde su participación está dirigida a una construcción social, relacionándose con áreas propicias para desarrollar zonas de encuentro, involucrándose en los procesos y ejecución de las propuestas, asegurando una integración con el medio ambiente. De la misma manera, la recuperación tiene un resultado positivo cuando la población se ve involucrada para el respectivo cuidado, mantenimiento y construcción de los espacios públicos, donde dicho resultado es tangible y con una articulación sectorial, teniendo un contacto directo con los usuarios.

De la misma manera, se desarrollaron los indicadores de dicha Sub Categoría, los cuales han sido expuestos en el Anexo T.

*Sub Categoría 3: informalidad en los espacios públicos*, por otro lado, la informalidad en los espacios públicos es un fenómeno urbano que se ha impuesto sobre los espacios de reunión social, con vinculaciones culturales, políticas, sociales y económicas. Sin embargo, dicho fenómeno no se podrá evitar, pero se podrá controlar. Hoy en día, se puede decir que la informalidad ya convive con nosotros. Porque son los mismos ciudadanos los que la originan y a la vez, son los mismos que la permiten, porque hacen uso de esta actividad, lo que genera que se repita o que siga aumentando de manera progresiva.

El acelerado comercio informal, es el claro resultado de la concurrencia de distintos factores, el sector público y privado que se limita a los métodos de ingreso de la informalidad, la falta de inversión en infraestructura, generando que la informalidad corresponda a un fenómeno estructural. A la vez, Castro [et al]. (2019), también mencionaron que la informalidad se ha convertido en un factor que se ve involucrado de manera directa, no solo con el comercio de nacional, sino también del mundo.

De la misma manera, Kamalipour y Peimani (2019) definieron la informalidad en los espacios públicos, como las actividades que se desarrollan fuera de los esquemas formales urbanos, convirtiéndose en parte integral de las funciones informales del espacio público, adaptándose a la economía urbana funcionando como un punto generador de ingresos para las personas con una situación más vulnerable. Siendo ellas los principales usuarios que intervienen en la informalidad,

debido a la falta de oportunidades de trabajo generando un puesto de trabajo informal en el espacio público. Si bien es cierto, la estrategia rumbo a la formalización es la radicación de la informalidad, el reto es indagar la relación informal, formal y la metodología del comercio ambulatorio para comprender como cada tipo de informalidad se desarrollan de mejor manera en el espacio público. De este modo se puede trabajar bajo dos tipologías, donde se clasificó al comerciante informal móvil y el comerciante informal fijo. De esta manera, poder analizar el tipo de influencia de dichos comerciantes con los usuarios, donde los comerciantes fijos son los que aprovecharon su puesto en áreas de alto flujo, siendo su principal objetivo. Mientras que los móviles, variaba la captación de los usuarios.

A su vez, Espinosa y Contijoch (2021), comentaron que la informalidad es toda forma de actividad que actúe fuera de los ámbitos de regulación, es decir, actividades que no cuentan con algún permiso para que se desempeñe libremente. Dicha informalidad se ha transformado en el factor primordial de cambio en el estado urbano, generando un estado transformativo del espacio público. Dichos cambios que no tienen ninguna base de planificación por especialistas, como son los planes de desarrollo urbano elaborado por cada localidad, sino que parten de la creatividad de las necesidades de las personas, basándose en la socialización y la experiencia de las personas. De esta manera, los espacios públicos se ven invadidos por los puestos de trabajo que se desarrollan en la calle, vereda e incluso berma, rompiendo con cualquier tipo de planificación pública o privada. Estos puestos influyen bajo un rumbo de informalización generando focos de concentración comercial, menospreciando las actividades y equipamiento existentes.

De la misma manera, se desarrollaron los indicadores de dicha Sub Categoría, los cuales han sido expuestos en el Anexo T.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

Se desarrolló una investigación metodológica, referenciando los tipos y diseños de estudio que se irán a mencionar en la investigación. De esta manera, se pudo clasificar y describir de forma clara los métodos del estudio científico al cual queremos llegar. Donde se determinó el tipo de enfoque en la cual se basó y el tipo de diseño que se realizó. Haciendo referencia, la cual se enfocó en los problemas del análisis del estudio dado, considerando los fines teóricos y objetivos, donde se obtuvo una metodología necesaria. De tal manera se profundiza en la investigación para que se conozca las facetas y se pueda criticar referente a la problemática como tema de investigación. Wood y Smith (2018)

##### **3.1.1. Tipo de investigación:**

La investigación se basó bajo el tipo de investigación Básica, donde Alvarez (2020), orientó el conocimiento tanto comercial como urbano, con el objetivo de aumentar el conocimiento bajo la realidad del Mercado Mayorista. Enfocándose en el fenómeno para poder comprender y amplificar en conocimiento científico.

##### **3.1.2. Diseño de investigación:**

La investigación presentó un enfoque cualitativo ya que radica en la organización de los desarrollos complejos, el tiempo y la naturaleza que intervienen en la propuesta. Con el objetivo de comunicar resultados, con la profundidad en la que la investigación lo amerita, refiriéndose a rangos investigativos y comunicativos para permitir la participación de algunos grupos sociales que se involucran en la investigación, Arribas [et al]. (2021). El diseño de investigación se orientó bajo un diseño fenomenológico, ya que se tuvo como principal objetivo explorar, describir y comprender las necesidades bajo en punto de vista de especialistas, teniendo en cuenta las experiencias en las que han obtenido con respecto al mismo fenómeno, Hernandez y Mendoza (2018).

### **3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización.**

La investigación surgió a partir de temas particulares, los cuales son descritos y desglosados con puntos concretos, que nos direccionen en el estudio de manera acertada. De esta manera se entendió mejor las definiciones plasmadas de manera organizada. Con la finalidad de ordenar dicha información de manera sutil y evidente. Según Maxwell (2019), comentó que, las categorías llegan a ser niveles en los cuales parte de un análisis en base a una problemática y sus variables. Es decir, dichas categorías permitieron poder llegar a delimitar y clasificar los temas de estudio. Por ende, se llegó a entender que las categorías y sub categorías ayudaron a orientar la investigación. Por lo cual, se presentaron las categorías con sus respectivas sub categorías en el Anexo A.

### **3.3. Escenario de estudio**

En este punto se realizó el análisis de las características físicas del contexto urbano. El escenario de estudio se emplazó en el Distrito de Sullana. Provincia Sullana y departamento de Piura, en la zona del bajo chira, con una altura de 66.51 m.s.n.m, abarcando un territorio de 1985,32 ha., conurbado por los Distrito de Marcavelica, Bellavista y Miguel Checa. En cuanto a su demanda poblacional tuvo una estimación proyectada de 243,969 habitantes para el 2030. El eje comercial más influyente en Sullana se desarrolló en las últimas tres décadas en el sector Buenos Aires según el Equipo técnico PDU (2019)

El sector Buenos Aires limita por el norte con el casco urbano antiguo de Sullana; por el sur con la zona agrícola y zona industrial; por el este con el A.H. Santa teresita y A.H. Nueve de octubre; por el oeste con: Barrio Buenos aires y A.H. El Obrero; este sector se relaciona con una de las zonas de expansión urbana en el Distrito, hacia el este y sureste. Su sistema vial se desarrolló a través de un esquema que hace parte a Av. Buenos Aires y la carretera Sullana, catalogadas como vías arteriales según el Equipo técnico PDU (2019) donde funcionan como conectores sectoriales, Distritales e Interprovinciales, marcando la relación más influyente con la provincia como de Tambogrande y Piura.

En cuanto al estado de estas vías resaltó el deterioro urbano, falta de mantenimiento, sumado a ello la posesión de comerciantes informales a través de puestos de ventas improvisados, que interrumpen la circulación del esquema vial, a estas vías, ocupadas por la informalidad se suman las vías colectoras y locales como: La transversal 2 de mayo, canal vía, calle uno, calle dos, calle tres, calle cuatro, calle cinco, calle la Puno, calle Cayetano Heredia, prolongación Av. Buenos Aires y calle sanche cerro; Otro punto que presento estas vías, es la contaminación en cuanto a los residuos sólidos que genera la actividad y quedan expuestos en ellas, a lo igual que los problemas sociales, quedando calles vulnerables en delincuencia en determinados horarios. Según la figura 1 se muestra la ubicación y localización del sector de intervención, a su vez en Figura 2 se puede visualizar la ocupación del eje vial principal de Sullana por el comercio informal.

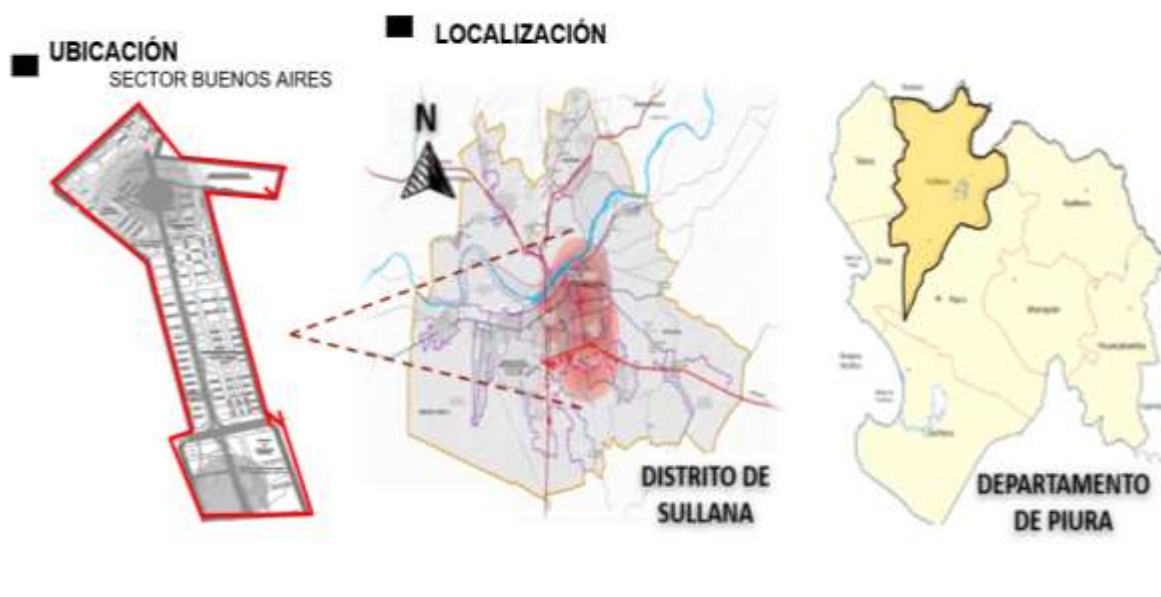


Figura 1. Ubicación del Distrito de Sullana - Sector Buenos aires.



Figura 2. Estado actual de las vías y posesión del comercio informal.

Sullana es característico por poseer un clima cálido-árido, por ello su humedad atmosférica predomina en niveles altos en todo el año. La temperatura promedio del aire es de 20.6 a 34°C, con ascendencia en los meses de verano, y desciende en otoño e invierno entre junio y noviembre. A su vez la precipitación aumenta del mes de diciembre a mayo, en relación a época del verano, esto ocasiona las crecidas de los ríos, quebradas secas y la aparición de algunos fenómenos naturales.

El sector presentó una topografía con bajo relieve, superficies planas y suaves hondonadas, considerada llana en su totalidad. También se evaluó los peligros naturales que incluyen inundaciones pluviales y sismos ubicando al sector de intervención en un nivel de peligro medio. Por otro lado, se evaluó las características físicas ambientales, en relación a la contaminación del aire dadas por la quema de hidrocarburos ilegales e informales de las zonas industriales, además de los gases y olores de desagües emitidos en la zona urbana; la contaminación del suelo generada por residuos sólidos acumulada en puntos de la ciudad, donde el sector es parte de ellos, y su mayor productor es la actividad comercial.



La figura 3 muestra la contaminación ambiental, referente a residuos sólidos producidos por el comercio informal prevaleciente de la zona y la magnitud de peligro según el estudio de suelo.

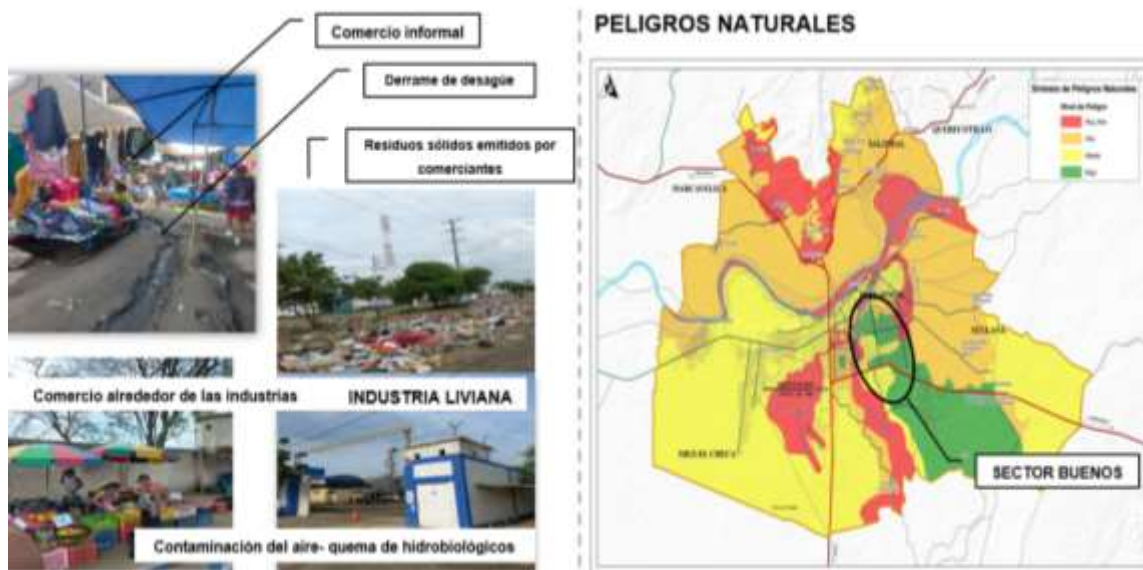


Figura 3. Condiciones físicas ambientales.

En cuanto a su morfología urbana, presentó una trama cuadriculada ortogonal, direccionada por calles lineales. Su imagen urbana, posee edificaciones con características convencionales, con niveles de hasta de 5 pisos y el material predominante es albañilería armada. De acuerdo al (Equipo técnico PDU, 2019), los usos del suelo del sector son: CE (comercio especializado), RDM (residencia media), CZ (comercio zonal), IL (industria liviana) y alterno a ellos zona agrícola de Sullana.

Con respecto a los peligros naturales, el sector de intervención se ubicó dentro de zona con nivel de peligro bajo y medio en el distrito de Sullana. De acuerdo a la Figura 4 el uso actual de suelo, va en relación a la zonificación proyectada, e incluso se logra ver como incrementa el uso comercial y las características de acuerdo a ello de la tipología de vivienda y la formación de su trama urbana.

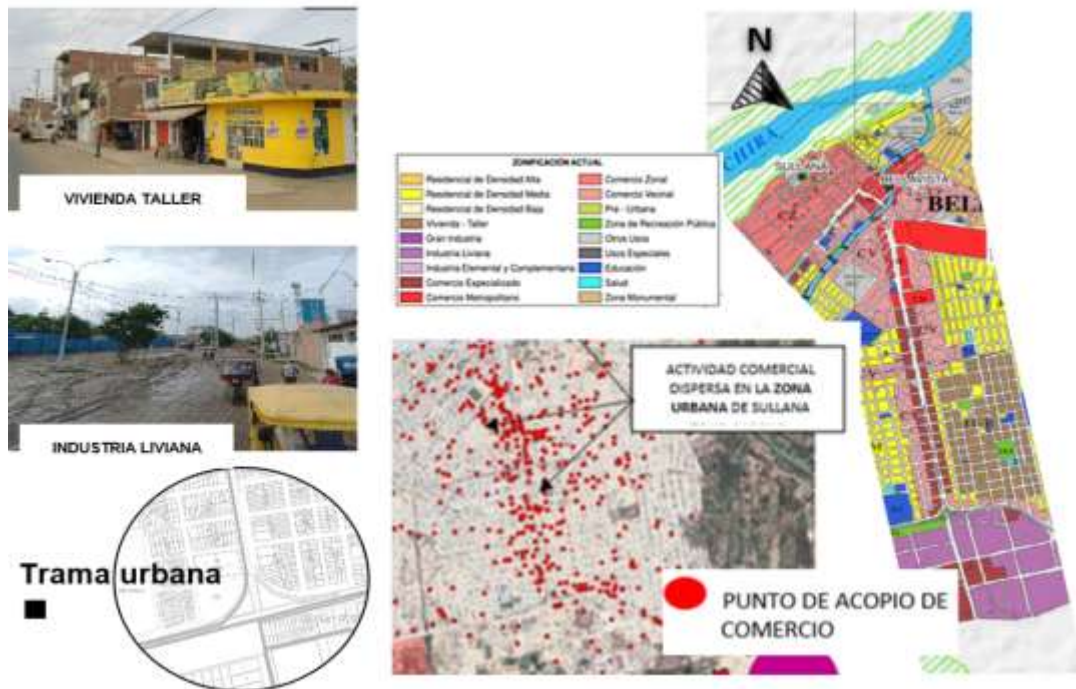


Figura 4. Uso de suelo-Tipología de vivienda

### 3.4. Participantes

La importancia de los participantes en la investigación, ayudó a la implementación de información sobre la investigación, los datos obtenidos se plantearon a través de instrumentos de análisis, tales como: entrevistas semiestructuradas, aplicada a 3 especialistas en el concepto de mercado mayorista y recuperación de espacios públicos; a su vez incluimos la participación de los ciudadanos del sector de intervención del Distrito de Sullana. Así, Ventura y Barboza (2017) mencionaron que recurrir a una muestra representativa, incluye a personas directas en relación a la investigación y a la zona de estudio, se refiere al muestreo intencional con el único fin de conocer funciones y relaciones, exige al investigador hacer equilibrio entre el vínculo de la creatividad y el rigor científico.

Para la elección población de estudio, Arias; Villasís y Miranda (2016) sostuvieron la existencia de características terminantes: la homogeneidad, se refiere a aquella población que comprendan similitud en sus actividades, necesidades y estas se relación con la investigación; la temporalidad, donde marca la elección del periodo de estudio, y la evolución de esta de acuerdo a variación del tiempo y por ultimo los limites espaciales, tomas una zona específica de acuerdo a los propósitos de la investigación.

Tabla 3. *Participantes de la investigación*

Técnica	Informante
Entrevista semi estructuradas	3 arquitectos urbanistas especialistas
Fichas de observación	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comerciantes zonales</li> <li>▪ Consumidores de la zona comercial</li> <li>▪ Habitantes de la zona de intervención</li> <li>▪ Equipamientos comerciales en el Distrito de Sullana.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

### 3.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Las distintas técnicas e instrumentos empleados en una investigación cualitativa estuvieron direccionados a estrategias, que se comprenden a través de observaciones, entrevistas, grupo focal, etc., donde se enfocan principalmente a los objetivos de la investigación, Alegre (2022); este punto genera una vista más objetiva a quién va dirigido, quién son los beneficiarios, y quienes intervienen. Se obtuvo un conocimiento científico orientado a obtener datos de medición, dichos datos nos muestran una vista más directa y real de la investigación, siendo objetivos con la percepción de información de manera directa o indirecta, obteniendo una información necesaria y completa, según lo determinaron, Hernández y Duana (2020).

En cuanto a la Técnica de entrevista, en principio, se realizó la revisión sobre el tipo de entrevista: Entrevistas en la práctica o entrevistas en lingüística; seguido la evaluación de su utilidad y dificultades, esto debe estar relacionado con la validez y confiabilidad de lo aportado, por último, se debió discutir las entrevistas antes de proyectar una conclusión. En su brevedad, la elección del tipo de entrevista debe darle al investigador respuestas claras y precisas, donde, al analizar los datos los hallazgos sean concretos para la investigación, según lo menciona Alshenqeti (2014).

Además, las entrevistas fueron debidamente estructuradas, empezando con el título de investigación, seguidamente los datos del entrevistado y por consiguiente el orden. Se desarrollaron de manera directa entre dos personas, el investigador es el entrevistador, asumiendo el rol de realizar las preguntas; el entrevistado se clasifica según la relación que lo involucra en la investigación. Los instrumentos que se usaron son: cuestionarios o test de conocimiento, que son instrumentos básicos para una rápida obtención de información directa a distintos usuarios, suelen ser un grupo de preguntas dirigido a la población de obtención rápida y accesible o a los expertos, los cuales ayudaran a tener una vista más amplia y profesional de la investigación así lo manifestó, Useche [et al]. (2019).

Por otro lado, Punit (2021) indicó que, la observación es una técnica ocupada para la recopilación de datos a través de eventos, comportamiento u observación física, desarrolladas sobre las características en su entorno, que implican inferir, observar y especular para obtener hipótesis o inferencias. La observación a elección puede ser abiertas, es decir, dentro del espacio, es de su conocimiento a los individuos que están siendo observados; encubiertas, se refiere a percibir el comportamiento natural de las personas. Los instrumentos de la observación, pueden ser: Registros temporales, aquellos que aparecen de modo temporal, como los periódicos; Registro general, donde se registran los factores, el entorno, con el objetivo de registrar la mayor cantidad de situaciones.

Tabla 4. *Correspondencia de las categorías, técnicas e instrumentos*

Categorías	Técnica	Instrumento
Mercado mayorista	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Observación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de entrevista semiestructurada</li> </ul>
Espacio publico		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de observación</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

La recolección de datos, confiabilidad y validez de análisis basados en la investigación cualitativa, marcaron una veracidad desde el principio de la recolección de la información, en el proceso deben ser anclado por técnicas y métodos que en un determinado tiempo permitan demostrar su confiabilidad y validez, sobre todo en los resultados concluyentes, Borjas (2020).

### 3.6. Procedimientos

Para estos procedimientos, Siles (2020) mencionó que, la comprensión de procesamiento de datos se interpreta como la reducción de datos cualitativos, donde abarca lo más representativo y habituales en la codificación y categorización, de estas derivan los aspectos conceptuales y físicos de la actividad con las mismas denominaciones. La categorización puede aludir a: contexto, actividades, situaciones, opiniones, comportamientos, perspectivas sobre un tema, etc. Además, se pueden establecer criterios, que van de operación o tareas, que forman el proceso de análisis básico de los trabajos cualitativos textuales (Introducción a la metodología de investigación cualitativa, 2002).

Tabla 5. *Tabla de categorías, instrumento y procedimiento*

Categorías	Instrumento	Procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Mercado Mayorista</b></li> </ul>	Guía de entrevista semiestructurada	1. Proporcionar y realizar las preguntas de manera semi estructurada
		2. Definir los especialistas a entrevistar
		3. Recolectar y ordenar la opinión
		4. Definir resultados
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Espacio publico</b></li> </ul>	Ficha de observación	1. Establecer los escenarios de estudio
		2. Identificación y clasificación de elementos
		3. Registrar e indagar datos

Fuente: elaboración propia

El procedimiento de datos incluyó la triangulación en la investigación como estrategia, mejora la credibilidad y valides de lo hallado, atenúa la disposición de **sesgo** de investigación, existen cuatro tipos de triangulación en la investigación: triangulación de investigadores, triangulación de datos, triangulación teórica y triangulación metodológica. El propósito de la triangulación es la obtención de una perspectiva abarcando el todo de la investigación, donde los múltiples datos de diferentes fuentes o investigadores llegan a una sola conclusión para su credibilidad, la credibilidad es reflejo de la realidad, lo definió, Bhandari (2023).

### **3.7. Rigor científico**

Abarcando este punto, Vasconce [et al]. (2021) mencionó que existe una discusión entre el rigor científico y la integridad de la investigación que ha ido imponiendo su importancia a lo largo de las décadas, asociados por la confiabilidad de los resultados producto del carácter metodológico y ético. La palabra “Rigo” deriva de la palabra francesa antigua “rigueur” con un significado de fuerza y dureza que se interpreta como “trabajo sólido” como resultado de una información confiable. A su vez, el rigor científico está relacionado con obtener una investigación integra, marcada por la transparencia y honestidad en la investigación

La investigación cualitativa se resolvió en base al contenido veras, que se han trabajado de manera consecutiva a lo largo del estudio de investigación, Arias y Giraldo (2012) mencionaron que, la ética y el compromiso que deben tener el investigador dentro de la investigación, debe marcar resultados válidos, objetivos y confiables versus la subjetividad, conformabilidad y transparencia que se toman los instrumentos aplicados, ya sea en trabajos de campo, análisis, muestreo, saturación teórica, entrevistas, encuestas u otros. Así mismo, Cancio y Soares (2020) señalaron que la investigación cualitativa debe marcar la transferibilidad, credibilidad, conformidad y confiabilidad catalogados como medios que garantizan el rigor científico en la investigación. Estas se fijaron desde sus inicios hasta los datos interpretados, con ellos también resalta, la importancia del investigador y su participación profunda e intensa con la investigación, donde debe evocar sus principios éticos, creatividad, capacidad crítica y reflexiva.

### **3.8. Método de análisis de la información**

Los datos dentro de la recolección de la información, definida así por los investigadores, es la parte inicial del proceso de la investigación, con ello el paso a seguir es la organización de esta. En la investigación cualitativa no se tuvo una forma estructurada o regular en la recopilación de información, en su alta demanda está basada en texto, que descienden de transcribir entrevistas, apuntes de campo, discusiones u otro. El análisis es la transformación de datos brutos dados de la evolución, reconocimiento, codificación, categorías, mapeo u otras sin haber pasado por un proceso, para ser interpretados y definir su significado en base de algo, determinado por Esubalew (2020).

Así mismo, Usuariopilot (2023) definió al análisis de datos, como el proceso que convierte datos cualitativos, estos no se miden numéricamente, estas pueden ser, entrevistas, encuestas, comentarios u otros. El autor mencionó la existencia de 5 pasos para analizar datos: definición de preguntas; recopilación de datos; categorizar y organizar datos cualitativos; identificar patrones, relaciones y temas, y por último el análisis deber ser resumido. El análisis buscó perfeccionar la comprensión de lo investigado

Para culminar, de abarcó el método de análisis de información, donde Sarduy (2007) mencionó que, estas obtuvieron respuestas en base a los objetivos a lograr, el análisis de la información, es alcanzar el plan destacado de las diferentes fuentes de información, lo cual, permite obtener el contenido sin ambigüedad, sumado a ello se incorpora la validación de fuentes, en relación al requerimiento de los usuarios, estos deben estar en relación con los objetivos de la investigación, de ese modo, resulte ser información actualizada y confiable. Los resultados conseguidos puedan ser aprovechados de manera adecuada en la toma de decisiones. A su vez el autor mencionó, la importancia de la sencillas y la precisión con la que debe ser trasmitido el análisis de información, con el fin de tolerar crítica o dudas relacionadas a la investigación.

Tabla 6. *Método de análisis de datos*

Instrumento	Métodos de análisis
Guía de entrevista semiestructurada	1. Clasificar las respuestas de los especialistas en relación al objetivo específico.
	2. Examinar las respuestas dados por los especialistas con el propósito de precisar la postura de cada uno.
	3. Reconocer la similitudes o diferencias de posición de los especialistas
	4. Definir el contenido de aporte.
Ficha de observación	1. Reconocer datos de acuerdo al formato
	2. Clasificar la información obtenida en campo.
	3. Expone la información en los resultados según el formato establecido
	4. Definir el contenido de aporte.

Fuente: elaboración propia

### **3.9. Aspectos éticos**

Los aspectos éticos marcaron la importancia en la investigación por las diversas actividades que surgen en ella, que fueron sujetas a aspectos éticos de parte los involucrados, es preciso mencionar la compatibilidad sobre los valores, ética y responsabilidad, en principio incluyendo a los investigadores, especialistas, validadores u otros. Así mismo, Inguillay, Tercero y López (2020) mencionaron sobre la ética que surgen en la actualidad, cada una distinta al ambiente cultural de la sociedad a la que pertenecen. La ética en la elaboración de trabajos de investigación debió velar por el respeto en la aplicación correcta de citación, estilos normativos, referencias, etc.

A su vez, planteó el único propósito de buscar en la investigación la veracidad, evitar la adulteración de información, el plagio o mal manejo de resultados y el uso de datos erróneos. Además, señaló la importancia que tiene la ética con la comunidad científica como impulsores del desarrollo de los aspectos éticos y morales, donde promuevan y establezcan pautas que desarrollen la cultura moral y justa, de eso modo se evitara el plagio de información.

Consiguiente al punto, toda la información de la presente investigación se desarrolló cumpliendo con las normas establecidas de la universidad de manera rigurosa y fehaciente, además cumple con seguir la estructura del proceso de investigación; en cuanto a las entrevistas realizadas a los arquitectos especialistas y las fichas de observación que se han generado de este estudio, han sido ejecutados de manera real y veras. Finalmente, la información redactada dentro de esta investigación fue tomada de libros, artículos, revistas y otros medios, para mantener la veracidad y calidad de la investigación.



#### **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Siguiendo con la estructura de los puntos de la investigación, se consideró los resultados y alcanzados a través de los instrumentos de investigación y el desglose de la discusión, con el propósito de poder comparar y mostrar las condiciones opuestas o semejantes, según sea el caso de cada objetivo de la investigación. De igual modo, enriqueceremos y ampliaremos la investigación con más conocimientos, puntualizando lo logrado, con ello se obtuvo una imagen clara de la atribución de la investigación, teniendo, además, base o referencias para posteriores investigaciones.

En el O.G., Generar estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana, los especialistas marcaron una compatibilidad en sus redacciones respecto a que, el comercio informal en los espacios públicos es un problema que estratégicamente se debe recuperar con el otorgamiento de espacios planificados de acuerdo a su necesidad poblacional, dependiendo mucho de su crecimiento en relación a la ciudad. Se marco como estrategias, en principio, la creación de un mercado mayorista en respuesta a las características de la ciudad; a su vez la repercusión de la arquitectura en los equipamientos comerciales, sobre todo en los mercados a gran escala que albergan personas a diario de manera masiva; haciendo evolutiva la participación ciudadana.

Con la ubicación y formalización de estos comerciantes los espacios públicos recuperan su valor, y con ello en conjunto se manifestó que el ordenamiento de una ciudad percibe potenciadores urbanos, que prevén la conservación y sostenibilidad de la misma. Por otro lado, Se observo la deficiencia de los equipamientos comerciales y la ocupación de los espacios públicos por el comercio informal en las fichas de observación. La falta de infraestructura marca radicalmente como esta influye en la función de una ciudad como ciudad metropolitana. Se observo que los usos no son reconocidos y utilizados como tal, y por ello surgen respuestas de propuestas de diseño arquitectónico que marcan la recuperación de la utilidad de las mismas, potenciando y ordenando así toda la plana urbana de la ciudad.

Así, Quisbert (2020) describió que el ordenamiento comercial mejora la calidad de vida de los usuarios dentro de una ciudad metropolitana, para ello esta organización se planteó a través de la creación de un mercado mayorista, que resuelve problemas de una ciudad desarrollada de manera acelerada y a gran escala, donde la informalidad comercial se apodera de los espacios públicos. La propuesta del mercado mayorista a través de su arquitectura, espacios, forma y función, como un solo conjunto persuaden en el uso y la aceptación de los usuarios, influenciando al todo de la sociedad, marcando la importancia de este para el bien común.

Por último, con lo observado e interpretado se determinó que, la estrategia principal para la recuperación de los espacios públicos en la ciudad es la implementación de un mercado mayorista, donde la arquitectura del mismo, ha sido en base a las condiciones, necesidades de la ciudad y sus usuarios. Este mercado tiene condiciones potenciadoras para la estructura urbana, recupera parte de la esencia de la ciudad, comparte vínculos sociales con espacios y usuario. Los resultados expuestos como tal, se detallaron de forma específica de acuerdo a los instrumentos utilizados, expuestos en el Anexo B, donde se desglosa la interpretación de las entrevistas tomadas a especialistas y lo observado de acuerdo a la inspección ocular realizada por los investigadores que se argumenta con fichas de observación con datos precisos y reales.

Respecto al O.E. 1, al analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista, se obtuvo según los especialistas, que conjuntamente determinaron la importancia de conocer el comportamiento y actividades de los usuarios para determinar los criterios de diseño más óptimos, se refirieron a incluir cada resultado dentro del espacio comercial, esto con el fin de crear aportes en la forma, función y espacio de la edificación. En conjunto este equipamiento debe guardar relación con el espacio urbano y de esa forma se logre el confort térmico y espacial, asegurando el bien estar y satisfacción de sus necesidades.

Como tal, Arias & Defáz (2022) recalcaron que, la forma, espacio y función del edificio comercial debe guardar relación con el entorno donde se emplace, cada determinante de contexto lograra que el edificio se integre con la estructura urbana y con las actividades de los usuarios directos.

Así mismo, Novillo Mendoza (2022), menciona que, el funcionamiento del mercado mayorista surge a partir del estudio de las necesidades de los usuarios, que comprende el estudio de cada actividad por cada tipo de usuario. A su vez, relaciono el edificio con el contexto urbano donde se emplazaba a través de elementos que le permitan ese vínculo con la naturaleza y el confort.

Por ende, se pudo sostener que los resultados respecto a las opiniones y antecedentes coinciden. Se refirieron a identificar las necesidades de los usuarios involucrados, para influenciar las mismas a los criterios del diseño arquitectónico de la edificación. También concordaron que, un edificio abarca su concepto de acuerdo a su forma, espacio y función, según el uso que se proyecta. Por último, el edificio debe involucrar las características de su entorno directo para obtener de esa forma espacios confortables. Siguiendo en esta línea, a diferencia de la opinión de dos especialistas, uno de los especialistas destacó y persuadió la integración de estrategias tecnológicas e innovadoras a emplear para el confort térmico de la edificación, estimulando a un proceso de aceptación y compatibilidad en los usuarios que va asociado bajo la ocupación de la ventilación e iluminación directa.

Según el O.E. 2, para interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista, se obtuvo bajo la experiencia de los especialistas, que estas características serán definidas a través de un diagnóstico urbano, asertivamente empatizaron con la idea de analizar el espacio donde se planea emplazar el equipamiento, para que con ello un plan de desarrollo urbano permita mantener la permeabilidad del equipamiento y proyectar la solución a futuros problemas. Este equipamiento se debe relacionar a la estructura urbana y con sus entes, como el sistema vial, zonificación, espacios público u otros para que como conjunto exploren las necesidades de los usuarios y con ello permitan la identidad de los mismo por el espacio donde se desarrollan, con el único fin de crear un sector comercial integrado a toda la ciudad.

Así mismo Ureña (2012) marco que para establecer la recuperación urbana se debe realizar en principio un análisis detallado del problema urbano. De igual modo, Quisbert (2020) se basó en el otorgamiento de solución tanto arquitectónica, como espacial en contexto de espacio urbano, en ese sentido se obtuvo el reordenamiento urbano y con ello implantar un pensamiento nuevo dentro de la social para la identidad de los involucrados con estos equipamientos comerciales.

Según Carpio y López (2019) elaboración de identificación social, y un sentimiento de apropiación urbana se vio relacionado con lugares de fluidez como son los mercados mayoristas. Con ello podemos decir que los resultados obtenidos, de especialistas y antecedentes coincidieron, establecieron una reciprocidad en que, la interpretación de las características urbanas se identifica a través de un análisis, estudio o diagnóstico urbano, promoviendo así la regeneración y conservación de esta estructura y sus componentes, como: equipamientos, sistema vial u otros.

A la vez, la influencia social de estos espacios urbanos, se logra la identidad y participación social, donde las edificaciones con su infraestructura, estado y carácter, dejan mensajes subliminares que son percibidos por el entorno directo y reciben lo que cada espacio quiere proyectar. Por otro lado, uno de los antecedentes determinó que, los espacios con mayor actividad agrupada que concentran ocupaciones diarias, determinan la apropiación de los usuarios, sean estas favorables o desfavorables, por ende, este concepto marco la relevancia del ordenamiento urbano, en cuanto a equipamiento comercial y el impacto que da como un solo todo.

Respecto al O.E. 3, comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana, según el punto de vista de los especialistas, la toma o la apropiación de los espacios públicos se debió a la falta de planificación espacial, este problema no solo por parte de las entidades gubernamentales, sino también por la falta de capacitación y orientación de los ciudadanos sobre la importancia de los espacios públicos, ya que los comerciantes solo actuaron en cuanto a sus necesidades. Además, un punto que se tomó en cuenta es la participación social, con el objetivo de vincular una relación entre el usuario y el espacio público, de esta manera el ciudadano pueda crear un instinto de cuidado y protección.

Jiménez C. y Gómez J. (2020), comentaron que la participación ciudadana trae consigo la elaboración de una capital social, es decir, poder generar una identidad entre el usuario y el proyecto. Además, Gallego Y Soares (2023), mencionaron que, al considerar la participación ciudadana, se lograría tener efectos positivos para la rehabilitación, con la mejora y óptimo mantenimiento de los espacios públicos.

Por ende, Quizhpe y Salazar (2019) comentaron que al no tener en cuenta la opinión de los usuarios y la participación ciudadana los proyectos tendrán varias deficiencias y por ende no serán factibles para la población, a la vez se le orienta al correcto uso del espacio público. Dicho esto, se consideró que las opiniones coinciden en cuanto a la participación ciudadana con el fin de obtener un proyecto factible y beneficioso para la población, donde se les capacitó a los usuarios, tanto a usuarios visitantes como usuarios comerciantes, al correcto uso de los espacios públicos. Dichas áreas se considerarán como alternativas secundarias que pueden ser educativas, recreativas o de óseo. Por otro lado, los resultados de los especialistas concordaron que la falta de planificación espacial generó la toma o la apropiación de los espacios públicos, en esta influye la falta de capacitación y participación de las entidades gubernamentales. Este resultado, no tomo compatibilidad con los antecedentes antes descritos; sin embargo, se marcó en la investigación su importancia para el desarrollo de las misma.

En el O.E. 4, generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales, se manifestó de acuerdo a los especialistas que los mercados generan una problemática urbana culminada las actividades comerciales, afectando directamente a la estructura urbana de los sectores, vías y espacios públicos donde se emplazan. Resuelven ser activos y seguros solo durante el horario de las actividades comerciales, por ello, se planteó los espacios recreativos pasivos externos en los equipamientos comerciales, como espacios externos. Los especialistas marcaron estos espacios externos para el realce del espacio público y renovación urbana, para el funcionamiento de esta destacó la importancia que tienen los ciudadanos de acuerdo a su participación, se espera generar aceptación e identidad de estos espacios.

Ureña (2012) mencionó que, para poder mantener los elementos de red social, como flujos de los usuarios con el entorno del equipamiento, se debió proyectar espacios de interacción social, las cuales pueden ser planteadas al exterior del equipamiento donde los usuarios puedan hacer uso del mismo. De la misma manera, Onesti (2017), indicó que, para una recuperación estratégica del espacio público, fue vital una propuesta de regeneración en relación a la ciudad.

Facho O. [et al]. (2021), comentó que para darle vida al espacio público se debe revitalizar las áreas sin uso, con el fin de poder complementar la satisfacción de los usuarios, estas áreas llegarían a ser las áreas exteriores del proyecto. En referencia a lo antes descrito, los resultados obtenidos en comparación con las opiniones de los expertos y antecedentes, coincidieron con el planteamiento de los espacios recreativos como parte del equipamiento comercial, expuestos a ser espacios públicos, sin restricciones de uso. Esta integración de actividades, a su vez busca el mejoramiento y revitalización de los espacios públicos del sector. Además, los usuarios puedan acceder dichos espacios, incluso en horarios no comerciales, creando una identidad y apropiación social con el lugar y sus espacios. De esta manera poder mejorar la integración del proyecto comercial con la ciudad, manteniendo las áreas externas recreativas integradas con los espacios públicos haciendo un solo esquema de acuerdo a su imagen paisajista.

En el O.E. 5, Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana, conforme a los especialistas y a la compatibilidad de sus manifestaciones, se estableció en principio que, para velar por el espacio público, estos, deben mantenerse bajo el margen de concentración en la viabilidad de su infraestructura vial; implementación de equipamientos proyectados de acuerdo a la demanda población; la ocupación de áreas públicas según su uso a través de proyectos que logren la identidad social y se asocien con la participación autónoma de ellos.

Se observo similitudes en las fichas de observación. Visualmente se determinó bajo la situación actual de los espacios públicos, donde no cumple cada espacio público con el uso que le corresponde, sobre todo el sistema vial, presentando dificultades para la circulación vehicular y peatonal. También abordo la imagen urbana del entorno inmediato donde se establecen estos espacios públicos, que carecen de un orden, estructura, perfil, afectando la imagen, salubridad y seguridad de estos espacios. Se considero factores para la recuperación de estos espacios públicos: el sistema vial, actividades predominantes, calidad de espacios, identidad social.

Así, Facho O [et al]. (2021) describieron que la problemática invasión de espacio público por la informalidad se prevé aplicando una propuesta de recuperación vial, que identifique las principales vías y conserve el esquema vial para lograr revitalizar las áreas residuales, dándole vida al espacio público. Por otro lado, En Chile, Jiménez C. y Gómez J. (2020) concentraron la recuperación de espacios públicos en la implementación de espacios de recreación pasiva o activa, que reflejen la construcción de una ciudad social, permitiendo integrar actividades sin afectar a la otra, potenciando y haciendo complejo el sector donde se emplacen. De esta forma, los resultados concurren asertivamente, con la opinión de los especialistas y los antecedentes, al mencionar la importancia de la recuperación de espacios públicos, iniciando por la infraestructura del vial, que propone establecer un esquema fluido con las vías principales y arteriales, haciendo un solo conjunto; también, su diseño espacial, accesibilidad, señalización, espacios verdes, mantenimiento u otros. Al igual concordaron que estos espacios públicos implementación de acuerdo a su ocupación, no dan cabida a la informalidad.

Así mismo compartieron la estrategia de implementar espacios recreativos pasivos o activos en áreas sin utilidad, siempre y cuando sea compatible con su uso, donde se fomente las actividades de óseo, culturales y educativas, que involucren a todos los participantes del sector. Por último, con lo observado se determinó, que parte de la recuperación de espacios públicos es el paisaje urbano, donde los ciudadanos se sienten identificados con lo que les trasmite el lugar, implementado y recuperado el sistema vial y los espacios públicos, el realce de la imagen guarda una relación directa con embellecer estos espacios, fomentando áreas verdes, equipamiento urbano, carácter a la zona, salubridad, accesibilidad, u otros, llevando a una estructura urbana sostenible.

## **V. CONCLUSIONES**

Respeto al O.G. Interpretar el aporte del mercado mayorista como solución a la recuperación de espacios públicos en el Distrito de Sullana; se interpretó que el aporte de un mercado mayorista será de gran énfasis, donde a través de una infraestructura comercial como un mercado mayorista, logrando ordenar, organizar y recuperar espacios públicos acaparados por comerciantes informales. El trabajo de la proyección conjuntamente hizo parte de soluciones tanto internas como externas; creando un edificio autónomo en mantenimiento y espacios públicos de alto interés social que difunde a su vez su valor propio dentro de la ciudad. Lo antes mencionado surgió en razón de la recuperación de los espacios públicos, atiende a los comerciantes informales, con un equipamiento que resuelve la falta de espacios.

Respecto al O.E. 1, Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir a los criterios de diseño del Mercado Mayorista; en ello, se analizó con la observación de las actividades comerciales en el sector buenos aires del Distrito de Sullana, concluyendo con la determinación de las necesidades y comportamiento de los comerciantes en sus labores diarias, con el fin de estas considerarlas en el diseño arquitectónico de la propuesta, estas necesidades deben asociarse con el confort, espacio, utilidad, identidad u otras. Donde su única finalidad fue, estimar los criterios de diseño del edificio comercial en forma, espacio y función en base a hechos reales, cotidianos e indispensable del desarrollo de cada usuario tanto directos como indirectos, de tal forma que los argumentos de incompatibilidad entre actividad, usuario y edificio, no sean persistentes, muy por el contrario, cumplan las necesidades y se obtenga la función del mismo.

Respecto al O.E 2., interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista; se interpretó estas características urbanas bajo el diagnóstico urbano que toda edificación debe tener antes de su proyección. Para ello se marcó los intereses que corresponden a hacerse propio a un espacio, donde su utilidad sea neta de su actividad y las sensaciones que trasmite deben hacer al usuario parte de él, por lo que observa y siente. De esta forma, lo antes descrito surge a partir de contrarrestar problemas urbanos a largo plazo en una ciudad que crece aceleradamente.



Respecto al O.E. 3, Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana; Se comprendió que, de acuerdo a las teorías en relación a la categoría de estudio de espacio público, la problemática fue la carencia de un estudio previo al desorden y deterioro urbano, la cual debió estar integrada en el Plan de Desarrollo Urbano de Sullana. Este se ha visto desarrollarse en el sector Este del distrito de Sullana a gran escala. Con lo antes mencionado, se argumentó bajo la falta de intervención y a la vez, la deficiente importancia que se le asumió al sector, dando a comprender la problemática existente en la localidad.

Respecto al O.E. 4, Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales; se generó espacios de actividad recreativa o cultural, ubicados a los exteriores del equipamiento como parte de espacios complementarios de la edificación comercial, como un aporte esencial para la relación del usuario ambulatorio al equipamiento; estas actividades permitirán el desarrollo o movimiento de la zona sin horario ni restricciones. Con el fin de obtener una identidad con dichos elementos urbanos, el cual logre un mantenimiento automático.

Respecto al O.E. 5, Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana, se estableció perfiles de recuperación urbana a partir de los distintos problemas que afectan al espacio público. Dicho esto, los perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos son: (1) El Sistema vial, debido a la interferencia en su esquema vial; (2) Infraestructura vial, viéndose afectada e invadida por el comercio informal; (3) Recreación pública, no ha sido considerada como un aporte urbano, y se encuentra en estado natural, siendo así un objetivo fácil de apropiación para la informalidad en la zona. Con lo antes mencionado, el motivo de establecer estos perfiles es el deterioro permanente por el desorden urbano que nace a partir de la informalidad comercial en la Av. Buenos Aires.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Según el O.G. Generar estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana, se recomienda a la Gerencia de Desarrollo Urbano e Infraestructura y al área de Sub Gerencia de Desarrollo de Obras de la Municipalidad Provincial de Sullana, plantear una propuesta de mercado mayorista para el distrito de Sullana en el sector este, la cual busque recuperar los espacios públicos invadidos por el comercio informal mediante las siguientes estrategias que involucran criterios básicos y objetivos para la propuesta de intervención. Proyectar una edificación que se mantenga a largo plazo y en conjunto con el crecimiento de la ciudad.

2. Según el O.E. 1, Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista; se recomienda en principio a los profesionales encargados del diseño del mercado mayorista contribuir con los criterios de diseño de acuerdo al estudio de las necesidades de los usuarios; se recomienda que los proyectistas guarden una especialidad en el tema. Los criterios de diseño deben estar en función a:

La función de cada espacio de venta y zonificados se proyectará según la relación de la actividad y de tipo de productos.

Atribuir patios verdes, generarlos en los centros del edificio que permitan ventilación e iluminación natural y cruzadas.

La edificación debe responder a las características del paisaje urbano y su entorno directo. Tal y como lo muestras el Anexo U y W

Los puestos deben disponer de almacenes directos

Su infraestructura permitirá la ventilación e iluminación natural de cada puesto, a través de coberturas que no obstaculizan el diseño de los espacios interiores. Como se aprecia en Anexo X, Y y H.

Se zonificará en condición a la dirección del viento y el asoleamiento para que los olores no recorran las instalaciones y se expongan directamente al exterior de la edificación, nótese en el Anexo Z.

Se generarán distintos ingresos de acuerdo a sus actividades

Trabajar coberturas tensionadas y espacios verdes para mimetizar la alta sensación térmica de calor. Tal como se muestra en el Anexo A'.

3. Según el O.E. 2, interpretarlas las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista; se recomienda a las entidades gubernamentales directas, Municipalidad Provincial de Sullana, a través de la oficina de Gerencia de Desarrollo Urbano e Infraestructura, realizar un diagnóstico urbano que nos dirija a un plan de desarrollo óptimo para conservar y mantener la estructura urbana de la ciudad. La propuesta debe abarcar: Ser un articulador en la ciudad; Tener una conexión directa con el esquema vial; Convergencia de espacios, cultura, y costumbres; Promover Infraestructura verde y ambiental; Tener una compatibilidad con el contexto urbano. Se puede observar en el Anexo B' y C' la estructura de recuperación urbana a través de un equipamiento comercial.

4. Según el O.E. 3, Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana, se recomienda a la Gerencia de Desarrollo Urbano e Infraestructura y al área de Sub Gerencia de Desarrollo de Obras de la Municipalidad Provincial de Sullana, antes de la ejecución de un proyecto, se deberán hacer énfasis en la prevención de los detonantes directos, así mismo, se recomienda, trazar un radio de influencia para mimetizar los resultados al abarcar un estudio urbano. El estudio debe comprender: Sistema vial; Condicionantes ambientales; Actividades colectivas; Uso de suelo; Equipamiento cercano, calidad de espacio, bordes y barreras. Con el Anexo E', se recomienda seguir la estructura de este diagnóstico urbano.

5. Según el O.E. 4, Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales; se recomienda direccionar la propuesta a los profesionales competentes, en cuanto a diseño de espacios, el más propio es un arquitecto especialista en espacios recreativos públicos, contribuir al entorno exterior del equipamiento, lograr la identidad del usuario ambulatorio en horarios no comerciales, generando actividad en la zona, podemos incluir plazas externas públicas, alamedas u otros que se asemejen al objetivo. En el Anexo F', se muestra espacios externos de recreación pasiva; se observa en el Anexo G' los espacios exteriores del equipamiento comercial.

6. Según el O.E. 5, Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana, se recomienda al área Sub Gerencia de Desarrollo de Obras de la Municipalidad Provincial de Sullana, incluir en su Plan de Desarrollo Urbano estrategias para potenciar, recuperar y mantener los espacios públicos. se recomienda marcar perfiles de recuperación para los siguientes puntos críticos identificados en la zona:

*Sistema vial:* En la Av. Buenos Aires, se recomienda una nueva propuesta de sección vial que involucre las actividades colectivas. Como se logra apreciar en el Anexo H'.

*Infraestructura vial:* Se recomienda la materialización en su infraestructura sea compatible con las condicionantes ambientales y tratamiento de áreas verdes dispuestas en recorridos, nótese en la Anexo I', J' y K'

*Recreación pública:* Espacio ubicado entre la Av. Buenos Aires y la Carretera Sullana-Tambogrande. Se recomienda darle ocupación de acuerdo a su uso, a través de un proyecto de tipo recreación pasiva. Este proyecto empleara técnicas autosostenibles; Actividad Colectiva; identidad con el entorno inmediato. Así como en el Anexo L'.

## REFERENCIAS

*A SOCIOTECHNICAL approach to causes of urban blight using fuzzy cognitive mapping and system dynamics.* por LOUSADA, Ana L.D. [et al.]. (Junio de 2021). *CITIES The Internathional Journal of Urban Policy and Planning* [En Línea]. Vol. 108. [Consulta: 27 de agosto de 2023] doi: 10.1016/j.cities.2020.102963 Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264275120313111?via%3Dihub>

ABOU EL-HAGGAG Mehanna, W., & ABOU EL-HAGGAG Mehanna, W. Urban renewal for traditional commercial streets at the historical centers of cities. *Alexandria Engineering Journal* [En Línea]. Vol. 58 N.º 4. (2019). [Consulta: 15 de septiembre de 2023] Disponible en doi:<https://doi.org/10.1016/j.aej.2019.09.0151110-0168>

ALEGRE Britez, M. A. Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. *Población y Desarrollo* [En Línea]. Vol. 28 N.º 54. (junio de 2022). [Consulta: 6 junio de 2023] Disponible en doi: [doi:10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.093](https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.093)

ALFIREVIĆ, Đ., & SIMONOVIĆ Alfirević, S. PARAMETERS OF SPATIAL COMFORT IN ARCHITECTURE. *Arhitektura i urbanizam* [En Línea]. Vol. 52, 33-44 pp. (junio de 2022). [Consulta: 17 de octubre de 2023] Disponible en doi: [doi:10.5937/a-u0-26940](https://doi.org/10.5937/a-u0-26940)

ALSHENQEETI, Hamza. A Interviewing as a Data Collection Method: A Critical Review. *Sciedu* [En Línea]. Vol. 3 N.º 1. (junio de 2022). [Consulta: 13 junio de 2023] Disponible en doi: [doi:10.5430/elr.v3n1p39](https://doi.org/10.5430/elr.v3n1p39)

ALVAREZ Risco, A. *Clasificación de las Investigaciones*. Universidad de Lima [En Línea]. (2020). [Consulta: 8 junio de 2023] Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>

ANALYZING causes of urban blight using cognitive mapping and DEMATEL. por PINTO, B. [et al.]. (Marzo de 2022). *Annals of Operations Research*. [En Línea]. Vol. 108. [Consulta: 2 de septiembre de 2023] doi: 10.1016/j.cities.2020.102963 Disponible en doi:<https://doi.org/10.1007/s10479-022-04614-6>

APEGO al lugar, identidad de lugar, sentido de comunidad y participación en un contexto de renovación urbana. por Vidal , Tomeu. [et al.]. *Studies in Psychology*. [En Línea]. Vol. 34 N. ° 3. (2022). [Consulta: 2 de agosto de 2023] Disponible en <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1174/021093913808295172?scroll=top&needAccess=true>

ARGENTI, Olivio, & MAROCHINO, Cecilia. *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. Roma: GESTIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y FINANZAS AGRÍCOLAS DOCUMENTO OCASIONAL. (2007) [Consulta: 10 julio de 2023] Disponible de <https://www.fao.org/3/y5401s/y5401s.pdf>

ARIAS Gómez, Juan, VILLASÍS Keever, Miguel, y MIRANDA Novales, Maria Guadalupe. El protocolo de investigación III: lapoblación de estudio. *Revista Alergia* [En Línea]. Vol. 63 N. ° 2. (junio de 2016). [Consulta: 13 junio de 2023] Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

ARIAS Valencia, Maria Mercedes y GIRALDO Mora, Clara Victoria. El rigor científico en la investigación cualitativa. *Sistema de Información Científica Redalyc* [En Línea]. Vol. 29 N. ° 3. (Diciembre de 2011). [Consulta: 8 junio de 2023] ISSN: 0120-5307 Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

ARIAS Vivero, Giusepe Santiago y DEFÁZ Guevara, Alexis Raúl. Revitalización urbana dentro del barrio Lomas de Azaya a través de la refuncionalización de la infraestructura del mercado Mayorista de la ciudad de Ibarra. Ecuador. (octubre 2022). [Consulta: 24 julio de 2023] Disponible en Obtenido de <https://dspace.pucesi.edu.ec/handle/11010/879>

BARRETO Gonzales, Juan Daniel. *Arquitectura comercial para la mejora de la imagen urbana en la zona comercial del Malecón Norte, Huaraz 2019*. Huaraz: Universidad Cesar Vallejo. [En Línea]. (2020). [Consulta: 7 julio de 2023] Disponible <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/54854>

Bhandari , Pritha. Triangulation in Research | Guide, Types, Examples. Scribbr [En Línea]. (22 de junio de 2023). [Consulta: 8 junio de 2023] Disponible en <https://www.scribbr.com/methodology/triangulation/>

BORJA, Jordi y MUXI, Zaida. Centros y Espacios Públicos como oportunidades. *Perfiles latinoamericanos* [En Línea]. N.º 19. (Diciembre de 2001). [Consulta: 17 de octubre de 2023] ISSN: 0188-7653 Disponible en Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/115/11501906.pdf>

Borjas García, Jorge Eduardo. Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque cualitativo. *Trascender, contabilidad y gestión*. [En Línea]. Vol. 5 N.º 15. (Diciembre de 2020). [Consulta: 13 junio de 2023] ISSN: 2448-6388 DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i15.90>

Disponible en Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/6679/667971056005.pdf>

BRAUN, Matías, GALLEGO, Francisco A. y SOARES, Rodrigo R. Come Out and Play: Public Space Recovery, Social Capital, and Citizen Security. IZA Institute of Labor Economic [En Línea]. (Julio de 2023). [Consulta: 27 de agosto de 2023] ISSN: 0120-5307 Disponible en <https://doi.org/10.2139/ssrn.4497049>

CARPIO Pinedo, José y Lopez Baeza, Jesús. *La producción de identidad de los nuevos desarrollos urbanos a través del place-based social big data: los crecimientos del área metropolitana de Madrid durante la burbuja inmobiliaria (1990-2012)*. *EURE Revista de Estudios Urbano Regionales* [En Línea]. Vol. 47 N.º 140. (Enero de 2021). [Consulta: 14 de septiembre de 2023] ISSN: 0120-5307 Disponible en <https://doi.org/10.7764/EURE.47.140.01>

CASTRO Garzon, Hernando, ROMERO Rincon, Yuri Yaneh y SARNIENTO Suarez, Karol Liceth. Comercio Informal en el Espacio público del barrio San Isidro en la ciudad de Villavicencio, Colombia: Formalización ¿realidad o utopía? *REVISTA GEON (Gestion, Organizaciones y Negocios)*. [En Línea]. Vol. 6 N.º 1. (junio de 2019). [Consulta: 26 de septiembre de 2023] Disponible en doi:<https://doi.org/10.22579/23463910.147>

COMMERCIAL FACILITIES AND URBAN REGENERATION por RISTEA, Ana Lucia [et al.]. (Febrero de 2010). *Amfiteatru Economic* [En Línea]. Vol. 12. N.º 27. [Consulta: 14 de septiembre de 2023] Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/46524092\\_Commercial\\_Facilities\\_and\\_Urban\\_Regeneration](https://www.researchgate.net/publication/46524092_Commercial_Facilities_and_Urban_Regeneration)

CORREA Lima, Pablo y BRAIDA, Federico. *Popular commerce and the urban landscape*. Revista Nacional de Gestion de la Ciudad. [En Línea]. Vol. 11 N. ° 82. (Abril de 2023). [Consulta: 15 de septiembre de 2023] Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/370421114\\_Popular\\_commerce\\_and\\_the\\_urban\\_landscape](https://www.researchgate.net/publication/370421114_Popular_commerce_and_the_urban_landscape)

CULCAY Cherrez, Ruben Eduardo, CHANGO Criollo, Bruce Sebastian y VANEGAS Chango, Jan Cooper. Revitalización urbano arquitectónica del Mercado Mayorista “Feria Libre” El Arenal. [En Línea]. Cuenca, Ecuador. (2023). [Consulta: 15 de octubre de 2023] Disponible en <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13318>

DUDOVSKIY, John. *Qualitative Data Analysis*. Research Methodology. [En Línea]. (2013). [Consulta: 9 junio de 2023] Obtenido de <https://research-methodology.net/research-methods/data-analysis/qualitative-data-analysis/>

EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN. [En Línea]. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2018 [Consulta: 4 de septiembre de 2023] <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

ESPACIOS de intercambio comercial en Santiago de Chile: tres maneras de aportar a la esfera pública de áreas urbanas. SCHLACK, Elke [*et al.*]. (15 de enero de 2017). *Revista de Estudios Sociales* [En Línea]. [Consulta: 20 de octubre de 2023] DOI: 10.7440/res60.2017.07 Disponible en <https://journals.openedition.org/revestudsoc/707>

ESPINOSA, Horacio, y CONTIJOCH Marta. Public Space and its Discontents. Informality and Urban Conflict. *Revista de Antropología Iberoamericana* [En Línea]. Vol. 16 N. ° 2. (Agosto de 2021). [Consulta: 27 agosto de 2023] ISSN: 16959752 Disponible en DOI: 10.11156/aibr.160203e

ESUBALEW Aman, Mezmir. *Qualitative Data Analysis: An Overview of Data Reduction, Data Display and Interpretation*. Research on Humanities and Social Sciences. [En Línea]. Vol. 10 N. ° 21. (Noviembre de 2020). [Consulta: 9 junio de 2023] ISSN (Online) 22250484 DOI: 10.7176/RHSS/10-21-02 Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>



Evaluation of Community Commercial Space Design Experience and Optimization Strategy Based on KANO Model por LINHUI HU [et al.]. (Julio de 2023). Architectural Design, Urban Science, and Real Estate [En Línea]. Vol. 13 N.º 7. [Consulta: 17 de agosto de 2023] Disponible en <https://doi.org/10.3390/buildings13071760>

FAO, & FLAMA. Los mercados mayoristas - Impactos sociales y económicos de los mercados mayoristas en los sistemas agroalimentarios urbanos. [En Línea]. N.º 3. (Diciembre de 2022). [Consulta: 9 junio de 2023] ISSN: 01205307 Disponible en <https://doi.org/10.4060/cb9941es>

“FELICIDAD” asociada al bienestar laboral: categorización de variables por JIMENEZ Sierra, Devinsó [et al.]. (Junio de 2020). Revista Venezolana de Gerencia [En Línea]. N.º 90. [Consulta: 27 de agosto de 2023] ISSN: 13159984 Disponible en [http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/5959/Felicidad\\_Asociada\\_Bienestar\\_Laboral.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/5959/Felicidad_Asociada_Bienestar_Laboral.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

FERRANDO Pérez, A. *El Mercado en la historia. ADARCH ARQUITECTURA*. [En Línea]. (2019). [Consulta: 9 junio de 2023] Disponible en <https://adarch.es/blog/el-mercado-en-la-historia/>

FLORES Lucero, Maria de Lourdes, GUEVARA Romero, Maria Lourdes, y MONTES Pesquera, Juan Carlos. Espacio público, la necesidad de la organización vecinal para recuperarlo. El caso de la colonia vecinal para recuperarlo. Revista Ciudades, estados y políticas. [En Línea]. Vol. 9 N.º 1. (Abril de 2022). [Consulta: 18 de octubre de 2023] ISSN: 23898437 Doi: 10.15446/cep Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/cep/v9n1/2389-8437-cep-9-01-35.pdf>

GARGANTINI, Daniela Mariana. Estrategias de integración urbana en contextos de informalidad y avance de la inseguridad. INVI [En Línea]. Vol. 34 N.º 97. (Diciembre de 2019). [Consulta: 27 de agosto de 2023] ISSN: 07188358 Doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582019000300105> Disponible en [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-83582019000300105&lng=en&nrm=iso&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-83582019000300105&lng=en&nrm=iso&tlng=en)

GONZÁLES Martínez, Manuel. El Contrato Atípico de Concesión de Espacio Comercial Desde las Practicas de Diferentes Comerciantes. [en lí-nea] Universidad Santo Tomás, 2023 [Consulta : 20 de octubre de 2023]. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11634/52088>

GONZALES Rivera, Alba y VANEGAS Candil, Natalia. LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DE LOS VENDEDORES AMBULANTES FRENTE AL DERECHO DE LOS CIUDADANOS AL ESPACIO PÚBLICO, DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN LA LEY 1801 DE 2016. Universidad La Gran Colombia [En Línea]. (2018). [Consulta: 27 de agosto de 2023] ISSN: 0120-5307 Disponible en <http://hdl.handle.net/11396/4683>

GONZÁLEZ Villanueva, Macarena. *NUEVOS ESPACIOS COMERCIALES URBANOS*. Universidad de Chile. [En Línea]. (2016). [Consulta: 17 de septiembre de 2023] Disponible en <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/141681/nuevos-espacios-comerciales-urbanos.pdf>

Gutierrez Lacombe, Alberto. *El comercio como elemento detonante del crecimiento urbano: el caso de la ciudad de Barranquilla*. EDUCOSTA [En Línea]. Vol. 17 N.º 1. (Marzo de 2016). [Consulta: 17 de septiembre de 2023] Disponible en [https://revistascientificas.cuc.edu.co/moduloarquitecturacuc/article/view/1533/pdf\\_82](https://revistascientificas.cuc.edu.co/moduloarquitecturacuc/article/view/1533/pdf_82)

HAM, Han, XU, Hongyi, y CHEN, Hongquan. Social commerce: A systematic review and data synthesis. *Electronic Commerce Research and Applications* [En Línea]. Vol. 30 (Agosto de 2018). [Consulta: 20 de octubre de 2023] Disponible en [doi:https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.005](https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.005)

HERNÁNDEZ Mendoza, Sandra y DUANA Avila, Danae. *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA. [En Línea]. Vol. 9 N.º 17. (Diciembre de 2020). [Consulta: 30 de agosto de 2023] ISSN: 20074913 Disponible en <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

HERNANDEZ Sampieri, Roberto, y MENDOZA Torres, Christian Paulina. *Metodología de la Investigacion: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc

GRAW\_HILL INTERAMERICANA. [En Línea]. (2018). [Consulta: 7 julio de 2023]  
ISBN: 978-1-4562-6096-5

Disponible Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>

HERNÁNDEZ, Roberto, 2022. Metodología de la investigación [En Línea]. 6ta edición. S.l: s.n. [Consulta: 20 de octubre 2023]. Disponible en: <https://www.uncuyo.edu.ar/ices/libro-metodologia-de-la-investigación-6ta-edicion>.

Holguín Reyes, Ademir. *La recuperación del espacio público como estrategia de Piura, 2017*. Universidad Cesar Vallejo. [En Línea]. (2018). [Consulta: 27 de agosto de 2023] Disponible [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11775/holguin\\_ra.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11775/holguin_ra.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Holleran, Claire. FINDING COMMERCE: THE TABERNA AND THE IDENTIFICATION OF ROMAN COMMERCIAL SPACE. *British School at Rome* [En Línea]. Vol. 85 (Mayo de 2017). [Consulta: 1 de octubre de 2023] ISSN: 0120-5307 Disponible doi:<https://doi.org/10.1017/S0068246217000010>

How to Analyse Qualitative Data: Methods, Steps, and Process. [En Línea]. Usuariopilot. (Marzo de 2019). [Consulta: 12 de junio de 2023] Disponible en <https://userpilot.com/blog/how-to-analyse-qualitative-data/>

HUAITA Alfaro, Ana Maria, QUINTERO, Maria Camila y TOMATIS, Florent. Urban Food Security: where should wholesale markets be located? *IDB Improving lives* [En Línea]. (Junio de 2023). [Consulta: 4 de septiembre de 2023] Disponible en <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/en/urban-food-security-where-should-wholesale-markets-be-located/>

INDOVINA, Francesco. Urban disorder and vitality. *City, Territory and Architecture*. [En Línea]. (Octubre 2016). [Consulta: 2 de agosto de 2023]. Disponible en doi:<https://doi.org/10.1186/s40410-016-0048-7>

INEI: Perú: Perfil Sociodemográfico. Informe Nacional. Censos nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas (Vol. I). [En Línea]. Lima, Lima, Perú. [Consulta: 8 junio de 2023]. Disponible em <https://censo2017.inei.gob.pe/>

INFORMALIDAD LABORAL PERUANA CONTINÚA AL ALZA: ¿CÓMO NOS POSICIONAMOS EN LA REGIÓN?. [En Línea]. COMEXPERU. 07 de octubre de 2022. [Consulta: 8 junio de 2023] Disponible en <https://www.comexperu.org.pe/articulo/informalidad-laboral-peruana-continua-al-alza-como-nos-posicionamos-en-la-region>

INGUILLAY Gagñay, Lisbeth Katerine, TERCERO Chicaiza, Silvia Lorena y LÓPEZ Aguirre, Jose. Ética en la investigación científica. *Revista Imaginario Social*. [En Línea]. Vol. 3 N.º 1. (Junio de 2023). [Consulta: 4 de septiembre de 2023] <https://doi.org/10.31876/is.v3i1.10> Disponible en <https://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/10>

JIMENEZ, C., & GOMEZ, J. Recovery of Public Spaces: A Comparison of Three Case Studies to Recover Public Spaces in Vulnerable Communities in Santiago, Chile. *IOP Publishing*. [En Línea]. Vol. 503 N.º 19. (2020). [Consulta: 27 de agosto de 2023] DOI 10.1088/1755-1315/503/1/012099 Disponible en <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/503/1/012099/pdf>

KAMALIPOUR, Hesam y PEIMANI, Nastaran. El rigor científico en la investigación cualitativa. *egotiating Space and Visibility: Forms of Informality in Public Space. Sustainability*. [En Línea]. Vol. 11 N.º 17. (Agosto de 2019). [Consulta: 27 de agosto de 2023] Disponible en <https://doi.org/10.3390/su11174807>

KARAKOÇ, Mesut, & SOYLEMEZ Karakoc, Büşra. Privatization of public spaces and the right to the city in the United States. *Revista de investigación social y económica de KMU (KMUSEKAD)*. [En Línea]. Vol. 25 N.º 44. (Mayo de 2023). [Consulta: 27 de agosto de 2023] Disponible en <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3033111>

Kaur, Simranpreet, y Chhabra, Chhabra. ASSESSMENT OF PUBLIC SPACE QUALITY OF DISTRICT CENTERS IN DELHI USING GOOD PUBLIC SPACE INDEX. *Journal of Visual and Performing Arts*. [En Línea]. Vol. 4 N.º 2. (Julio de 2023). [Consulta: 27 agosto de 2023] DOI: 10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.450 Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/372498960\\_ASSESSMENT\\_OF\\_PUBLI](https://www.researchgate.net/publication/372498960_ASSESSMENT_OF_PUBLI)

## C\_SPACE\_QUALITY\_OF\_DISTRICT\_CENTERS\_IN\_DELHI\_USING\_GOOD\_PUBLIC\_SPACE\_INDEX

KOCAMAN, Ezgi, KURU , Merve, y ÇALIŞ, Gülben. Analyzing and modeling thermal complaints in a commercial building in France. *Sciendo*. [En Línea]. Vol. 13 N.º 1. (Julio de 2021). [Consulta: 5 de octubre de 2023] <https://doi.org/10.2478/otmcj-2020-0017> Disponible en <https://sciendo.com/article/10.2478/otmcj-2020-0017>

KWON, Minyoung., REMØY, Hilde, & VAN DEN DOBBELSTE, Andy. User-focused office renovation: a review into user satisfaction and the potential for improvement. *Emerald insight*. [En Línea]. Vol. 37 N.º 4. (Marzo de 2019). [Consulta: 24 de julio de 2023] ISSN: 02637472 DOI 10.1108/PM-04-2018-0026 Disponible en <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/PM-04-2018-0026/full/html#ref060>

*LA COMUNICACIÓN científica en investigaciones que asumen el enfoque cualitativo: una mirada valorativa por* Arribas Llopis, Pavel Ernesto [et al.]. 2021. EduMeCentro [En Línea]. Vol. 13 N.º 2. (Junio de 2021). [Consulta: 9 junio de 2023] ISSN: 2077-2874. Disponible en <https://www.medigraphic.com/pdfs/edumecentro/ed-2021/ed212l.pdf>

MALIZIA, Matilde. Las manifestaciones socio-espaciales de un proceso de renovación urbana. El caso del ex Mercado de Abasto en Tucumán. *Revista de geografía Norte Grande* [En Línea]. N.º 84. (Agosto de 2021). [Consulta: 17 de Septiembre de 2023] ISSN: 07183402 Disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022023000100039>

MAXWELL, Joseph A. Diseño de investigación cualitativa. *Editorial Gedisa* [En Línea]. Vol. 12 N.º 3. (Septiembre de 2019). [Consulta: 17 de septiembre de 2023] ISBN: 978-84-17835-05-7 Disponible en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZLewDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT351&dq=dise%C3%B1o+de+investigacion+cualitativa&ots=fl8xBzl2wL&sig=30GDN6pKt04WjwrRtFAbnOF4cws#v=onepage&q&f=false>

MITRAŠINOVIĆ, Miodrag; MEHTA, Vikas. (ed.). *Public space Reader*. Routledge [En Línea]. (2021) [Consulta: 17 de agosto de 2023] ISBN: 9782815385042 Disponible en

<https://books.google.es/books?id=Yy0hEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

MOATASIM, Faiza. Informality Materialised: Long-term Temporariness as a Mode of Informal Urbanism. *ANTIPODE*. [En Línea]. Vol. 51 N.º 1. (octubre de 2018). [Consulta: 24 de julio de 2023] Disponible en <https://doi.org/10.1111/anti.12434>

MUÑOZ Vanegas, Paula Camila, QUIZHPE Marin , María Augustin y SALAZAR Guaman, Ximena. Uso y percepción del espacio público, una mirada desde la población: el caso de Cuenca, Ecuador. *Revista de Urbanismo*. [En Línea]. N.º 41. (Diciembre de 2019). [Consulta: 26 de agosto de 2023] ISSN 07175051 Disponible en <https://estudiosdeadministracion.uchile.cl/index.php/RU/article/view/53536>

NANDINI, Ijjada y R. RAMESH, Nayaka. Review on properties of some thermal insulating materials providing more comfort in the building. *materialstoday: Proceedings*, [En Línea]. Vol. 58 N.º 4. (2022). [Consulta: 2 de septiembre de 2023] ISSN 2214-7853 <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2022.02.230>. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2214785322008641>

NOVILLO Mendoza, Sebastian Alonso y ARCOS Aspiazu, Ana María. *Rediseño del mercado mayorista de Loja, Ecuador*. Loja, Ecuador: UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO. [En Línea]. [Consulta: 24 de julio de 2023] Obtenido de <http://201.159.223.2/handle/123456789/3465>

ONESTI, Anna. Built environment, creativity, social art: The recovery of public space as engine of human development. *The Journal of ERSA* [En Línea]. Vol. 4 N.º 3. (Octubre de 2017). [Consulta: 24 de agosto de 2023] DOI 10.18335/region.v4i3.161 Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/320599373\\_Built\\_environment\\_creativity\\_social\\_art\\_The\\_recovery\\_of\\_public\\_space\\_as\\_engine\\_of\\_human\\_development](https://www.researchgate.net/publication/320599373_Built_environment_creativity_social_art_The_recovery_of_public_space_as_engine_of_human_development)

OURIA, Mahmoud. *Sustainable urban features and their relation with environmental satisfaction in commercial public space: an example of the Great Bazaar of Tabriz, Iran*. Tabriz, Iran: International Journal of Urban Sustainable Development. [En Línea]. Vol. 37 N.º 4. (Enero de 2019). [Consulta: 07 de julio de 2023] ISSN: 119463138 DOI 10.1080/19463138.2019.1579726 Disponible en <https://doi.org/10.1080/19463138.2019.1579726>

*PLAN de Desarrollo Urbano. 2020-2030.* [En Línea]. Municipalidad Provincial de Sullana, (2019). Municipalidad Distrital de Sullana, sullana. [Consulta: 12 de junio de 2023] Obtenido de <https://sites.google.com/vivienda.gob.pe/planes-rcc-dgprvu/pdu-sullana>

PUNIT Moris, Ekka. A review of observation method in data collection process. *IJRTI*, [En Línea]. Vol. 6 N. ° 12. (2021). [Consulta: 17 de agosto de 2023] ISSN: 24563315 DOI 10.1108/PM-04-2018-0026 Disponible en <https://www.ijrti.org/papers/IJRTI2112004.pdf>

QUECEDO, Rosario y CASTAÑO, Carlos. Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*. [En Línea]. N. ° 14. (2002). [Consulta: 1 de junio de 2023] ISSN: 11361034 DOI 10.1108/PM-04-2018-0026 Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Quisbert Lima, Dadiv Orlando. (2020). *Mercado Mayorista*. La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés. [En Línea]. (2020). [Consulta: 24 de julio de 2023] Disponible en <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/27580/PG-4459.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

RAHMAN, Camelia. *Public Space: A Social construct*. Toronto: Universidad Metropolitana de Toronto. [En Línea]. Vol. 37 N. ° 4. (Abril de 2023). [Consulta: 24 de julio de 2023] DOI: 10.13140/RG.2.2.14128.64000 Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/370549405\\_Public\\_Space\\_A\\_Social\\_Construct/citations](https://www.researchgate.net/publication/370549405_Public_Space_A_Social_Construct/citations)

RAKHMAN Mahbubur, Sidykovich y PRUS Danylo, V.. *АНАЛІЗ РИНКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ (Análisis del mercado mayorista de Ucrania)*. Kharki, Ucrania: EDITORIAL INZHEK. [En Línea]. (2020). [Consulta: 12 de septiembre de 2023] doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-154-160> Disponible en [https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020\\_7\\_0\\_154\\_160&lang=en](https://www.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_7_0_154_160&lang=en)

Recovery of residual public spaces to improve the quality of life of the inhabitants of San Borja, Lima. por FACHO [et al.]. (2021). *Journal of Physics: Conference Series* [En Línea]. [Consulta: 27 de agosto de 2023] doi:10.1088/1742-

6596/2089/1/012051 Disponible en <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/2089/1/012051/pdf>

REGENERATING Urban Spaces: A Brief Commentary on Green Infrastructures for Landscape Conservation. por BIANCONI, Fabio [et al.]. 2018. *TeMA. Journal of Land Use, Mobility and Environment* [En Línea]. Vol. 11 N. ° 1. (2018). [Consulta: 17 de octubre de 2023] ISSN: 0120-5307 Disponible en <https://doi.org/10.6092/1970-9870/5216>

RODRÍGUEZ Reyes, Maritza. *La función de los mercados mayoristas en los centros urbanos de Colombia*. (FAO, Ed.) [En Línea]. Vol. 37 N. ° 4. (2010). [Consulta: 17 de septiembre de 2023] ISBN: 9253067012, 9789253067015 Disponible en [https://books.google.com.pe/books/about/La\\_función\\_de\\_los\\_mercados\\_mayoristas\\_e.html?id=ADtPMwEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/La_función_de_los_mercados_mayoristas_e.html?id=ADtPMwEACAAJ&redir_esc=y)

ROJAS Pimentel, Rick Mifflin. Diseño de mercado minorista para mejorar la imagen urbana del pueblo joven el progreso del distrito de Carabayllo al 2021. Lima, Perú: Universidad Cesar Vallejo. [En Línea]. (2018). [Consulta: 24 de julio de 2023] Disponible en <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29597>

RUIZ Lopez, Pablo de Jesus. *Indicadores para la preservación de espacios públicos en zonas patrimoniales caso de estudio: el jardín del Carmen, Puebla*. Puebla, Mexico: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. [En Línea]. (2017). [Consulta: 25 de julio de 2023] Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12371/568>

RUPPERT, Evelyn S. RIGHTS TO PUBLIC SPACE: REGULATORY RECONFIGURATIONS OF LIBERTY. *Urban Geography*. [En Línea]. Vol. 37 N. ° 4. (Mayo de 2013). [Consulta: 2 de septiembre de 2023] DOI: 10.2747/0272-3638.27.3.273 Disponible en <https://doi.org/10.2747/0272-3638.27.3.271>

SALINAS Arreortúa, Luis. Transformación de mercados municipales de Madrid. De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. *Revista INVI*. [En Línea]. Vol. 31 N. ° 86. (Mayo de 2016). [Consulta: 17 de octubre de 2023] ISSN: 07188358 Disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582016000100007>



SANCHEZ , Maream J., FERNANDEZ , Mariela y DIAZ , Juan C. Data collection techniques and instruments: analysis and processing by the qualitative researcher. *UISRAEL*. [En Línea]. Vol. 8 N. ° 1. (Octubre de 2021). [Consulta: 10 de julio de 2023] ISSN: 26312786 DOI 10.1108/PM-04-2018-0026 Disponible en <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/PM-04-2018-0026/full/html#ref060>

SANCHEZ Martinez, Belkis, RODRIGUEZ Plasencia, Adisnay, & VILEMA Vizuete, EEIisabeth. *Caracterización de las variables para la investigación en ciencias de la salud*. Los Andes, Ecuador: Revista Univerdad y Sociedad. [En Línea]. Vol. 14 (Junio de 2022). [Consulta: 1 de junio de 2023] ISSN: 22183620 Disponible en <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2975/2930>

SARDUY Domínguez, Yanetsys. El análisis de información y las investigaciones. *Rev Cubana Salud Pública* [En Línea]. Vol. 33 N. ° 2. (2007). [Consulta: 24 de julio de 2023] Disponible en <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v33n3/spu20307.pdf>.

SERNA, Yurany Andrea. Renovación urbana y derecho a la ciudad: discursos y actores en torno a la renovación del espacio público en el centro histórico de Medellín. *Revista de Arquitectura* [En Línea]. Vol. 24 N. ° 2. (diciembre de 2022). [Consulta: 24 de julio de 2023] DOI: 10.14718/REVARQ.2022.24.3858 Disponible en <https://revistadearquitectura.ucatolica.edu.co/article/view/3858>

SILVA Cancio Velloso, Isabela y Soares Tizzoni, Janaína. CRITÉRIOS E ESTRATÉGIAS DE QUALIDADE E RIGOR NA PESQUISA. *Ciencia y enfermería* [En Línea]. Vol. 26 N. ° 28. (23 de Diciembre de 2020). [Consulta: 9 junio de 2023] ISSN: 0717-9553. Disponible en <http://dx.doi.org/10.29393/ce26-22ceis20022>.

STOJANOV, Michal. *Concentration in the European Union commercial sector*. SHS Web of Conferences [En Línea]. Vol. 176 (Septiembre de 2023). [Consulta: 24 de agosto de 2023] ISSN: 22612424 Disponible en <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317604001>

UREÑA Guachizaca, Dario Vicente. *Recuperación urbana del Espacio público del mercado gran Colombia*. Iloja, Ecuador: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL

Ecuador. [En Línea]. (2012). [Consulta: 24 de julio de 2023] Disponible en <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/570>

*Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. por USECHE, Maria Cristina [et al.]. (2019). editorial gente nueva. [En Línea]. [Consulta: 1 de junio de 2023] Disponible en <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recoleccion%20de%20datos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

VALERA , Sergi. *Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social [Study of the relationship between symbolic urban space and social identity processes]*. Revista de Psicología Social. [En Línea]. Vol. 12 N. ° 1. (enero de 1997). [Consulta: 14 de septiembre de 2023] DOI: 10.1174/021347497320892009 Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/233500234\\_Estudio\\_de\\_la\\_relacion\\_entr\\_e\\_el\\_espacio\\_simbolico\\_urbano\\_y\\_los\\_procesos\\_de\\_identidad\\_social\\_Study\\_of\\_the\\_relationship\\_between\\_symbolic\\_urban\\_space\\_and\\_social\\_identity\\_processes](https://www.researchgate.net/publication/233500234_Estudio_de_la_relacion_entr_e_el_espacio_simbolico_urbano_y_los_procesos_de_identidad_social_Study_of_the_relationship_between_symbolic_urban_space_and_social_identity_processes)

Scientific rigor and open science: ethical and methodological challenges in qualitative research. por Vasconcelos, Sonia [et al.]. Scielo in Perspective. [En Línea]. Vol. 17 N. ° 10. (Febrero de 2021). [Consulta: 2 de agosto de 2023] Disponible en <https://blog.scielo.org/en/2021/02/05/scientific-rigor-and-open-science-ethical-and-methodological-challenges-in-qualitative-research/>

VARIABLES de diseño de cubiertas ventiladas metálicas en el clima cálido húmedo por Escobar Ruiz, Violeta [et al.]. (Junio de 2023). *ACE Architecture, City and Environment* [En Línea]. Vol. 18 N. ° 52. (2018). [Consulta: 20 de octubre de 2023] ISSN: 18864805 DOI: 10.5821/ace.18.52.11811 Disponible en <http://hdl.handle.net/2117/390092>

VENTURA León, Jose Luis y BARBOZA Palomino, Miguel. El tamaño de la muestra: ¿Cuántos participantes son necesarios en estudios cualitativos? Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud [En Línea]. Vol. 28 N. ° 2. (2017). [Consulta: 24 de julio de 2023] ISSN: 02637472 DOI 10.1108/PM-04-2018-0026 Disponible en <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/26674>

WAGIH Fadel, Dina. *The Role of Sustainable Interior Design Strategies in Increasing Occupant Comfort in Commercial Spaces*. Journal of Architecture. Arts and Humanistic Science. [En Línea]. Vol. 6 N. ° 30. (Noviembre 2021). [Consulta: 27 de agosto de 2023] Disponible en 10.21608/MJAF.2020.35698.1723

Wood, P., & Smith, J. *Investigar en educacion. conceptos basicos y metodologia para desarrollar poyectos de investigacion*. NARCEA [En Línea]. Vol. 36 N. ° 1. (2018). [Consulta: 1 de junio de 2023] ISSN: 16992105 Disponible en <https://revistas.um.es/educatio/article/download/325381/227231/>

ZAMBRANO Rodríguez, Cristhian y CEDEÑO Saltos, Alison. EL DETERIORO DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL CASCO CONSOLIDADO DE LA PARROQUIA “ÁNGEL PEDRO GILER” DEL CANTON TOSAGUA. *Revista Científica y Arbitrada del Observatorio Territorial, Artes y Arquitectura: FINIBUS*. [En Línea]. Vol. 1 N. ° 2. (Diciembre de 2018). [Consulta: 26 de agosto de 2023] ISSN: 27376451 Disponible en <https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/finibus/article/view/126/245>

## ANEXOS

### Anexo A: Tabla de categorización apriorística.

Ámbito Temático	Problema General	Objetivo General	Categoría	Definición conceptual	Sub categoría	Códigos
Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana 2023	¿De qué manera el mercado mayorista podrá recuperar los espacios públicos y la imagen urbana degradada en el sector este del Distrito Sullana?	Generar estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana	Mercado Mayorista	Los mercados mayoristas son espacios que sistematizan y organizan los movimientos de bienes y productos alimenticios, a través de las distintas formas de distribución hacia la población, generando un vínculo entre la producción y circulación de los mismos. Rakhman y Prus (2020)	Espacio Comercial	C. 1: Categoría 1 S.C.1: Sub Categoría 1 S.C.2: Sub Categoría 2 S.C.3: Sub Categoría 3 I. 1: Indicador 1 I. 2: Indicador 2 I. 3: Indicador 3 I. 4: Indicador 4 I. 5: Indicador 5 I. 6: Indicador 6 I. 7: Indicador 7 I. 8: Indicador 8
					Renovación Urbana	
Equipamiento Comercial						
El Ámbito Temático busca reubicar de manera estratégica a los comerciantes informales que se han apropiado de los espacios públicos, de esta manera poder recuperar espacios públicos del distrito de Sullana.	Objetivos Específicos		Espacio Público	El espacio público es un lugar que está disponible para el uso y disfrute de todas las personas sin importar sus condiciones, es decir, un lugar donde se pueden llevar a cabo actividades sociales, culturales, recreativas y políticas, un espacio para un libre relajo, y a la vez poder aprender y divertirse satisfaciendo una de las principales necesidades de los espacios abiertos. Karakoç y Soylemez (2023).	Deterioro del espacio público	C. 2: Categoría 2 S.C.1: Sub Categoría 1 S.C.2: Sub Categoría 2 S.C.3: Sub Categoría 3 I. 1: Indicador 1 I. 2: Indicador 2 I. 3: Indicador 3 I. 4: Indicador 4 I. 5: Indicador 5 I. 6: Indicador 6 I. 7: Indicador 7 I. 8: Indicador 8 I. 9: Indicador 9
	O.E 1: Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista. O.E 2: interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista. O.E 3: Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana. O.E 4: Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales. O.E 5: Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana.	Recuperación del espacio público				
		Informalidad en el espacio público				

Tabla de operacionalización de variables o tabla de categorización

Formulación	Definición conceptual	Categoría	Sub Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos		
¿De qué manera el mercado mayorista podrá recuperar los espacios públicos y la imagen urbana degradada en el sector este del distrito de Sullana?	Plantear estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana	Mercado mayorista	Espacio Comercial	Diseño arquitectónico	<u>Instrumentos</u> -Guía de entrevista estructurada -Ficha de análisis de contenido -Ficha de observación <u>Técnicas</u> Entrevista Observación		
Hipótesis	Objetivos específicos			Equipamiento Comercial		Renovación Urbana	Confort Térmico
							Confort espacial
Hipótesis	Objetivos específicos		Equipamiento Comercial	Renovación Urbana		Relación entre el Espacio público	
		Identidad Social					
Hipótesis	Objetivos específicos	Equipamiento Comercial	Renovación Urbana	Participación Social			
				Comercio Social			
Hipótesis	Objetivos específicos	Equipamiento Comercial	Renovación Urbana	Comercio en el paisaje urbano			
				Comercio en el paisaje urbano			
El mercado mayorista debería buscar plantearse de manera estratégica, reubicando a los comerciantes informales que invaden los espacios públicos para poder darles un mejor tratamiento y la revitalizar que la estructura urbana que se merece.	-Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista - interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista. - Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana. - Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales. - Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana.	Espacios públicos	Deterioro del espacio público	Degradación del Espacio público	<u>Instrumentos</u> -Guía de entrevista estructurada -Ficha de análisis de contenido -Ficha de observación <u>Técnicas</u> Entrevista Observación		
				Causas del deterioro del espacio público			
				Deterioro urbano			
			Recuperación del espacio público	Estrategias de recuperación			
				Preservación del espacio público			
				Conservación del paisaje			
		Informalidad en el espacio público	Desorden informal				
			Comercio informal				
			Urbanismo informal				

## Anexo B: instrumento de recolección de datos

### GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Título de la Investigación: Mercado Mayorista para la Recuperación de Espacios Públicos del Distrito de Sullana.

Entrevistador (es) : Checa Correa Bernave Ismael  
De La Cruz Roa Kattia Azucena

Entrevistado : Arq. Alvarado Aldana Andy

Ocupación de entrevistado : Supervisor de obras, elaboración de expedientes técnicos para obras.

Fecha : 30.08.2023

Tiempo estimado : 30 a 40 minutos

Lugar de entrevista : Virtual

<b>Categoría de estudio 1: Mercado Mayorista</b>	
Los mercados mayoristas cumplen funciones urbanas de abastecimiento de alimentos en la ciudad, con ello influyen en el espacio urbano, relacionando la edificación a un contexto social y económico, para ello se maneja desde el interior el estado de la infraestructura y confort de la edificación hacia el exterior.	
<b>Categoría 1: Espacio comercial</b>	
<b>Sub categoría 1: Diseño arquitectónico</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Transcripción de respuestas</b>
El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?	Como arquitectos estamos formados para proyectar un espacio de acuerdo a las necesidades de los usuarios y al requerimiento de la propuesta. En el mercado N° 12 no se consideró la importancia de las actividades de los usuarios, porque, no es lo mismo proyectar un puesto de textiles con un puesto de verduras o carnes u otros, tampoco es igual definir una circulación de compras a menor escala, a un de mayor escala. La proyección de una edificación se basa en: una, respetar el RNE; dos, analizar las actividades del usuario dentro y fuera del mercado, porque al ser una edificación pública también influye velar y proyectar alternativas que potencien los exteriores, sabemos el impacto que ello tiene a sus alrededores; tres, el plus creativo que le puede agregar cada proyectista de acuerdo a su estilo, para crear sensaciones favorables para los usuarios dentro de la edificación. Por último, considero de importancia desarrollar las edificaciones a largo plazo, considerando que la ciudad crece y los equipamientos deben tener vida para ello en ese tiempo.

### Sub categoría 2: Confort térmico

La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?

Esencia de una edificación, debe cumplir con sus condiciones climáticas, no es lo mismo situar un mercado en la sierra del país a ubicarlo en el norte del país. Yo plantearía como estrategia por el tipo de clima el uso de cubiertas abiertas a gran escala, estas deberán tener la función de generarnos espacios ventilados e iluminados naturalmente, creara sensaciones agradables en los usuarios; otra estrategia es la materialización, que sea permeable con el entorno que ayude con el confort térmico, acústico, sobre todo en los mercados que abarca a una gran cantidad de personas sobre un solo espacio. La edificación debe estar orientada de acuerdo a la dirección de sus vientos y asoleamiento.

Los espacios verdes también deberían ser prioridad en los espacios comerciales, donde la ubicación de estos nos ayude a generar ventilaciones cruzadas a través de sus potentes ductos, ojo, estos espacios verdes deben ser auto mantenidos, el proyecto debe general la fuente de vitalidad para su mantenimiento. Usualmente sea de gran potencia implementar tecnología en el edificio, como paneles solares que aprovechen el clima que tenemos, esta y una de las tantas alternativas que hoy en día surgen y van evolucionando del tiempo en que vivimos.

### Sub categoría 3: Confort espacial

La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?

En principio el análisis de esta actividad y comportamiento de los usuarios nos llevaran a la proyección adecuada de estos espacios. Las características de un espacio dependen mucho de su utilidad y la diferencia entre ellas, en la arquitectura la zonificación es nuestro mejor aliado. Los espacios complementarios dentro de un mercado hacen que este potencie su función, haciendo que un espacio potencie su utilidad a través de otro. Considero que estos espacios cubren comportamiento para el potenciamiento de otros, indispensable: área de carga y descarga por zonificación: área de residuos sólidos producidos por el mercado; área de servicios, para el mantenimiento del edificio u otras.

De igual forma y con la misma importancia, la circulación es la ocupación de espacio dentro del mercado que debe cumplir con los comportamiento y actividades de los usuarios dentro del mercado. Deben ser funcionales y tener las dimensiones para proyectar cargas de compras a mayor escala y menos escala, porque el mercado mayorista cumple esas dos funciones y por último es de importancia la relación del interior con el exterior para que los usuarios cumplan con su actividad de ingresar y salir de manera rápida sin ningún problema. Esta edificación a gran escala no debe tener un solo ingreso, sus ingresos y salidas deben ser directos hacia el exterior. Así como estas, existes muchas características que debe cumplir un mercado, con un diagnóstico previo se podrá abarcar cada una de ellas.

<b>Categoría 2: Renovación urbana</b>	
<b>Sub categoría 4: Relación entre el Espacio Urbano</b>	
<p>Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serían las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?</p>	<p>Los mercados se categorizan de acuerdo a la demanda población donde se emplazan, es de conocimiento que, de acuerdo a ello, Sullana, se categoriza en la necesidad de un mercado mayorista, con funciones a gran escala. Muchos proyectistas comparten la idea de ubicar estos mercados a las afueras de la ciudad por su gran impacto, por los problemas, sobre todo viales y ambientales que atraen. En mi opinión los mercados no deben ser aislado, el impacto que estos traen debe ser estudiado y previsto con alternativas de diseño que potencien el espacio urbano. La ubicación de este mercado deberá ser compatible con el uso de suelo actual no solo de su espacio sino manejar un radio alterno a ello para prever el colapso de comercio en esa zona, todos los usos comerciales deben estar previstos. Por ello insisto en la importancia de hacer un diagnóstico urbano, con ello tendremos un estudio completo que, no solo repercutiría en el espacio urbano. Sus vías tienen que estar implementadas y relacionadas con el eje vial principal de Sullana, ya que no solo busca estar conectado a nivel interno de la ciudad sino también con los conectores externos a otros sectores de la ciudad, estos mercados equipan a nivel mayorista.</p>
<b>Sub categoría 5: identidad social</b>	
<p>La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?</p>	<p>Toda edificación debe manifestar la aceptación de la ciudad donde se emplaza y con aquello que la compone. Este vínculo surge desde la forma en el diseño, función, oferta y demanda de productos, viabilidad del proyecto. Existen teorías que marcan la importancia visual de un edificio para la aceptación de los ciudadanos, si el edificio se encuentra y mantiene óptimas condiciones, los usuarios prevén el cuidado mantenimiento de él y con ello sus alrededores, por el contrario, si este se encuentra en pésimas condiciones, atribuyen a estos malos hábitos. La identidad social tiene que ver por la cultura de cada individuo, es algo que no se puede manipular, guiar y orientar. se espera tener un buen edificio en una zona deteriorada, si se da, muy por el contrario, el emplazamiento de este intentara recuperar la zona, para ello se debe lograr primero la aceptación de los usuarios de la zona, dando un edificio de su utilidad de acuerdo a su necesidad.</p>
<b>Sub categoría 6: Participación social</b>	
<p>¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?</p>	<p>Los espacios urbanos tienen como usuarios únicos a los ciudadanos, son los que determinan las condiciones de los mismos, si ya tienen una infraestructura, su participación será favorable para su embellecimiento y mantenimiento, mucho depende el detonante visual. El ciudadano sobre los espacios urbanos tiene la función de cuidado, respeto e identidad, así la ocupación de actividades informales no serían problema una problemática diaria.</p>



<b>Categoría 3: Equipamiento comercial</b>	
<b>Sub Categoría 7: Comercio social</b>	
<p>De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?</p>	<p>Es tedioso con los equipamientos comerciales porque una de la principal búsqueda que hace cada usuario es la demanda y oferta de sus productos, en muchos casos los lugares mejores implementados suelen elevar los precios de sus productos, por la atribución que ellos hacen a su mantenimiento. El funcionamiento de comercio informal que ha permutado por muchas décadas en la AV. Buenos Aires, se ha podido confirmar que, para los usuarios tanto comerciantes como vendedores u otros, no importa las condiciones en la que se exponen los productos, sino la oferta y demanda que tengan este, esa idea errónea debe ser orientada, con el único fin de mantener el orden urbano.</p>
<p>Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?</p>	<p>Es posible lograr un punto medio donde los usuarios no sean reacios a las propuestas, donde influye tanto las autoridades y los ciudadanos, siempre los planes urbanos dependen de ambos. En mi opinión, los mercados zonales, con una propuesta dispuesta para todos, es una respuesta eficaz a la acumulación de comercio sobre un solo sector, sobre todo porque se relacionaría a la demanda poblacional de acuerdo a su crecimiento, no es posible la sustentabilidad de un mercado mayorista para toda una ciudad, menos cuando este no cumple con las necesidades tanto físicas como económicas para los habitantes que aumentan en relación al tiempo.</p>
<b>Categoría de estudio 2: Espacios público</b>	
<p>Los espacios públicos deberían ser debidamente preservados en la ciudad, estos se vienen deteriorando por los distintos factores involucrados dentro del entorno. Tienen un alto significativo en torno a su actividad de usos público, por lo cual se deben mantener, cuidar, preservar y en algunos casos, como en nuestra investigación, recuperar y mantener fuera del alcance del comercio informal. De esta manera, podemos decir que cediéndole el valor que le corresponde a dichos espacios estaríamos potenciando la estructura de la ciudad.</p>	
<b>Categoría 1: Deterioro del Espacio público</b>	
<b>Sub categoría 1: Degradación del Espacio Público</b>	
<p>Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?</p>	<p>Lógicamente la débil planificación, la escasa intervención urbana y la insuficiente participación ciudadana han dejado que aumente el comercio informal, extendiéndose a lo largo de los años, cada vez con mayor autoridad sobre estos espacios, haciendo prevalecer actividades que no le competen. Tareas de todos y sobre el margen de autoridad de los gobernantes, no solo basta con una primera intervención con intenciones de recuperar, el mantenimiento eventual y persistente de la intención, donde muestren autoridad con soluciones, como por ejemplo la respuesta de una nueva ocupación con las condiciones más óptimas para sus actividades comerciales.</p>

<b>Sub categoría 2: Causas del deterioro del Espacio Público</b>	
<p>¿Considera usted que el detonante del deterioro en los espacios públicos del sector Buenos Aires sea solo la ocupación de los comerciantes informales?</p>	<p>Los comerciantes informales son el mayor causante del deterioro en el espacio público en el sector buenos aires, sin embargo, esto ha traído más problemática como por ejemplo las vertientes de desechos sólidos diarios a lo largo de estos espacios, que en su mayoría ocupan los espacios verdes centrales de las vías públicas; la infraestructura deteriorada, la carencia de área verde, de iluminación natural o artificial disminuyen el uso y por ende el sentido de pertenencia, no presenta ninguna conservación ni mantenimiento; los problemas sociales de delincuencia y por ultimo los problemas viales como accidentes, obstrucción vehicular y conectores con el casco urbano de la ciudad.</p>
<b>Sub Categoría 3: Deterioro Urbano</b>	
<p>Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué manera la ocupación de estos espacios públicos influye en el deterioro de todo el contexto urbano de la ciudad?</p>	<p>Los comerciantes informales se adaptaron en un primer momento porque el espacio ya se encontraba en desuso, nadie invade algo que está cuidado y en uso constante. La ocupación de estos espacios públicos a lo largo del sector se han ido pluralizando, que involucra y hace perteneciente a toda la infraestructura urbana de la ciudad, esta obstrucción de vías por ejemplo no deja que su esquema vial conecte con el casco urbano, donde también prevalece el comercio, la saturación de otras vías alternas a hora punta; la concentración del comercio en un solo sector hace dificultoso la llegada para las zonas aledañas, los usos de suelo se estandarizan según la necesidad y no a la planificación, trayendo consecuencias de permeabilidad en su estructura ya que estas no se ha previsto para la concentración de estas actividad. una situación urbana no controlada, repercute en cierto tiempo en términos generales al todo de la ciudad</p>
<b>Categoría 2: Recuperación de los espacios públicos</b>	
<b>Sub Categoría 4: Estrategias de recuperación</b>	
<p>Considerando que la actividad comercial abarca un porcentaje considerado en el sector buenos aires ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?</p>	<p>Para recuperar un espacio público se debe erradicar aquello que lo deteriora, en el caso de la investigación, erradicar el comercio informal que lo ocupa, implementando un espacio que sea sostenible y en relación a la demanda de las necesidades de la ciudad y la proyección a largo plazo de este. En principio esta problemática no debería existir, se debería a través de un planeamiento urbano prever.</p> <p>La implementación de un equipamiento comercial, en este caso mercado mayorista, como tal debe brindar un espacio adecuado tanto en su ubicación y formalización de estos comerciantes informales para que así la ocupación de los espacios público merme; como estrategias urbanas la implementación de elementos verdes, mobiliario acorde a las necesidades del usuario y en relación al entorno y el mantenimiento recurrente de las áreas aportarán a la recuperación de espacios.</p>

### **Sub Categoría 5: Preservación del espacio publico**

Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades dejan calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros ¿Cómo buscaría potenciar el espacio público donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?

En principio, no podemos potenciar el espacio externo cuando la problemática radica del espacio interno, porque siempre repercutirá hacia el exterior, de acuerdo a ello y regularizada la problemática interna, creo que relacionar la actividad comercial con otras actividades, que necesariamente no deben ser comerciales que no recaigan en un horario restringido.

No olvidemos la influencia que deberían tener las autoridades para el cuidado del espacio urbano, considerando la "APLICACIÓN" de ordenanzas de sanciones a los malos ciudadanos, con ello incitar a la cultura que deber tener los ciudadanos frente a los espacios urbanos.

### **Sub Categoría 6: Conservación del paisaje urbano**

Generar espacios recreativos de óseo o culturales hacia el exterior del proyecto, integrándose con los espacios públicos de la zona ¿Lo considera usted como alternativa de conservación de estos espacios y con ello la imagen urbana del sector?

Siempre cada espacio y lo que le compone se espera tenga una relación con el entorno donde se emplaza. Considero estos espacios complementarios, mas cuando son recreativos o culturales como una buena opción para este vínculo, ahora, la forma de estos espacios debe ser de manera estratégica, por su actividad comercial, donde existe mucho movimiento, no tendría que obstaculizar, ni interponerse al ajetreo que corresponde a un mercado, mas cuando es un mercado mayorista.

El diseño de estos espacios tiene guardar la conservación del paisaje urbano para que sea aceptable con el resto de conceptos ya existente, o en todo caso si no existe un patrón característico, se le da, siempre y cuando este sea viable, reconocido y logre la identidad de los ciudadanos de la zona, tenemos que darle algo que sientan suyo.

### **Categoría 3: Informalidad en los espacios públicos**

#### **Sub Categoría 7: Desorden Urbano**

Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?

La informalidad, es un devorador urbano latente en la ciudad, aún más presente en equipamientos comerciales, ya que buscan integrarse en la principal actividad de comercialización. La propuesta de mercado mayorista, puede llegar a ser una solución al desorden urbano generado en el sector, pero lamentablemente cabe la posibilidad de que podrían ir apareciendo más comerciantes, incluso, de otros sectores que buscarían el mismo beneficio.

Esto dependería de un diagnóstico urbanos, con ello un plan de trabajo a lo que llamamos un Plan de Desarrollo Urbano, estimado a ser sostenible, a su vez el trabajo de las autoridades para ejecutar el mismo y por último la participación ciudadana. La sostenibilidad de una ciudad viene siendo desde siempre un trabajo en equipo.

### **Sub Categoría 8: Comercio informal**

El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?

Usualmente el comercio que se establece alrededor de los mercados, tiende a ser comercio informal ambulatorio de ventas menores que a gran cantidad terminan siendo un obstáculo en los espacios públicos y estableciendo una competencia desleal con el comercio formal.

Controlarlo de cierta forma es trabajo tanto de las entidades competentes de la zona como la cultura de los ciudadanos, no se puede ocupar un espacio público, porque son espacios compartidos de uso común, la interferencia de estos afectaría a un todo, se emanaría a más problemas urbanos, que como ciudadanos se deben evitar para vivir de manera ordenada y limpia; por otro lado los proyectistas, sobre todo en los espacios externos que se desean implementar podrían buscar la forma de incluir a estos de cierta forma, que hagan parte del proyecto de una manera organizada, muy por el contrario contribuyan con su actividad a estos espacios públicos, dando a la zona un carácter diferente.

### **Sub Categoría 8: Urbanismo informal**

Si la estructura urbana de las ciudades esta asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?

Como se ha comentado, los espacios públicos llegan a ser elementos vitales para la estructura de la ciudad y de la población, de este modo, dichos usuarios asumen un inadecuado sentimiento de pertenencia al no ser debidamente capacitados y desconocer la importancia que cumplen dichos elementos urbanos. A la vez, los usuarios consumidores también llegan a tener una responsabilidad dentro de dicha problemática, ya que de cierta manera apoya al comerciante en el espacio informal en el cual se encuentra. Lo cual, no solo ha generado que dicha informalidad se mantenga, sino también que siga evolucionando de manera acelerada. Por ende, las autoridades se ven en la obligación de actuar con ambos usuarios.

## GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Título de la Investigación: Mercado Mayorista para la Recuperación de Espacios Públicos del Distrito de Sullana.

Entrevistadores : Checa Correa Bernave Ismael  
De La Cruz Roa Kattia Azucena

Entrevistado : Arq. Rubén Luis Ventura Egoavil

Ocupación de entrevistado : Arquitecto urbanista, docente en la Universidad Nacional de Piura y colaborador externo en la Municipalidad Distrital 26 de octubre.

Fecha : 30.08.2023

Tiempo estimado : 40 minutos

Lugar de entrevista : Virtual

### Categoría de estudio 1: Mercado Mayorista

Los mercados mayoristas cumplen funciones urbanas de abastecimiento de alimentos en la ciudad, con ello influyen en el espacio urbano, relacionando la edificación a un contexto social y económico, para ello se maneja desde el interior el estado de la infraestructura y confort de la edificación hacia el exterior.

### Categoría 1: Espacio comercial

#### Sub categoría 1: Diseño arquitectónico

Preguntas	Transcripción de respuestas
El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?	<p>Considero que no se pudo concretar la reubicación por los siguientes factores: La falta de economía para adquirir el puesto y las facilidades para adquirir la propiedad del puesto. Por otro lado, el número de puestos en oferta no cubría el 100% de informales. Entre los factores esenciales para lograr un espacio optimo esta la posibilidad de una buena oferta de puestos que cubra al 100% de informales y que considere un posible crecimiento o expansión. Por otro lado, el sistema constructivo debe ser de bajo costo para que la oferta en precio sea asequible a los comerciantes.</p> <p>Otra percepción fue la carencia en utilidad de estos espacios, no cumplían con las funciones de acuerdo a las necesidades de los comerciantes, la distribución de puestos no era compatibles con los productos que ofrecían. Las determinantes para lograr un buen diseño es el estudio previo sobre el tema de cada espacio a proyectar, donde abarca usuario, confort, relación con el entorno, viabilidad del producto final u otra. Somos seres evolutivos que vamos desarrollándonos de acuerdo al tiempo, así que el empleo de la tecnología sobre el diseño de una edificación lograr la sostenibilidad del mismo, de repente para lograr un buen confort, permeabilidad en su infraestructura, u otros.</p>

<b>Sub categoría 2: Confort térmico</b>	
<p>La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?</p>	<p>Conocer la idiosincrasia del poblador es clave para resolver problemas espaciales, de tal manera que se puede adoptar parte de sus costumbres e introducir otras en la propuesta espacial. Como ejem. Se puede considerar como exhiben sus productos, como disponen la mercadería y que seguridad cuentan para evitar pérdidas. También debe considerarse la idiosincrasia del comprador, como, por ejemplo, limpieza del lugar y la estética de presentación en general. Por las características del clima en la ciudad, considero que la edificación debe abarcar en su diseño sistemas en favor del confort térmico y de la acústica, de total importancia el tema de los sistemas pluviales, siendo la zona propia de este tipo de clima, muchos edificios no proyectan estas características del clima, perjudicar en cierta forma para el edificio y las pérdidas de los que la componen.</p>
<b>Sub categoría 3: Confort espacial</b>	
<p>La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?</p>	<p>El conocimiento previo del funcionamiento de un mercado es esencial para resolver el problema espacial, secuencias en las especialidades, senderos aptos para circulación en masa, y que ningún puesto esté en desventaja de ser visitado. La ocupación de cada espacio debe contar con las dimensiones y el mobiliario de acuerdo a la función de su ocupación, al ser la actividad mayorista estos responderán como tal. Los espacios son percibidos por los usuarios por las sensaciones que estos otorgan, además se perciben también visualmente, así que, la influencia de textura, color, los elementos que la componen u otras son parte de lo que observa el usuario y lo trasmite a el como el concepto que le otorga aquel espacio.</p>
<b>Categoría 2: Renovación urbana</b>	
<b>Sub categoría 4: Relación entre el Espacio Urbano</b>	
<p>Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serían las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?</p>	<p>Primero una característica es la ubicación en el sector (en avenida, distancia a recorrer a pie, transporte urbano, etc.). A esto debe pensarse en el impacto vial que se generará, para dar respuestas con estacionamientos adecuados y vías a circular; Segundo, la ocupación de las actividades al rededor de esta ubicación, que actividades prevalen en el presente y que actividades se esperan para el futuro, con ello me refiero al tipo de equipamiento que se proyecta en la zona. La forma del edificio debe ser inconfundible al que denominamos el carácter formal del edificio a la esencia de un mercado mayorista.</p> <p>Un diagnostico urbanos previo nos ayudaría a definir con más profundidad las características urbanas que debe responder el edificio, es mas este diagnostico potenciara el sector porque no solo se espera rendir respuestas internas, sino también externas que abarcan la renovación urbana del sector y la ciudad.</p>

<b>Sub categoría 5: identidad social</b>	
<p>La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?</p>	<p>Si al ciudadano se le enseña la forma como comportarse en tal o cual infraestructura, este responde de acuerdo con las reglas. Por ejemplo, en los Centros Comerciales o Supermercados el comportamiento es de orden y limpieza. Es solo educación. Ellos se identifican con lo que ven, con la percepción que le da el espacio donde se encuentran, lo mismo pasa con aquellos ciudadanos que trascurren en la zona que no necesariamente hacen uso de la edificación, pero la percepción de estos espacios externos en conjunto logran que se identifiquen y se comporten.</p>
<b>Sub categoría 6: Participación social</b>	
<p>¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?</p>	<p>La única influencia que veo propia y obligatoria de los ciudadanos es que cumplan sus funciones urbanas, mantener sus espacios en óptimas condiciones, respetando sus conceptos. La intervención de los cuidamos va de acuerdo al manejo de las acciones de los recursos, en tal sentido la participación social debe y es un derecho de ciudadano.</p>
<b>Categoría: Equipamiento comercial</b>	
<b>Sub Categoría 7: Comercio social</b>	
<p>De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?</p>	<p>La causa del rechazo es que los lugares propuestos no cuentan con la infraestructura adecuada, generalmente no hay nada. Eso implica que se requiere de Inversión en los Mercados Zonales, la municipalidad debería contar con un Plan Estratégico de Implementación de Mercados Zonales y estos cumplir con su función de abastecedores sectoriales, favoreciendo a la aglomeración comercial en un solo sector, espacio, equipamiento, infraestructura. El comercio en la sociedad representa la necesidad básica del ser humano por eso se buscará los mejores abastecedores, así que estos mercados sectoriales deben exponer la producción necesaria para que los usuarios se sientan insatisfechos.</p>
<p>Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?</p>	<p>Toda buena propuesta funciona, se requiere análisis de la idiosincrasia del poblador, vías de acceso adecuadas, estacionamientos vehiculares y buena distribución comercial, generando una ARQUITECTURA FUNCIONAL Y ESTÉTICAMENTE VÁLIDO. En función a ello, es mas rentable sectorizar el comercio y potenciar cada sector a saturar una sola zona que no va a corresponder a la demanda de equipamientos comerciales y con ello todos los problemas que surgen con esta aglomeración, perjudicando toda la estructura urbana de un solo sector.</p>

<b>Categoría de estudio 2: Espacios público</b>	
<p>Los espacios públicos deberían ser debidamente preservados en la ciudad, estos se vienen deteriorando por los distintos factores involucrados dentro del entorno. Tienen un alto significativo en torno a su actividad de usos público, por lo cual se deben mantener, cuidar, preservar y en algunos casos, como en nuestra investigación, recuperar y mantener fuera del alcance del comercio informal. De esta manera, podemos decir que cediéndole el valor que le corresponde a dichos espacios estaríamos potenciando la estructura de la ciudad.</p>	
<b>Categoría 1: Deterioro del Espacio Publico</b>	
<b>Sub categoría 1: Degradación del Espacio Publico</b>	
<p>Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?</p>	<p>A los alcaldes no les gusta hacer cambios frontales, siempre están negociando y esto genera permisividad para no erradicar a los Invasores de las vías urbanas. La experiencia de alcaldes como ANDRADE en Lima en los noventa, estableció orden en el Centro Histórico de Lima, hoy Polvos Azules es una Gran infraestructura privada que mueve Millones de soles. De esta manera poder potencializar económicamente al Distrito de Sullana. la primera iniciativa es de las autoridades al proponer proyectos que potencien el espacio público, la según tarea la tienen los ciudadanos a cumplir el derecho que corresponde al comportamiento entre ellos. Ningún espacio en buenas condiciones es asechado por la informalidad.</p>
<b>Sub categoría 2: Causas del deterioro del Espacio Publico</b>	
<p>¿Considera usted que el detonante del deterioro en los espacios públicos del sector Buenos Aires sea solo la ocupación de los comerciantes informales?</p>	<p>El detonante del deterioro de los espacios públicos es tener autoridades permisivas al desorden, ya que se permite que dicho desorden se siga desarrollando, generando que el deterioro del espacio urbano persista. Sigo mencionando, nadie ocupa un espacio publico que se encuentra en las mejores condiciones, y la ciudadanía tiene una necesidad de consumo que debe satisfacer diariamente, siendo este el único medio, se ven obligados a hacer uso de estas en las condiciones que se presente.</p>
<b>Sub Categoría 3: Deterioro Urbano</b>	
<p>Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué manera la ocupación de estos espacios públicos influye en el deterioro de todo el contexto urbano de la ciudad?</p>	<p>De la forma más sencilla, "Me dejas yo estoy tranquilo en la Calle" es decir, darle la libertad a los comerciantes para que se implanten en la zona urbana destinada a otros usos porque no conocen ni han sido capacitados con el valor de cada espacio, y sobre todo de la proyección de cada uno que existe sobre un Planificación Urbana. La ocupación de estas áreas verdes deteriora el paisaje urbano, su sistema vial recibe interferencias y deja de ser un esquema, el deterioro de ambos influye también en la imagen de los equipamientos existentes en la zona, este deterioro enmarca el todo de la zona e incluso a los sectores cercanos.</p>



<b>Categoría 2: Recuperación de los espacios públicos</b>	
<b>Sub Categoría 4: Estrategias de recuperación</b>	
<p>Considerando que la actividad comercial abarca un porcentaje considerado en el sector buenos aires ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?</p>	<p>A un Plan Estratégico de recuperación de Vías Urbanas y a un Plan Estratégico de Implementación de Mercados Zonales. Primero sería estudiar el entorno, para así proponer un Plan Estratégico de recuperación de Vías Urbanas y a un Plan Estratégico de Implementación de Mercados Zonales. Esto no solo para la Avenida Buenos Aires, sino para toda la ciudad. El impacto vial siempre debe ser resuelto por la infraestructura y la cantidad de personas que se sirven y abastecen en el lugar. Por eso, la propuesta de solución, que sería el mercado, debería plantear estratégicamente los ingresos tanto vehiculares como peatonales de la propuesta, teniendo en cuenta las vidas principales que cuenta el sector, una solución sería plantear un Bypass de ingreso, con el fin de amortiguar controladamente los ingresos hacia el volumen propuesto.</p>
<b>Sub Categoría 5: Preservación del espacio publico</b>	
<p>Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades dejan calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros ¿Cómo buscaría potenciar el espacio público donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?</p>	<p>El contexto urbano, entra a tallar en esos casos, es decir los negocios que se generarán a los alrededores del mercado podrían extender su servicio hasta horarios más dinámicos, pensar en los trabajadores que salen de dar servicio después de horas normales. Otra estrategia es el tipo de servicio que pueda cubrir 24 horas como farmacias, cajeros automáticos e incluso incluir un espacio complementario en el equipamiento comercial, puede ser cultural, un espacio de capacitaciones, un sum u otros.</p>
<b>Sub Categoría 6: Conservación del paisaje urbano</b>	
<p>Generar espacios recreativos de óseo o culturales hacia el exterior del proyecto, integrándose con los espacios públicos de la zona ¿Lo considera usted como alternativa de conservación de estos espacios y con ello la imagen urbana del sector?</p>	<p>Mi experiencia urbanista, me ha respondido que Mercado debe tener la relación Madre – Hijos. Una madre hace mercado con los hijos, por lo tanto, debe haber zonas de recreación para los niños dentro del mercado como lo hacen los centros comerciales. No es incompatible la práctica de deportes en su interior o aledaño a la Mercado, igual los Centros Comerciales cuentan con Gimnasios como parte de sus servicios, sin embargo, por la actividad, considero con espacios de recreación pasiva y un sum, que de acuerdo a su uso no interfieren con la del mercado mayorista serian la mejor opción como espacios complementarios.</p>

### **Categoría 3: Informalidad en los espacios públicos**

#### **Sub Categoría 7: Desorden Urbano**

Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?

Aquí si la propuesta Arquitectónica tendrá que plantear soluciones de gran envergadura. Un Mercado mayorista debe ser del tipo Mixto, concentrar todo su potencial en los productos alimenticios, pero también tener dentro de sus instalaciones comercio complementario a ellos, como comercio especializado, Negocios Comerciales especializados, como, por ejemplo, librerías, cajeros, comedores, farmacias, etc.  
La propuesta debería ser HORIZONTAL Y VERTICAL. para poder generar mayores beneficios tanto urbano, sociales y económicos.

#### **Sub Categoría 8: Comercio informal**

El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?

Esto es más bien recomendable, es decir que el Plan Urbano debería considerar en establecer un uso de suelo Comercial a toda la influencia comercial del mercado, ambos son necesarios para brindar servicios. Categorizarlos de acuerdo a lo que ya existe y se requiere, como espacios complementarios al espacio de comercial de mayor escala. Los equipamientos especializados son la mejor opción para agregar las actividades determinadas según un estudio previo.

#### **Sub Categoría 8: Urbanismo informal**

Si la estructura urbana de las ciudades está asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?

Bueno como ya lo mencioné antes, las autoridades deben estar dispuestas a hacer cumplir con este Plan de Desarrollo., ahora este plan debe estipular todas las alternativas de solución a las problemáticas existentes y estimar aquellas que pueden surgir, la demanda poblacional y demográfica también se estima en cada proyecto. Un buen Plan de Desarrollo Urbano hace funcionar toda ciudad de manera sostenible, donde las autoridades y la participación ciudadana cumplen con los deberes que le competen a cada uno.

## GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Título de la Investigación: Mercado Mayorista para la Recuperación de Espacios Públicos del Distrito de Sullana.

Entrevistadores : Checa Correa Bernave Ismael  
De La Cruz Roa Kattia Azucena

Entrevistado : Arq. Jair León Panta

Ocupación de entrevistado : Arquitecto, Maestro en Gestión pública, Docente en la Universidad Tecnológica del Perú – Subgerente en Saneamiento Físico Legal de la Municipalidad Distrital de Castilla.

Fecha : 30.08.2023

Tiempo estimado : 20 - 30 minutos

Lugar de entrevista : Virtual

<b>Categoría de estudio 1: Mercado Mayorista</b>	
Los mercados mayoristas cumplen funciones urbanas de abastecimiento de alimentos en la ciudad, con ello influyen en el espacio urbano, relacionando la edificación a un contexto social y económico, para ello se maneja desde el interior el estado de la infraestructura y confort de la edificación hacia el exterior.	
<b>Categoría 1: Espacio comercial</b>	
<b>Sub categoría 1: Diseño arquitectónico</b>	
<b>Preguntas</b>	<b>Transcripción de respuestas</b>
El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?	<p>Considero que uno de los factores es el valor del terreno, por su desorden se desvaloriza. Por otro lado, los usos actuales no son los adecuados. Las instalaciones deben proponer las áreas correspondientes de acuerdo a cada zona y a cada puesto, como la producción es al por mayor estas deberán agregar dentro de ella almacenes así mismo cada zona contara con espacios de carga y descarga; otra determinante es los espacios recolectores de residuos sólidos.</p> <p>La distribución de la circulación en un mercado mayorista es la influencia con más carácter en el equipamiento, esta circulación debe estar bajo la normativa del RNE y cumplir con el aforo que estima, yo lo propondría como un esquema, un esquema se enlace y jerarquiza, de mayor a menos, pero dando la importancia a la llegada de cada área, así mismo esta circulación se proyecta a tener la conexión directa con las entradas y salida del equipamiento. La actividad de compra y venta en un mercado son espontaneas, rápidas accesibles.</p>

<b>Sub categoría 2: Confort térmico</b>	
<p>La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?</p>	<p>El área de un mercado debe estar preparada para albergar tanto a comerciantes como usuarios con el debido confort, y pensadas en recibir a las personas del entorno del lugar desde un radio de acción estudiado, este aforo toma cargo sobre todo en la temperatura del lugar, por ende, el confort térmico se debe estructurar bajo estrategia que sean compatibles con el tipo de clima de la zona, por ejemplo, generar ventilaciones cruzadas, aberturas en sus cubiertas.</p> <p>A mi criterio los centros verdes dentro del espacio comerciales mayoristas no funcionan, porque esos espacios se aprovecharían en otro usos, nadie mientras hace compras sobre todo a escala mayorista o de alimentos le toma importancia o necesita un lugar de óseo, al contrario se lleva un ritmo acelerado, estos espacios los propondría hacia el exterior del equipamiento frente a espacios comerciales complementarios, especializados de uso para los consumidores o incluso de los transeúntes de la zona.</p>
<b>Sub categoría 3: Confort espacial</b>	
<p>La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?</p>	<p>Una salida a las deficiencias descritas es el estudio del entorno urbano y social del sector donde se ubica dicho mercado, de esta forma conoceremos que actividades son necesarias y se podrá determinar un correcto flujo entre ellas, el carácter de cada uno, con que se asocian los usuarios en cuanto formas, colores u otras que también hacen parte del confort espacial. Las sensaciones que estos espacios generan en los usuarios.</p>
<b>Categoría 2: Renovación urbana</b>	
<b>Sub categoría 4: Relación entre el Espacio Urbano</b>	
<p>Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serían las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?</p>	<p>El área de acogida de dichos equipamientos debe ser estudiada en base al contexto y al acceso de los servicios básicos donde se debe definir un radio de estudio para determinar la característica, optaría por emplear en principio las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La densidad poblacional</li> <li>▪ El paisaje urbano como</li> <li>▪ Tipología de vivienda y uso de suelo predominante</li> <li>▪ variedad de servicios básicos y equipamientos (educativos, de salud, financieros, culturales, de esparcimiento, entre otros).</li> <li>▪ Condiciones climáticas</li> <li>▪ Estructura urbana</li> <li>▪ Zonificación</li> </ul>

<b>Sub categoría 5: identidad social</b>	
<p>La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?</p>	<p>La identidad social muestra un sentido de pertenencia que se logra con lo que se percibe, se piensa e influye sobre el sentir de cada sujeto, esto dependerá de los valores, gustos, poder adquisitivo, entre otros aspectos. En ese sentido la edificación debe lograr la identidad con su diseño, dándole el carácter propio al que mejor apego tengan e incluso mejorarlo; espacio, cubrir a través de ellos necesidades y función.</p>
<b>Sub categoría 6: Participación social</b>	
<p>¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?</p>	<p>Una ciudad bien informada sobre los problemas urbanos hace su participación en lograr el bienestar del presente y futuro, a través de acciones que involucran la solución de la problemática. El mantenimiento de estos espacios urbanos se logra identificación a los ciudadanos con las mismas, haciendo que su cuidado sea autónomo, parte de esto también con las autoridades gubernamentales que proyecten espacios para darle vida a estos espacios en atribución de los ciudadanos.</p>
<b>Categoría 3: Equipamiento comercial</b>	
<b>Sub Categoría 7: Comercio social</b>	
<p>De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?</p>	<p>La población siempre vincula un espacio de Mercado con la informalidad y el desorden, por ello es importante establecer medidas y tratamientos de espacios interiores y exteriores adecuados para que la población cambie esa percepción. Los usuarios no se identificaron con la infraestructura, espacio, diseño de estos establecimientos, muchos de ellos no cumplían con satisfacer su necesidad y además se mencionó un alto precio de adquisición del puesto y con ello las alzas en los precios de los productos haciendo que los consumidores también rechacen estos equipamientos. Las edificaciones deben presentar una estructura sostenible, que materialice de acuerdo a la necesidad y las posibilidades de acceso.</p>
<p>Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?</p>	<p>Sería una buena estrategia a plantear que funcionaría si se articulan los esfuerzos de las autoridades y de la población. Como equipamiento comercial sectorizados permitirá el ordenamiento y la organización de acuerdo a su tamaño que será suficiente porque su utilidad solo es para un determinado sector.</p>

<b>Categoría de estudio 2: Espacios público</b>	
<p>Los espacios públicos deberían ser debidamente preservados en la ciudad, estos se vienen deteriorando por los distintos factores involucrados dentro del entorno. Tienen un alto significativo en torno a su actividad de usos público, por lo cual se deben mantener, cuidar, preservar y en algunos casos, como en nuestra investigación, recuperar y mantener fuera del alcance del comercio informal. De esta manera, podemos decir que cediéndole el valor que le corresponde a dichos espacios estaríamos potenciando la estructura de la ciudad.</p>	
<b>Categoría 1: Deterioro del Espacio Publico</b>	
<b>Sub categoría 1: Degradación del Espacio Publico</b>	
<p>Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que la problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?</p>	<p>Es contextual, lamentablemente la ubicación donde funciona actualmente nunca ha sido la adecuada contextualmente hablando. No se ha previsto la acelerada demanda poblacional y territorial, nunca hubo esfuerzos por parte de las autoridades de otorgar espacios para la formalización de estas actividades, siendo el único medio comercial de productos alimentación con mayor oferta y demanda al servicio del público en general. Los ciudadanos se condicionan a la estructura urbana que se va desarrollando a lo largo del tiempo, sin embargo, como parte de la degradación. esto debería ser de mejoras no</p>
<b>Sub categoría 2: Causas del deterioro del Espacio Publico</b>	
<p>¿Considera usted que el detonante del deterioro en los espacios públicos del sector Buenos Aires sea solo la ocupación de los comerciantes informales?</p>	<p>En un buen porcentaje si, obstaculiza varios aspectos urbanos, como el desarrollo de las áreas recreativas, la revitalización de áreas verdes e incluso la mejora del estado vial. Ya que no respetan el valor urbano de los espacios de la ciudad. Esto no solo abarca el deterioro en espacio publico de acuerdo a la infraestructura sino también a la imagen urbana de estos, que se visualizan por los problemas ambientales, sociales, espaciales u otros que son parte del espacio público.</p>
<b>Sub Categoría 3: Deterioro Urbano</b>	
<p>Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué manera la ocupación de estos espacios públicos influye en el deterioro de todo el contexto urbano de la ciudad?</p>	<p>La ubicación desordenada detona todo el desorden urbano existente. Debido a la falta de control urbanos por las entidades gubernamentales, generando por consecuencia que la informalidad aumente en las vías públicas.</p>

<b>Categoría 2: Recuperación de los espacios públicos</b>	
<b>Sub Categoría 4: Estrategias de recuperación</b>	
<p>Considerando que la actividad comercial abarca un porcentaje considerado en el sector buenos aires ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?</p>	<p>Primero sería estudiar el entorno, para así proponer un Plan Estratégico de recuperación de Vías Urbanas y a un Plan Estratégico de Implementación de Mercados Zonales. Esto no solo para la Avenida Buenos Aires, sino para toda la ciudad.</p> <p>Una de las estrategias en términos después de recuperar los espacios a través de la implementación de un equipamiento comercial es darle el uso correspondiente a cada zona descolmatada, no dejar que el comercio informal vuelva hacer parte de sus usos, los espacios en óptimas condiciones no son portadores o atractivos para la informalidad.</p>
<b>Sub Categoría 5: Preservación del espacio publico</b>	
<p>Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades dejan calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros ¿Cómo buscaría potenciar el espacio público donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?</p>	<p>El manejo adecuado de espacios exteriores y de residuos sólidos es fundamental para evitar dichos inconvenientes. También es de suma importancia la relación de los espacios internos con los externos, mucha de la problemática en los espacios públicos alrededor de los mercados es producidos por los mercados, de manera que este tiene que resolver problemas internos para que no sean expuestos al exterior, por ejemplo, la cantidad de residuos sólidos que produce a diario un mercado, expuesto a los exteriores por falta de estos espacios.</p>
<b>Sub Categoría 6: Conservación del paisaje urbano</b>	
<p>Generar espacios recreativos de óseo o culturales hacia el exterior del proyecto, integrándose con los espacios públicos de la zona ¿Lo considera usted como alternativa de conservación de estos espacios y con ello la imagen urbana del sector?</p>	<p>Considero que los espacios exteriores que deben vincularse con el comercial para evitar la informalidad tienen que ser de usos recreativo.</p>
<b>Categoría 3: Informalidad en los espacios públicos</b>	
<b>Sub Categoría 7: Desorden Urbano</b>	
<p>Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?</p>	<p>No, siempre y cuando se realicen acciones para mitigar el desorden como el tratamiento adecuado de los espacios exteriores, por eso es primordial el correcto uso urbano y la intervención de las entidades involucradas. El mal manejo vial puede afectar el normal funcionamiento de un espacio público de mercado, siempre existe desorden vial en sus exteriores. Esto involucraría el estado actual de las vías, que no son nada favorables debido al mal uso urbano por el desorden actual.</p>

**Sub Categoría 8: Comercio informal**

El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?

Es porque las autoridades públicas se vinculan poco en el desarrollo ordenado de estos espacios públicos en específico. Dejando un gran vacío en las actividades de mejora urbana. Por eso la informalidad se ha ido desarrollando a mayor magnitud sin tener el más mínimo control en las actividades públicas. Cambiando nuestro punto de vista de lo que los espacios públicos y mercados con lo informalidad.

**Sub Categoría 8: Urbanismo informal**

Si la estructura urbana de las ciudades está asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?

Esto se ve muy evidente por la falta de capacitación de los ciudadanos y sobre todo de los comerciantes, los cuales son los responsables de apropiarse de distintos espacios públicos e incluso de áreas libres para sus actividades comerciales



### Ficha de observación

 <p><b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b></p>	<p><b>FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</b>  <b>ESCUELA ACADÉMICA DE PROFESIONALES DE ARQUITECTURA</b></p>	<p>Lamina: 01</p>			
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>					
Título de la investigación: <b>“Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos en el Distrito de Sullana”</b>					
Categoría: Mercado Mayorista	<b>Equipamiento urbano</b>		<b>Observador (s):</b> De La Cruz Roa Kattia Azucena Checa Correa Ismael Bernabé		
	N° de equipamiento:	Tipo:	<b>Fecha de observación:</b> 08/08/2023		
	01	Comercio zona (CZ) Fuente: según PDU-2030	<b>Hora de observación:</b> 10:00 am		
<b>Datos generales</b>					
Nombre:	Mercado Modelo Sullana	Estado de conservación:	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Objetivo específico:</b> identificar los criterios de diseño espacial y funcional que existen en la arquitectura de comercio especializado
Ubicación y localización:	Calle Carlos Ligh y Transversal Lima		Regular	<input type="checkbox"/>	
Uso actual	Comercio zona (CZ)		Malo	<input type="checkbox"/>	

## Fotografías tomadas en inspección ocular

### Ubicación y localización



Fuente: Google Maps

### Fotografía externa



### Fotografía interna




### DESCRIPCIÓN

Posee una zonificación de espacios categorizados según sus productos, de circulación horizontal sectorizada, posee la dimensión correcta para evitar aglomeración de personas, los puestos son espacios abiertos y su infraestructura es de albañilería armada, con cubierta de estructura metálica, permitiendo la ventilación e iluminación natural. Comprende dos niveles, el segundo nivel funciona como bloques alrededor de sus límites para funciones administrativas. El mercado se encuentra en buen estado de conservación, debido a al mantenimiento que se realiza a diario y funciona solo para algunos sectores del Distrito de Sullana, como lo el barrio leticia y parte del barrio buenos aires. Este equipamiento, dentro de la zona ha generado la existencia de más equipamiento comercial, volviendo lo que antes era RM (residencial media) en viviendas comercio, alrededor de sus manzanas colindando, abarcando el comercio no solo en productos alimenticios, sino también abarca farmacias, librerías, veterinarias, ferreterías, etc.

### OBSERVACIÓN

En la visita al equipamiento se observó que no cuenta con puntos de acopio de recolección de basura, lo que los comerciantes si bien es cierto velan por el mantenimiento diario del equipamiento, no aplica para los exteriores del mercado, arrojan la basura al canal vía, sección vial importante de Sullana debido al despliegue pluvial que trasciende en épocas de lluvia. Además de ello, se observó que, funciona solo por un determinado horario, de 4:00 am a 3:00 pm, consiguiente a ese horario el equipamiento se cierra dejando las secciones viales alternas solidas exponiendo la zona a problemas sociales de vandalismo y delincuencia

Ficha de observación

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>		<b>FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</b> <b>ESCUELA ACADÉMICA DE PROFESIONALES DE ARQUITECTURA</b>		Lamina: 02	
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>					
Título de la investigación: <b>“Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos en el Distrito de Sullana”</b>					
Categoría: Mercado Mayorista		<b>Equipamiento urbano</b>		<b>Observador (s):</b> De La Cruz Roa Kattia Azucena Checa Correa Ismael Bernabé	
		N° de equipamiento:	Tipo:	<b>Fecha de observación:</b> 08/08/2023	
		02	Comercio Metropolitano (CM) Fuente: según PDU-2030	<b>Hora de observación:</b> 10:25 am	
<b>Datos generales</b>					
Nombre:	Complejo comercial N° 12 Buenos Aires	Estado de conservación:	Bueno		<b>Objetivo específico:</b> identificar los criterios de diseño espacial, funcional que existen en el comercio metropolitano y el impacto en el Distrito de Sullana.
Ubicación y localización:	Calle calletano Heredia y Av. Buenos Aires.		Regular		
Uso actual	Comercio informal (CE)		Malo	<b>x</b>	

Fotografías tomadas en inspección ocular

**Ubicación y localización**



Fuente: Google Maps

**Fotografía externa**



**Fotografía interna**




**DESCRIPCIÓN**

Actualmente la utilidad del mercado como tal se desarrolla a un 30 %, se encontró puestos sin ser usados, la actividad comercial no está direccionada a cumplir con las necesidades alimenticias de la población, por el contrario, hace uso comercial de productos como: plásticos, utilería, ropa, librería, etc. Su infraestructura, tanto interna como externa carece de mantenimiento y se encuentra en muy mal estado, construida de albañilería armada. Todo el proyecto se desarrolló en un solo nivel, posee dos cubiertas curvas de estructura metálica con grandes aberturas, pese a estas grandes aberturas, no se visualiza una iluminación natural, cada puesto de venta contempla dos niveles, el primero nivel para ventas y el segundo nivel para almacén. Los espacios son iluminados con iluminación artificial, los puestos vacíos se encuentran dañados, se visualizó además que no hay una zonificación dependiendo la actividad y productos para las áreas de venta, todos los puestos poseen las mismas características, su circulación horizontal es amplia, pero pocos pobladores hacen uso de las instalaciones de este mercado.

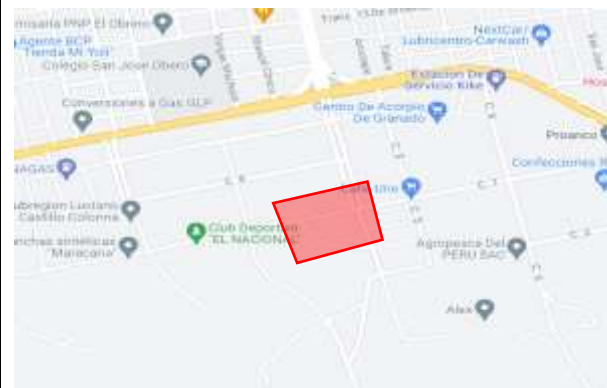
**OBSERVACIÓN**

Se observo que, no está cumpliendo con cumplir la función para la que fue construido, “mercados metropolitanos”, abastecimiento de productos alimenticios, pese a que este equipamiento fue construido con el único fin de reubicar a los comerciantes informales situados en la av. Buenos aires, este no cumplió con la necesidad de los comerciantes, donde en un 70 % no aceptaron la reubicación y siguen ocupando esta avenida, muchos de ellos invadieron en el sector este, los comerciantes prefieren vender a las afueras y al alrededor del equipamiento que hacer uso de sus instalaciones, comentaron que, las ventas nunca fueron productivas dentro de él. El deterioro de este equipamiento es notable tanto externo como interno pese a que fue construido en el 2018. El equipamiento funciona a un cierto horario, cuando no se encuentra sin utilidad, vuelve la zona un barrio peligro.

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>		<b>FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA</b> <b>ESCUELA ACADÉMICA DE PROFESIONALES DE ARQUITECTURA</b>		Lamina: 03	
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>					
Título de la investigación: <b>“Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos en el Distrito de Sullana”</b>					
Categoría: Mercado Mayorista		<b>Equipamiento urbano</b>		<b>Observador (s):</b> De La Cruz Roa Kattia Azucena Checa Correa Ismael Bernabé	
		N° de equipamiento:	Tipo:	<b>Fecha de observación:</b> 08/08/2023	
		3	Comercio Especializado (CE) Fuente: según PDU-2030	<b>Hora de observación:</b> 11:00 am	
<b>Datos generales</b>					
Nombre:	Mercado mayorista (definido por los moradores, comerciantes informales).	Estado de conservación:	Bueno		<b>Objetivo específico:</b> identificar los criterios de ocupación espacial informal dentro de las vías públicas, con ello el impacto de este mercado improvisado en el Distrito de Sullana.
Ubicación y localización:	Av. Buenos Aires, Calle uno y calle 2		Regular		
Uso actual	Comercio metropolitano (CM)		Malo	<b>x</b>	

## Fotografías tomadas en inspección ocular

### Ubicación y localización



Fuente: Google Maps

### Fotografía externa



### Fotografía externa



### DESCRIPCIÓN

Este mercado fue creado por los comerciantes informales de la Av. Buenos Aires ubicado sector norte de la zona de intervención, ocupando ahora en la av. Buenos Aires hacia el sector sur, con puestos de material rustico, muchos de ellos se encuentran ocupando la infraestructura de los equipamientos de industria liviana existentes, estos puestos ofrecen productos alimenticios, los puestos no cumplen con las características físicas de acuerdo a la venta de sus productos, no cuenta como una infraestructura que les permita el ordenamiento y los espacios complementarios necesarios para un mercado. La demanda de comerciantes ha creado nuevas invasiones de secciones viales, y espacios municipales, que actualmente en el PDU se encuentra como uso especializado, cumple con el horario de la mañana, al culminar su trabajo los comerciantes guardan sus productos, muchos de ellos se los llevan a distintos almacenes alquilados en la zona o otros dejan cuidando ya que en un lugar es abierto sin ningún tipo de control y seguridad.

### OBSERVACIÓN

En la inspección se pudo observar cómo día a día está creciendo la demanda de una infraestructura para estos comerciantes y el aumento de comercio informal a cómo va pasando el tiempo, la venta de los productos es al por mayor y menos. Esta ocupación comercial ha generado que algunos equipamientos cambien su función en uso de acuerdo a lo estipulado en el PDU, lo que antes estaba proyectado como comercio industrial, hoy se están usando por puestos de venta de productos complementarios como: venta de productos alimenticios para animales, almacenes, tiendas de gas, tiendas de granos al por mayor (arroz, maíz, etc) ferreterías, viviendas taller, etc. Como todo comercio no planificado, trae consigo problemas sociales y ambientales. Culminadas las actividades de venta se convierte en calles llenas de basura y sólidas, por lo que es común los asaltos a partir de la tarde. Por otro lado, se observó que, existe espacio para que los comerciantes se posicionen en un área considerada para comercio de acuerdo al PDU, sin embargo, prefieren invadir las calles, por la única razón de exponer primero sus productos. La venta de los productos carece de salubridad, esto a causa de la falta de servicios e infraestructura, por otro lado, estas actividades comerciales vienen deteriorando la imagen urbana de la zona.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y  
ARQUITECTURA  
ESCUELA ACADÉMICA DE  
PROFESIONALES DE  
ARQUITECTURA

Lamina:  
04

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

Título de la investigación: “**Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos en el Distrito de Sullana**”

Categoría: Mercado Mayorista	<b>Equipamiento urbano</b>		<b>Observador (s):</b> De La Cruz Roa Kattia Azucena Checa Correa Ismael Bernabé
	N° de equipamiento:	Tipo:	<b>Fecha de observación:</b> 08/08/2023
	04	Zona de Recreación Pública (ZRP) Fuente: según PDU-2030	<b>Hora de observación:</b> 11.30:00 am

Datos generales

Nombre:	Mercado de abastos (definido por comerciantes informales).	Estado de conservación:	Bueno	<b>Objetivo específico:</b> identificar los criterios de ocupación espacial informal dentro de las vías públicas, con ello el impacto de este mercado improvisado en el Distrito de Sullana.
Ubicación y localización:	Av. Buenos Aires y Carretera Tambogrande.		Regular	
Uso actual	Comercio informal		Malo	

## Fotografías tomadas en inspección ocular

### Ubicación y localización



Fuente: Google Maps

### Fotografía externa



### Fotografía externa



### DESCRIPCIÓN

Esta área recreativa se encuentra ocupada por comerciantes informales, que construyeron puestos de material rustico provisionales para poder vender sus productos, las condiciones en la que estos se exponen carecen de salubridad, al no contar con la infraestructura y servicios necesarios. La ocupación de esta área (recreación publica) por el comercio informal afecta su vía colindante como lo es la carretera Tambogrande, exponiendo problemas de accidentes vehiculares, deterioro de la imagen urbana, contaminación ambiental, etc. Muchos comerciantes toman parte de esta vía para ocupar y promocionar sus productos, el caos vehicular por la carga y descarga de estos mismos, todo ello en horario de mañana, siendo este el horario de funcionamiento.

### OBSERVACIÓN

El funcionamiento de estos mercados, depende también y tienen validación de la población que hace uso de sus instalaciones sin ningún perjuicio de sus condiciones.



## GUIA DE OBSERVACION PARA ANALIZAR EL ESTADO DE LOS ESPACIOS PUBLICOS



**TÍTULO** : MERCADO MAYORISTA PARA LA RECUPERACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS DEL DISTRITO DE SULLANA 2023.

Observador : Bernave Ismael Checa Correa, Kattia Azucena De La Cruz Roa

Categoría : Espacios Públicos

Fecha : 08/08/2023

Hora de observación : 12:00 pm

<b>DATOS GENERALES</b>			
			
<b>NOMBRE DE LA EDIFICACION:</b>		<b>PROPIETARIO ACTUAL</b>	
<b>ESPACIO PUBLICO DEL CANAL VIA</b>		PERSONA NATURAL	
<b>DIRECCIÓN:</b> Intersección entre el Canal Vía y Calle 2 de mayo,		<b>PERSONA JURIDICA</b>	<b>x</b>
<b>TIPO DE ARQUITECTURA</b>		<b>USO ACTUAL:</b>	
CIVIL PUBLICA		<b>Comercio informal</b>	
<b>CIVIL COMERCIAL</b>		<b>ESTADO DE CONSERVACION</b>	
		<b>Pésimo, condiciones precarias</b>	
CIVIL DOMESTICO			
<b>OPINION</b>			
Las condiciones del espacio público de estas vías son pésimas, debido a que el comercio informal se ha apropiado descaradamente sin ningún tipo de reparo. Generando un caos tanto vehicular como peatonal, perjudicando salvajemente la imagen urbana del sector urbano.			

Instrumento de ficha de observación

**GUÍA DE OBSERVACION PARA ANALIZAR EL ESTADO DE LOS  
ESPACIOS PÚBLICOS**

**TÍTULO** : MERCADO MAYORISTA PARA LA RECUPERACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS DEL DISTRITO DE SULLANA 2023.

**Observador** : Bernave Ismael Checa Correa y Kattia Azucena De La Cruz Roa

**Categoría** : Espacios Públicos

**Fecha** : 08/08/2023

**Hora de observación** : 12.20 pm

<b>DATOS GENERALES</b>		
		
<b>NOMBRE DE LA EDIFICACION:</b> ESPACIO PUBLICO DEL Av. Buenos Aires		<b>PROPIETARIO ACTUAL</b>
		PERSONA NATURAL
<b>DIRECCIÓN:</b> Intersección entre el Canal Vía y Calle 2 de mayo,		<b>PERSONA JURIDICA</b> <span style="float: right;"><b>x</b></span>
<b>TIPO DE ARQUITECTURA</b>		<b>USO ACTUAL:</b> Comercio informal
CIVIL PUBLICA		<b>ESTADO DE CONSERVACION</b> Pésimo, condiciones precarias
<b>CIVIL COMERCIAL</b>	<b>X</b>	
CIVIL DOMESTICO		
<b>OPINION</b> Las condiciones del espacio público de estas vías son pésimas, ya que en los puestos de venta, como comerciantes ambulantes, se han apropiado del sección Vial, por lo cual el deterioro de estos sectores urbanos son los principales afectados.		

## GUÍA DE OBSERVACION PARA ANALIZAR EL ESTADO DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS

**TÍTULO** : MERCADO MAYORISTA PARA LA RECUPERACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS DEL DISTRITO DE SULLANA 2023.

**Observador** : Bernave Ismael Checa Correa y Kattia Azucena De La Cruz Roa

**Categoría** : Espacios Públicos

**Fecha** : 09/08/2023

**Hora de observación** : 12.45 pm

<b>DATOS GENERALES</b>			
			
<b>NOMBRE DE LA EDIFICACION:</b>		<b>PROPIETARIO ACTUAL</b>	
ESPACIO PUBLICO DEL Av. Buenos Aires		PERSONA NATURAL	
<b>DIRECCIÓN:</b> Avenida Buenos Aires		<b>PERSONA JURIDICA</b>	<b>x</b>
<b>TIPO DE ARQUITECTURA</b>		<b>USO ACTUAL:</b>	
CIVIL PUBLICA		<b>Comercio informal</b>	
<b>CIVIL COMERCIAL</b>	<b>X</b>	<b>ESTADO DE CONSERVACION</b>	
CIVIL DOMESTICO		<b>Pésimo, condiciones precarias</b>	
<b>OPINION</b>			
Las condiciones del espacio público de esta vía son pésimas, ya que el comerciante informal, se desempeña en el uso inapropiado de los espacios públicos, haciendo un uso inadecuado de los mismos, generando un desorden vial en dicha Avenida.			

## **Resultados obtenidos: Entrevistas y fichas de observación**

### *Categoría de estudio 1: Mercado mayorista*

En esta categoría se definieron los criterios de diseño del mercado mayorista a través del análisis de las necesidades de los comerciantes con los aportes dados por la guía de entrevista semiestructurada a 3 arquitectos especialistas en el tema de la investigación, donde las interpretaciones de sus respuestas fueron tomadas y transmitidas en los resultados de acuerdo a sus categorías y sub categorías.

Con respecto a la C.1, se buscó definir las características que debe contener el diseño para proyectar bajo la influencia visual y formal del mercado, con el fin de lograr el equilibrio entre la función y la estética conforme al contexto urbano. Además, el diseño de estos espacios implica de primera mano la relación entre los usuarios, materialización, colores, climatización, sonidos y demás.

Teniendo en cuenta la S.C.1, se consideró la relevancia de acuerdo a la función de los espacios, de acuerdo a la distribución de espacios, categorizando cada zona según su actividad, recorridos que permitan la relación entre el interior y exterior, con ello velar por un óptimo flujo y la función en el equipamiento. De tal modo se marcó este indicador de suma importancia para la investigación.

Así mismo, la S.C. 2, se detalló en relación al estado idóneo del hombre sobre la comodidad, bienestar, salud, dependientes de factores personales como las sensaciones producidas por el sentir para la satisfacción de los usuarios. Las condiciones físicas están sujetas al confort térmico de estos espacios, estas estrategias deben estar proyectadas de acuerdo a las características del entorno donde emplace para llegar a optimizar la visita adecuada de los usuarios dentro del mercado mayorista, donde el aforo de personas es a mayor escala por el tipo de actividad que produce.

De igual manera, S.C.3, tomó en cuenta la calidad del espacio arquitectónico teniendo en cuenta las características que aplican sobre el confort espacial, como la distribución de sus áreas, usos, recorridos, tipologías, u otros. Estos espacios despiertan el interés del usuario sin ninguna distracción, con el enfoque que debe caracterizarlo de acuerdo a su actividad.

*Guía de entrevista aplicada a los arquitectos especialistas.*

*El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?*

Se interpreto la presencia de un especialista para la proyección de una edificación como indispensable, ya que por su experiencia y capacidades pueden plantear diversas propuestas en base a las necesidades de los usuarios. En el mercado N°12 no se tomaron las actividades, comportamiento, tipo de productos de los usuarios, por lo que se planteó un solo tipo de puestos para todos los vendedores y sus productos, tampoco es lo mismo definir una circulación para compras de menor escala a una que requiera un flujo mayor. La propuesta de una edificación se basa en seguir y respetar el RNE, analizar el tipo de usuario y con ellos sus actividades, tanto dentro como fuera del equipamiento. Al ser esta una edificación publica concierne plantear alternativas que potencien y protejan los exteriores del mercado para el impacto en el entorno inmediato. Del mismo modo brindar un plus creativo de acuerdo al proyectista en base a su estilo, con el cual proyecte sensaciones amigables y favorables al usuario. Finalmente, la edificación debe ser pensada en base a un plazo mayor, para así alargar su tiempo de vida útil.

Además, se consideró que la reubicación no tuvo lugar, debido a los siguientes factores: la económica para adquirir el puesto y las posibilidades para adquirir la propiedad. Por otro lado, el número de puestos en oferta no cubría el 100% de informales. Es por ello que dentro de los determinantes para lograr un espacio comercial optimo deben estar la posibilidad de cubrir el 100% de informales y que se considere un crecimiento o expansión. Además, el sistema constructivo debe ser de bajo costo para que la oferta sea asequible a los comerciantes. Otra percepción fue la carencia de utilidad de los espacios ya que no cumplían con las funciones de acuerdo a las necesidades del comerciante, mucho tiene que ver con la distribución de los puestos abarcando el confort y la relación con el entorno, a su es la vialidad del producto final.

Así mismo, se entendió que, uno de los factores es el valor del terreno, por su desorden se desvaloriza, los usos actuales no son los adecuados, estas instalaciones no propusieron las áreas correspondientes de acuerdo a la producción. En cuanto a las determinantes, se indicó que, por cada puesto corresponde la integración de almacenes; cada zona contara con espacios de carga y descarga; contar con espacios recolectores de residuos sólidos; la distribución de la circulación debe estar bajo la normativa del RNE y a la actividad comercial a gran escala, a mayorista; cumplir con el aforo que se estima y ver el aforo a futuro. También se dio a entender, la proyección de una zonificación que se integre a través de un esquema que trascienda con recorridos de mayor a menor escala, donde todos los puestos alcancen a recibir a sus usuarios correspondientes, esta circulación se proyecta a tener una conexión directa con los ingresos y salidas del equipamiento ya que la actividad de compra y venta en un mercado son espontaneas, rápidas y accesible

#### *Ficha de observación*

#### *Mercado comercial N° 12\_Buenos Aires*

El emplazamiento de la edificación se situó en una de las avenidas con más influencia comercial en el Distrito de Sullana (Av. Buenos Aires), donde se observó el mercado a un horario de 8.00 am. se apreció la escases de movimiento comercial pese al horario de la observación; no presenta espacios complementarios de acopio de basura y estacionamiento vehicular, a sus exteriores se ha formado un estacionamiento en el espacios de circulación peatonal (vereda) del mercado; los puestos no presentan las características físicas y espaciales para cada actividad, muchos de ellos no tienen utilidad, no existe un orden o una zonificación de productos; los recorridos de circulación son espacios oscuros y deteriorados.

Además, en la inspección ocular se observó cubiertas a dos aguas, sin embargo, las formas dispuestas permiten el ingreso aguas pluviales al interior del mercado en época de lluvias intensas, además obstruye el ingreso de luz natural, los comerciantes hacen uso de luz artificial en pleno horario de mañana para iluminar sus puestos.

Su perimétrica presentó un cerco perimétrico que da la sensación de barrera a través de un muro de albañilería armada, totalmente cerrado, donde el único vínculo con el espacio externo son los 4 ingreso peatonales. Es importante mencionar que el mercado no se encuentre en buen estado de conservación, sobre todo en su infraestructura abarcando un todo, tanto en espacios internos, como externos, tal y como lo demuestra la siguiente imagen:



Espacios externos e internos del Mercado comercial N° 12 \_Buenos Aires

*La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?*

Se explicó que, toda edificación deben cumplir con las condiciones climáticas del entorno, pues no es lo mismo ubicar un mercado en la sierra, como en la costa del país; partiendo de ello, se debe plantear cubiertas abiertas a gran escala, con la finalidad de lograr espacios ventilados e iluminados naturalmente, con ella la creación de sensaciones agradables en el usuario, también otra estrategia seria el uso de materiales, los cuales deben ser permeables con el entorno y que ayude con el confort térmico y acústico, ya que los mercados abarcan gran número de usuarios; y por ultimo aprovechar la dirección de los vientos y el asoleamiento. Los espacios verdes dentro y fuera deben ser también una prioridad en una edificación de este tipo, la ubicación de estas ayuda a generar ventilaciones cruzadas, estos espacios verdes deben mantenerse por sí solos.

Conocer al poblador es clave para resolver problemas espaciales, se debe marcar un espacio que se adapte a sus costumbres y actividades diarias. También debe conocerse al usuario comprador, y lograr el orden y la estética del espacio para que sea un ambiente confortable, el diseño debe abarcar sistemas en favor del confort térmico y acústico, también el sistema pluvial es importante debido a la zona, así evitaremos situaciones perjudiciales para la edificación ni para los usuarios.

El espacio de un mercado debe estar preparado para albergar no solo comerciantes sino también a los distintos usuarios con el debido confort, ya está pensado en recibir usuarios del radio de acción inmediato, este aforo toma cargo en cuanto a la temperatura del lugar por ende en el confort térmico se debe estructurar estrategias compatibles con el tipo de clima de la zona, por ejemplo, generar ventilaciones cruzadas, aberturas en sus cubiertas. A criterio, los centros verdes dentro del espacio comercial mayorista no funciona, dichos espacios sería mejor aprovechados en otros usos ya que al comparar la mayoría de personas no le prestan la debida importancia a un lugar de ocio, al contrario dentro del mercado se realizan actividades de un ritmo acelerado, los espacios de recreación pasiva serían bien propuestos en los exteriores del espacio comercial, abusos complementarios específicamente para consumidores de menor escala o incluso los transeúntes de la zona.

*La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?*

Como base se deben tomar las actividades y el comportamiento del usuario al momento de diseñar la propuesta, de esta manera será la adecuada en cuanto a espacialidad, flujos y zonificaciones. La caracterización de un espacio depende mucho de la utilidad, el mejor aliado es la zonificación, puesto que los espacios complementarios pueden potenciar la función del mismo; considero que estos espacios cubren el comportamiento de los usuarios. Por ejemplo, el área de carga y descarga por zonificación, área de residuos sólidos producidos por el mercado. Igualmente, con la misma importancia, la circulación debe acoplarse en función a las actividades y comportamientos de los usuarios.



Deben de ser funcionales y tener las dimensiones adecuadas para realizar actividades de mayor y menor escala, debido a que en el mercado incluye actividades internas como externos, y el usuario debe poder ingresar y salir de manera rápida y eficiente, las salidas deben ser directas y planteadas ya cuatro al reglamento de seguridad. Así como estas existen muchas características que mercado debe cumplir, por lo cual debe realizarse un diagnóstico previo analizando cada una de ellas.

Se debe tener un conocimiento previo del funcionamiento de un mercado para poder resolver problemas espaciales, se debe tener senderos aptos para circulación en masa y que ningún puesto quedó en desventaja de ser visitado. La ocupación de cada espacio debe tener las dimensiones y el mobiliario adecuado a la función y a la actividad el mayorista, los espacios percibidos por el usuario comprador deberán tener o brindar sensaciones agradables que sean percibidas visual y sensorial mente, que mucho tiene que ver con la influencia de los colores texturas y elementos que puedan componer arquitectónicamente el espacio de acuerdo al concepto que se quiera transmitir.

Una salida a las deficiencias descritas es el estudio del entorno urbano y social donde se ubica el mercado, de esta forma conoceremos las actividades necesarias y que se desarrollan con mayor flujo, y se podrá determinar un correcto o flujo entre ellas, el carácter de cada uno, y que se asocian los usuarios en cuanto formas, colores, también son parte del confort espacial y las sensaciones que estos espacios generan al usuario.

Un mercado mayorista dentro del margen urbano es propio en su potenciamiento como estructurador, que somete al espacio donde se emplaza y lo impulsa al desarrollo. Involucra la participación e identidad social de los ciudadanos en las tareas urbanas que le competen como poseionarios de la zona, donde a través de la identidad logran hacer suyo el lugar, y si existiera algo faltante a esta, de ser necesario una renovación urbana proyectada a la sostenibilidad con la participación de todos los entes competente. Para agregar ideas en relación e integración social y participación dentro de una renovación urbana se elaboró una guía de entrevista a lo que responden los especialistas de acuerdo a sus Categorías y Sub categorías. Teniendo en cuenta, la C.2, se relacionó con la implementación del mercado mayorista por el impacto que este ofrecería a todo el sector donde se emplaza, quien a través

de las propuestas que lo involucra es parte de una renovación urbana, la misma que involucra a identidad de los participantes del sector.

De la misma manera, la S.C.4, mostró la relación del mercado mayorista entre el espacio urbano, para ello se determinan las características urbanas que debe presentar un sector que recibe un equipamiento comercial, de potencia mayorista como lo es mercado mayorista, preguntas planteadas a los especialistas nos ayudó a indagar sobre el impacto de la misma.

A su vez, la S.C.5, nos indicó que para velar por la conservación de los espacios urbanos es indispensable que se logre la identidad social a través de vínculos que adoptan los ciudadanos, este sub categoría busca, a través de la respuesta de los especialistas, proporcionar ideas y estrategias de cómo lograrlo.

Al mismo tiempo, la S.C.6, nos dio una idea de los actos de participación de los involucrados ante el espacio público, dicha participación es un factor primordial para que la propuesta de intervención logre un impacto positivo con el entorno urbano. Los especialistas mostraron en sus respuestas una perspectiva más clara y amplia sobre dicha sub categoría.

*Guía de entrevista aplicada a los arquitectos especialistas.*

*Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serían las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?*

Los mercados quieren la categoría de acuerdo a la demanda de la población y también de acuerdo al emplazamiento, el reconocimiento que Sullana necesita un mercado mayorista con funciones de gran escala. La mayoría proyectistas compartimos la idea de ubicarlo fuera de la ciudad, debido al gran impacto que esta demanda. No sólo debe analizarse el entorno inmediato en cuanto a edificaciones, sino también debe analizarse el aspecto vial y ambiental. los mercados no deben aislarse, sino que el impacto debe ser estudiado y plantear estrategias que ayuden a potenciar el espacio urbano, el espacio público y todo lo que conlleva.

La ubicación del mercado no sólo debe ser compatible con el uso de suelos, sino también con todos los usos del contexto en el que se desarrolla, se debe manejar un diagnóstico urbano analizando accesos principales ya que este no sólo debe conectarse con el centro de Sullana si no también deben ser accesibles a todos los sectores.

La principal característica a su ubicación en el sector, ya sea a la distancia que se recorran y el transporte que accederán a la ubicación del equipamiento, a esto se debe pensar en el impacto vial que generará, es decir se debe prever estacionamientos adecuados y vías auxiliares. Además, debe tener en cuenta las actividades que se realizaran en el contexto inmediato, es decir se deben prever los equipamientos que a futuro se proyectarán en la zona. Por ende, no ayudará definir con más profundidad las características urbanas que debe tener nuestra edificación, también ayudará a potenciar de manera interna y externa la renovación urbana del sector y la ciudad. El área de acogida de estos equipamientos se debe estudiar en base al contexto inmediato y al acceso de los servicios básicos donde se debe definir un radio de acción de estudio para determinar las características apropiadas en base a:

La densidad poblacional

El paisaje urbano como

Tipología de vivienda y uso de suelo predominante

variedad de servicios básicos y equipamientos (educativos, de salud, financieros, culturales, de esparcimiento, entre otros).

Condiciones climáticas

Estructura urbana

Zonificación

*La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?*

La edificación planteada debe manifestar la aceptación de la ciudad, además debe ser amigable con el entorno en donde se emplaza. Este vínculo será reforzado desde la forma del diseño, función, oferta y demanda de productos y la viabilidad del proyecto. Si el edificio se encuentra y mantiene las óptimas condiciones el usuario velará por mantenerlo del mismo modo, y con ello mantendrá el espacio público que lo rodea. La identidad social proviene de la cultura de cada persona, es algo que no

podemos manipular o cambiarlo, sin embargo, lo que se ha planteado por el proyectista debe potenciar y se lanzó de identidad para no solo recuperar sino también mantener, y seguir brindando las mismas condiciones a lo largo del tiempo.

Si ese órgano se le educa de la manera correcta, sabrá cómo comportarse en cuanto al cuidado de la infraestructura, por ejemplo, los centros comerciales mantienen un comportamiento de orden y limpieza, pero va de la mano con la educación, el usuario se identifica con lo que ven y con la percepción que el espacio libre en, es decir si el usuario se identifica con la edificación lograr a no solo mantener un comportamiento adecuado sino también al yugo dará al mantenimiento del edificio.

La identidad social muestra un sentido de pertenencia que se logran a través de lo que se percibe por los sentidos, se piensa e influye en según el sentir de cada sujeto, esto dependerá si unos valores, gustos, poder adquisitivo, entre otros aspectos. En base a esto la edificación debe lograr la identidad con su diseño, dándole el carácter propio al que mejor apego tengan la ciudad e incluso mejorarlo.

*Sabemos del impacto que genera un mercado en el entorno donde se emplaza, con ello nos referimos a: "El comercio atrae más comercio". ¿Qué estrategias propondría usted para que el espacio urbano no se vea afectado ante la demanda e incremento comercial en el sector?*

Es controversial el comercio centralizado, porque ello implica tener muchos problemas, tanto viales, ambientales y sociales juntos. Mas que estrategias, considero que se deben proyectar el comercio de acuerdo al crecimiento de la ciudad; en el caso de los sectores consolidados, los espacios internos de los equipamientos comerciales no deben repercutir problemas externos, por ejemplo, en cuanto a contaminación, deben contar en su zonificación con espacios de acopio de residuos sólidos, el sistema vial, permitir el acceso de paraderos y una sección vial adecuada para mantener el orden de estos, velar por su aforo, paisa urbano, entre otras.

Esto es más bien recomendable, es decir que el Plan Urbano debería considerar en establecer un uso de suelo Comercial a toda la influencia comercial del mercado, ambos son necesarios para brindar servicios. Se tiene que establecer un control y tratamiento de los espacios exteriores, para evitar el comercio ambulatorio y por ende el desorden e informalidad.

*¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?*

Los mismos ciudadanos son quienes utilizan los espacios urbanos, sobre ellos quienes determinan las condiciones en las que necesitan la infraestructura, su participación favorecer a al mantenimiento ella la implementación de los espacios públicos urbanos, trayendo la mejora de la imagen urbana, la identidad social y minimizará las actividades informales.

La fluencia quien negó apropiada y obligatoria por parte de los ciudadanos es cumplir con sus funciones urbanas, es decir mantener el espacio público en óptimas condiciones respetando el concepto y la intervención futura que se le darán, la participación social es un derecho ciudadano que debe ser aprovechada para lograr espacios óptimos y duraderos.

Una ciudad conociendo a la de los problemas urbanos realiza su participación para lograr el bienestar en el presente y mi futuro, a través de acciones que involucren solución de la problemática. El mantenimiento de los espacios urbanos logra identificación con los ciudadanos con las mismas, haciendo que su cuidado sea autónomo, parte de esto también con las autoridades gubernamentales que puedan proyectar espacios que den vida y atribución a los ciudadanos.

Siguiendo con el tema, la C. 3 estableció la idea en cuanto a organización de equipamientos comerciales distribuidos en la ciudad, generando vínculos directos entre habitantes y la zona donde se emplazan. Junto a ello, tener una organización significativo obtener estudios del contexto para valorar su eficacia, para ello se aportó a esta categoría dos sub categorías, aplicadas en preguntas a los especialistas para obtener su aporte.

Respecto a la S.C. 7, indico la indispensable proyección de los equipamientos urbanos en la ciudad, de manera que permutan en este a largo plazo, mostrando la necesidad comercial en el aspecto social, demostrando la eficiencia de sus actividades en relación a esta demanda. El comercio social se distribuye a través de

los equipamientos como un plan que los asocia por utilidad y beneficio del bien común de la zona urbana donde se desarrollen. Las siguientes preguntas fueron aplicadas a arquitectos conocedores sobre temas urbanos para potenciar la investigación con sus respuestas.

De la misma manera, la S.C.8, estableció que el comercio en el paisaje del sector muestra la importancia en el ámbito urbano, donde la estructura de este le da un carácter propio a la zona, mostrando el gran impacto positivo que asume el comercio enriquece. Con las fichas de observación se pudo determinar la influencia del equipamiento comercial en relación al paisaje urbano.

*De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?*

Es tedioso lidiar con el rechazo a estos equipamientos comercial, ya que en el usuario determina la oferta y demanda de sus productos. En muchos casos locales comerciales con mucha mejor infraestructura suelen elevar los precios de sus productos, atribuyendo el mantenimiento y el espacio que mantiene. El funcionamiento de comercio informal que ha durado por muchas décadas en la AV. Buenos Aires, se ha podido confirmar que, para los usuarios tanto comerciantes como vendedores u otros, no importa las condiciones en la que se exponen los productos, sino la oferta y demanda que tengan este, esa idea errónea debe ser orientada, con el único fin de mantener el orden urbano.

La causa del rechazo es que los lugares propuestos no cuentan con infraestructura adecuada, es implican inversión en los mercados zonales, la municipalidad debería contar con un plan estratégico de implementación de mercados zonales y estos deben hacer cumplir su función de abastecedores sectoriales favoreciendo a la aglomeración comercial en una sola zona en un solo espacio en un solo equipamiento. La población mayormente vincula un espacio de mercado con informalidad y desorden, por ello es importante establecer medidas y tratamientos de espacios interiores y exteriores adecuados para que la población cambie la idea que tiene del establecimiento.

Los usuarios no se identificaron con la infraestructura, espacio y diseño de estos establecimientos pues muchos no satisfacían las necesidades y además establecía un alto precio por la adquisición de los puestos, por ende, también acarreaba el alza de los precios haciendo que los consumidores rechacen este equipamiento. Las edificaciones deben presentar una estructura sostenible que se materialice de acuerdo a las necesidades y posibilidades de ingreso de los ciudadanos.

*Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?*

Existe la posibilidad de lograr que el usuario no rechacen el logo las propuestas del comercio, no debemos olvidar que las autoridades y los mismos ciudadanos son quienes influencia en los planes urbanos. En mi opinión los mercados zonales, la propuesta apta para todos, es una respuesta eficaz a la acumulación de comercio, sobre todo porque tendría relación con la demanda de la población y su crecimiento, más posible sustentar un mercado mayorista para toda la ciudad si este no cumple con las necesidades físicas y económicas para todos los habitantes de una ciudad.

Toda buena propuesta funciona se requiere el análisis de los usuarios de las vías de acceso adecuadas y una buena distribución comercial generando no solamente arquitectura funcional y estéticamente válida, en función a ello es más rentable sectorizar el comercio y potenciar cada sector que saturar una sola zona que no va a responder a la demanda de los equipamientos comerciales y con ello los problemas de aglomeración que surgen, por el contrario perjudicar a la estructura urbana de un solo sector.

Sería una buena estrategia a plantear, siempre y cuando se articulen los esfuerzos de las autoridades y la población. Como equipamiento comercial permitirá el ordenamiento y la organización de acuerdo al tamaño que será utilizado en un determinado sector.

### *Ficha de observación*

Este equipamiento zonal, situado en el Barrio Leticia de la ciudad de Sullana, es poseedor de una infraestructura y mantenimiento óptimo; sin embargo, la problemática radica en sus exteriores, este equipamiento ha generado más comercio, el mercado se proyectó con espacios de estacionamiento y paraderos, sin embargo los otros comercios alternos pasaron de viviendas a viviendas taller, por lo que no fueron diseñados con estos espacios, el aglomeramiento vehicular aumentó en un determinado horario.

Por otro lado, estos comercios improvisados no cuentan con espacios que les permitan el acopio de residuos sólidos, a lo que los comerciantes dejan sus desechos en la vía pública, otro problema es que al ser netamente calles comerciales se vuelven solidas al terminar las actividades, generando problemas sociales. Las autoridades han impuesto fiscalizadores y seguridad en esos horarios, y ordenanzas que imponen multas, sin embargo, las actividades no persisten siempre. En la siguiente imagen se visualiza la infraestructura externa y la carencia de espacios de esparcimiento



Mercado Modelo \_Barrio leticia

### *Categoría de estudio 2: Espacios Públicos*

Se comprendió la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana, donde la principal problemática golpea a los espacios públicos, por ende, se realizaron entrevistas para arquitectos especialistas en el tema de estudio. Se logró diseñar una guía de entrevista con el fin de desarrollar los objetivos, la cual se pudo aplicar a los especialistas, con el fin de analizar sus respuestas para desarrollarlas en los resultados, considerando la estructura de cada categoría y sub categoría.



En la C.1, se marcó el deterioro del espacio público, en la cual se interpreta tanto los conceptos de deterioro, como las causas de distintos factores que afectan al espacio público, donde a mayor escala es la problemática se generaliza afectando al deterioro del todo, como lo es la estructura urbana de la ciudad. Por ende, se realizaron encuestas semiestructuradas que con el aporte de los especialistas entrevistados nos ayuden a tener una idea más clara sobre dicha categoría, el cual se desarrolló bajo sub categoría.

En base a la primera S.C.1, se manifestó referente a la degradación del espacio público, donde la débil intervención urbana a permitido que persista y que aumente. La informalidad comercial en consecuencia, degrada al espacio público de la zona, se maneja como un carácter propio de la zona donde son conscientes que las actividades que producen en los espacios tomadas no son las correctas, sin embargo, la constante utilidad hace que estas se potencien sin ningún control.

De la misma manera, la S.C.2, determino las causas del deterioro urbano, donde se estimó todas aquellas que la componen y van permutando como un acto natural, es decir, las causas son evidentes y aceptadas por todo lo que compone e involucra al espacio público. De esta manera, busca deducir por qué persiste dicha problemática que afectan a la estructura urbana de la ciudad.

Así pues, la S.C.3, abarco el impacto del comercio informal sobre los espacios públicos en un contexto que se va generalizando en afectación de toda la estructura de la zona como el deterioro urbano, quiere decir que, estas pequeñas actividades que se prevén como momentarias, van tomando forma y contexto pluralizando a abarcar la problemática en el todo.

*Guía de entrevista aplicada a los arquitectos especialistas.*

*Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?*

Para mí es debido a la débil planificación, la escasa inversión urbana y la insuficiente participación ciudadana han dejado que el comercio informal aumente y se extienda a lo largo de los años, acaparando por etapas parte del espacio público de la avenida buenos aires, haciendo prevalecer actividades que no le corresponden.

Esta área de todos y no solamente realizar una intervención con el fin de recuperar la zona, sino también el mantenimiento eventual y persistente, tanto de la autoridad como del ciudadano mismo. A muchas autoridades no les gusta realizar cambios radicales, la mayoría negocia y esto genera permisividad. Por lo tanto, erradicar a los invasores de las vías urbanas será un poco más tedioso con el paso del tiempo. La experiencia de alcaldes como ANDRADE en Lima en los noventa, estableció orden en el Centro Histórico de Lima, hoy Polvos Azules es una Gran infraestructura privada que mueve Millones de soles. De esta manera podemos potencializar económicamente al Distrito de Sullana. la primera iniciativa es de las autoridades al proponer proyectos que potencien el espacio público, la según tarea la tienen los ciudadanos a cumplir el derecho que corresponde al comportamiento entre ellos. Ningún espacio en buenas condiciones es asechado por la informalidad.

Lamentablemente la ubicación donde funciona actualmente nunca ha sido la adecuada contextualmente hablando, pues no se ha previsto la acelerada demanda poblacional y territorial, además nunca hubo esfuerzos por parte de las autoridades de otorgar espacios para la formalización de estas actividades, siendo el único medio comercial de productos alimentación con mayor oferta y demanda al servicio del público en General. Los ciudadanos se condicionan a la estructura urbana que va desarrollando se lo largo del tiempo, es así como los comerciantes informales se han adaptado a este espacio con mayor rapidez silla mayor dimensión.

*¿Considera usted que el detonante del deterioro en los espacios públicos del sector Buenos Aires sea solo la ocupación de los comerciantes informales?*

Si bien es siempre los comerciantes informales son la causa mayor del deterioro del espacio público el sector buenos aires, pero esto va más allá, tiene que ver con las vertientes de desechos sólidos diarios a lo largo de estos espacios, que no sólo ocupan área verde, sino que imposibilitara el uso de los espacios, las vías públicas; la infraestructura deteriorada, la carencia de área verde, de masa arbórea, de iluminación natural y artificial disminuyen el sentido de pertenencia y el uso. Actualmente ninguno de ellos presenta conservación ni mantenimiento y son los problemas sociales de delincuencia los que se han apoderado de estos espacios públicos.

Consideraron que mayor detonante del deterioro de los espacios públicos son las autoridades permisivas al desorden, ya que dan pie a que se siga desarrollando el desorden y generando que el deterioro del espacio urbano persiste, como ya se ha mencionado nadie ocupa un espacio público que se encuentran mejores condiciones, la ciudadanía debe tener la necesidad de mantener un espacio que ellos mismos utilizarán.

Un buen porcentaje si, considero que obstaculizan diversos aspectos urbanos como el desarrollo de áreas recreativas, revitalización de áreas verdes incluso la mejora del estado vial. Si no se respeta el Valor urbano de los espacios de la ciudad no solo se verán deteriorados en espacio público y las áreas verdes sino también la infraestructura y la imagen urbana del entorno inmediato, ocasionando problemas ambientales, sociales, espaciales u otros que involucra el espacio público.

*Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué manera la ocupación de estos espacios públicos influye en el deterioro de todo el contexto urbano de la ciudad?*

Los comerciantes informales a lo largo de estos años se han adaptado rápidamente porque el espacio ya se encontraba en desuso, sabemos que nadie invade algo que está cuidado y uso constante. Lo ocupación de estos espacios a lo largo del sector se ha ido extendiendo de una manera que involucran a toda la infraestructura urbana de la ciudad, por ejemplo la obstrucción de las vías de este sector no permite que el esquema vial conecte de manera edificadas con el casco urbano de Sullana, donde también prevalece el comercio, además la saturación de las vías alternas a hora punta y la concentración del comercio en un solo sector dificultad la accesibilidad a zonas aledañas, los usos de suelo se estandarizan según la necesidad y no a la planificación trayendo como consecuencias la permeabilidad en su estructura ya que no se ha previsto la concentración de estas actividades, y una situación urbana no controlada repercute a largo plazo a toda la ciudad.

El darle libertad a los comerciantes para que se implanten en la zona urbana destinada a u otros usos deteriora el contexto urbano la ciudad. Ya que no conocen ni han sido capacitados para valorar cada espacio y la proyección que existe en una planificación urbana. La ocupación de estas áreas verdes deteriora el paisaje urbano, su sistema vial, el cual recibe interferencias y deja de ser un esquema compacto, también la imagen urbana de los equipamientos existentes se ven deteriorados ya que son los que enmarcan toda la zona e incluso sectores importantes del centro de la ciudad. La ubicación desordenada detona todo el desorden urbano que ya existía. Debido a la falta de control urbanos por parte de las entidades gubernamentales generan que la informalidad aumente y se incremente aún más en las vías públicas.

#### *Ficha de observación*

En la ficha de observación se muestra como el espacio público del Sector Buenos Aires es invadido por los comerciantes informales. En la siguiente imagen se visualiza el área de Recreación Pública (de acuerdo al PDU-2030- Plano de uso de suelo) con utilidad actual de comercio informal, puestos rústicos improvisados que producen ventas y comparas de productos alimenticios. Estas áreas se encontraron sin uso, sin proyección de equipamiento y en pésimas condiciones, lo que logro ser un espacio susceptible al comercio informal, atrayendo consigo diversos problemas dentro y fuera del espacio tomado.



Recreación pública tomado por comerciantes informales.

En la que nos podemos dar cuenta que en el espacio público de la Av. Buenos Aires viene siendo invadido por comerciantes informales, los cuales han ido desarrollando un comercio cada vez mayor, donde los ciudadanos se convierten en consumidores sin entender que apoyan a la informalidad o desconocen sobre el daño urbano que ocasionan dicho fenómeno. A la vez, se puede notar en la siguiente imagen que las condiciones del espacio público son pésimas, incluso para la venta y comercialización de productos alimenticios.



Comercio informal de la Av. Buenos Aires- puestos improvisados.

El C.2, Al interpretar la recuperación de los aspectos económicos, sociales y gubernamentales en los comerciantes informales de acuerdo a la toma de espacios públicos en el distrito de Sullana. es un tema importante la cual buscará llegar a reconocer los principales factores y estrategias rumbo a la recuperación, por ende, se le planteo una entrevista a los 3 especialistas donde cada uno mostro su opinión sobre la sub categoría y por consecuencia, del indicador.

Por ello, la S.C.4, donde se mencionaron las estrategias de recuperación que sea más factible para el sector de intervención según los especialistas, con el fin de analizar cada una y dar una conclusión sobre dicha problemática. Con el objetivo de recuperar el espacio público afectados del sector Buenos Aires del Distrito de Sullana.

A su vez, la S.C. 5, busco poder mantener el espacio público en perfecto estado, optando por distintos factores que aporten para que la instigación sea factible en la propuesta de planificación. Por ende, se realizaron distintas preguntas a los especialistas referente al tema donde narraron por qué este tema sigue siendo un problema.

De tal manera, la S.C. 6, definieron la forma de cómo mantener un paisaje urbano enriquecido en la ciudad, conservando la estructura urbana. Esto se ha ido dificultando, debido a los problemas urbanos que asechan la ciudad. Por ende, los especialistas muestran una perspectiva más acertada de como poder lograr dicho objetivo.

*Considerando que la actividad comercial abarca un porcentaje considerado en el sector buenos aires ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?*

Para recuperar el espacio público se debe terminar aquello que lo dice que, en el caso de esta investigación se debe erradicar el comercio informal que está ocupando, el espacio público implementando un espacio sostenible agradable y en relación a la demanda de las necesidades de la ciudad, esta propuesta debe ser a largo plazo y con un mantenimiento constante. La implementación equipamiento comercial, debe brindar un espacio adecuado tanto en su ubicación como en la formalización de los comerciantes informales para que en la ocupación de los espacios públicos disminuya; como estrategias urbanas la implementación de mobiliario y elementos verdes ayudarán al mantenimiento y a la recuperación de los espacios, incrementando también el sentido de pertenencia, con la ciudad. Recurriría a un plan estratégico de recuperación de vías urbanas y a un plan estratégico de implementación de mercados zonales, en primera instancia a estudiar y el entorno para así proponer la recuperación de vías afectadas no solo para la avenida buenos aires y no para toda la ciudad ya que el impacto vial debe ser resuelto como infraestructura.

Es por ello el mercado debe plantear estratégicamente los ingresos que tendrán, tanto vehiculares como peatonales teniendo en cuenta las vías principales con las que cuenta el sector en donde se emplazan y así poder amortiguar y controlar los ingresos hacia el volumen propuesto. Estudiando el entorno, para así proponer un plan estratégico de recuperación de vías urbanas y un plan estratégico de implementación de mercados zonales esto no solo en avenida buenos aires y no en toda la ciudad, donde se requiera. Implementación de un equipamiento comercial que tenga un uso correspondiente a cada zona, y no dejar que el comercio informal vuelva hacer parte de sus usos, ya que los espacios en óptimas condiciones no son portadores o atractor es para la informalidad.

*Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades dejan calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros ¿Cómo buscaría potenciar el espacio público donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?*

En mi opinión no se pueden potenciar un espacio externo si la problemática radica en el interior, ya que siempre repercutirá en los espacios exteriores, de acuerdo a ello se debe regularizada la problemática interna para así poder realizar la relación de actividades comerciales con otras actividades sociales y culturales que se puedan plantear en el exterior y que estas no recaigan en un horario restringido. No olvidemos la influencia que deben tener las autoridades para el cuidado de penas que espacio urbano considerando la aplicación de ordenanzas y sanciones para aquellos ciudadanos que inciten al poco cuidado y al deterioro de los espacios urbanos planteados.

El contexto urbano toma mayor importancia en estos casos, es decir los negocios que se generen y alrededor del mercado podrá extender su servicio hasta horarios más dinámicos se puede pensar en trabajadores que circularán la zona en horas normales. Otra estrategia es el tipo de servicio que pueda cubrir 24 horas como farmacias cajeros automáticos e incluso tus se puede incluir espacios complementarios que puedan ser del tipo cultural donde se puedan brindar capacitaciones y desarrollarse el aspecto recreativo y social.

El manejo adecuado de los espacios exteriores y de residuos sólidos es fundamental para evitar dichos inconvenientes, también es de suma importancia la relación de los espacios internos y externos, mucha de la problemática de los espacios públicos alrededor de los mercados es por la presencia del aspecto comercial, el cual se da más sonado de manera interna para no ser expuestos al exterior.

*Generar espacios recreativos de óseo o culturales hacia el exterior del proyecto, integrándose con los espacios públicos de la zona ¿Lo considera usted como alternativa de conservación de estos espacios y con ello la imagen urbana del sector?*

Lo considero una alternativa siempre y cuando el espacio propuesto se relacione con el entorno, considero que los espacios complementarios de uso recreativo culturales o una buena opción para realizar el vínculo, la propuesta de estos debe ser de manera estratégica debido al uso comercial se debe realizar donde existe

mucho movimiento y no tendría que obstaculizar las actividades del mercado siendo así podría ser viable. El diseño de estos espacios debe guardar la conservación del paisaje urbano para que sea aceptable y se pueda mimetizar con los conceptos ya existentes, en todo caso utilizar un patrón característico y que ya se ha reconocido para lograr la identidad de los ciudadanos de la zona y puedan sentir el proyecto como algo suyo.

En mi experiencia urbana puedo responder el mercado debe tener la relación Madre e hijo, ya que una Madre hace mercado con los hijos mayormente, por lo tanto, debe haber zonas pensadas en la recreación de los niños dentro del mercado así, se en los centros comerciales. No es incompatible la práctica de deportes en su interior, es igual que los centros comerciales cuentan con gimnasios como parte de sus servicios, sin embargo, por la actividad considero que espacios de recreación pasiva y la implementación de un espacio, nos son no interferirán con las actividades de un mercado mayorista si no que serían la mejor opción como espacios complementarios. Considero que los espacios exteriores que deben vincularse con el comercial para evitar la informalidad tienen que ser de usos recreativo.

Por ende, según la C.3, se llegó la variedad de componentes que forman parte del fenómeno de la informalidad. La cual se ha ido desarrollando a mayores rasgos en el sector de intervención, dada la problemática se planteó analizar la situación a través de una entrevista a 3 especialistas en el tema, la cual analizara según las sub categorías impuestas.

Teniendo en cuenta la S.C.7, se busca indagar sobre los detonantes urbanos que se ven reflejados en el desorden urbano, debido a los factores económicos, sociales y mayormente gubernamentales que se ven involucrados en el sub tema. Debido a esto se seleccionaron algunas preguntas que se le realizaron a los especialistas, los cuales nos dan un punto de vista más acertado para poder entender desde donde este desorden nade en la ciudad.

Respecto a la S.C. 8, se puede detallar el principal fenómeno urbano de los espacios públicos, como es la informalidad. Siendo este la base de nuestra investigación, con el fin de analizar de diferentes puntos de vista dicho indicador, por ende, se tuvo en cuenta en las preguntas a los especialistas.



A la vez, según la S.C. 9, se logra identificar los factores originarios de la problemática, los cuales se han ido desarrollando rápidamente, donde no se ha ido respetando ningún aspecto urbano existente ni planificado.

*Guía de entrevista aplicada a los arquitectos especialistas:*

*Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?*

La informalidad es un devorador urbano y que siempre está presente una ciudad aún más en los equipamientos comerciales ya que buscan adaptarse e integrarse en la principal actividad de comercialización. La propuesta del mercado mayorista puede llegar a ser la solución al desorden urbano en el sector, pero éste también puede traer nuevos comerciantes en nuevos sectores que buscarán el mismo beneficio. La respuesta dependerá de un diagnóstico urbano, y por ello un plan de trabajo que sea sostenible en y a su vez que involucre la participación ciudadana, no se debe olvidar que la sostenibilidad de una ciudad siempre está un equipo.

En ese aspecto la propuesta arquitectónica tendrá que plantear soluciones de gran escala. Un mercado mayorista debe ser del tipo mixto, concentrar todo su potencial en productos alimenticios, pero también tener instalaciones complementarias al comercio, como por ejemplo librerías, cajeros, comedores, farmacias, etc. La propuesta debería ser horizontal y vertical para generar mayores beneficios tanto urbanos como sociales y económicos. No, siempre y cuando estas acciones se realicen para mitigar el desorden como tratamiento adecuado de los espacios exteriores, por ello es primordial el correcto uso urbano y la intervención de las entidades involucradas en el menor tiempo posible. El débil manejo vial puede afectar el funcionamiento de un espacio público de mercado pues al traer un desorden en sus vías exteriores perjudicará el estado actual de las vías que no son nada favorables debido al mal uso urbano.

*El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?*

La mayoría del comercio informal se desarrolla alrededor de los mercados, este es ambulatorio y de ventas menores, que desarrollado en grandes cantidades termina siendo un obstáculo para los espacios públicos y estableciendo una competencia desleal con el comercio formal. Controlar es trabajo tanto de las entidades de la zona, como de la cultura de los ciudadanos, el espacio público no se puede ocupar porque son espacios compartidos de uso común y la interferencia de estos no afectarán sólo una parte de la ciudad sino a todo, evitando el vivir de manera ordenada y limpia. Los proyectistas se han implementado en sus espacios externos áreas que sean parte del proyecto de una manera organizada y que contribuya a la actividad del espacio público y del espacio comercial dándole un carácter diferente a la zona.

Se recomienda el uso continuo del plan urbano, que debería considerar en establecer un uso comercial para toda la influencia del mercado, también Categorizarlos de acuerdo a lo que ya existe y a lo que se requiere, como espacios complementarios al espacio de comercial de mayor escala. Los equipamientos especializados son la mayor y mejor opción para agregar actividades determinadas según el estudio previo. Es porque las autoridades públicas se vinculan poco en el desarrollo del orden de estos espacios públicos, dejando así un gran vacío en las actividades para la mejora urbana; es por ello que la informalidad se ha ido desarrollando con gran magnitud y con mayor rapidez sin tener el más mínimo control de las actividades públicas.

*Si la estructura urbana de las ciudades está asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?*

Los espacios públicos son elementos vitales para la estructura de la ciudad y no población, aunque en los usuarios asumen un inadecuado sentimiento de pertenencia al no estar debidamente capacitados y desconocer la importancia que cumplen dichos elementos urbanos. A su vez los usuarios consumidores también llegan a tener responsabilidad dentro de la problemática ya que en cierta manera apoya al comerciante en el espacio informal en el que se encuentra, lo cual no solo ha generado que la informalidad se mantenga, sino también que evolucione aceleradamente es por ello que las autoridades deben actuar con ambos usuarios.

Las autoridades son quienes deben estar dispuestas a hacer cumplir el plan de desarrollo, el cual debe estipular alternativas de solución para las problemáticas, para la demanda poblacional que estima cada proyecto, un buen plan de desarrollo urbano hace funcionar toda la ciudad de una manera sostenible donde involucra no solo la participación ciudadana sino también de la autoridad a quienes les compete el cumplimiento del deber ciudadano.

Muchas veces el actor verso puridad es gubernamentales es débil, pues si intentan negociar en lugar de hacer cumplir las ordenanzas prescritas, se deténían mayor énfasis en controlar el actuar de personas que dañen en posibiliten el uso de estos espacios públicos.

## Anexo C: Modelo de consentimiento y/o asentimiento



### **Consentimiento Informado (\*)**

Título de la investigación: **Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023.**

Investigadores: Checa Correa Bernave Ismael y De la Cruz Roa Kattia Azucena

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del Distrito de Sullana, 2023", cuyo objetivo es Plantear estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Arquitectura y Urbanismo o programa de titulación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, San Juan de Lurigancho, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.



Describir el impacto del problema de la investigación.

El acelerado desorden por el comercio informal desarrollado en el sector Buenos Aires.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana"
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los Investigadores Checa Correa Bernave Ismael; De la Cruz Roa Kattia Azucena email: [behecaco@ucvirtual.edu.pe](mailto:behecaco@ucvirtual.edu.pe); [Kacruzro@ucvirtual.edu.pe](mailto:Kacruzro@ucvirtual.edu.pe) y Docente asesor Dr. Arq. Cuzcano Quispe, Luis, email: [m cuzcanoq@ucvvirtual.edu.pe](mailto:m cuzcanoq@ucvvirtual.edu.pe).

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: ANDY ALVARADO ALDAN

Fecha y hora: 31.08.2023.

  
Andy Alvarado Aldana  
ARQUITECTO  
C.A.P. N° 8447

*Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar en el correo desde el cual se envió la respuesta a través de un formulario de Google.*

### **Consentimiento Informado (\*)**

Título de la investigación: **Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023.**

Investigadores: Checa Correa Bernave Ismael y De la Cruz Roa Kattia Azucena

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del Distrito de Sullana, 2023", cuyo objetivo es Plantear estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Arquitectura y Urbanismo o programa de titulación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, San Juan de Lurigancho, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.



Describir el impacto del problema de la investigación.

El acelerado desorden por el comercio informal desarrollado en el sector Buenos Aires.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana"
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los Investigadores Checa Correa Bernave Ismael; De la Cruz Roa Kattia Azucena email: [bechecaco@ucvvirtual.edu.pe](mailto:bechecaco@ucvvirtual.edu.pe); [Kacruzro@ucvvirtual.edu.pe](mailto:Kacruzro@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor Dr. Arq. Cuzcano Quispe, Luis, email: [mcuzcanog@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mcuzcanog@ucvvirtual.edu.pe).

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: RUBEN LUIS VENTURA EGOAVIL

Fecha y hora: 31.08.2023.

  
Ruben Luis Ventura Egoavil  
ARQUITECTO  
REG. CAP. N° 3781

*Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar en el correo desde el cual se envió la respuesta a través de un formulario de Google.*

### **Consentimiento Informado (\*)**

Título de la investigación: **Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023.**

Investigadores: Checa Correa Bernave Ismael y De la Cruz Roa Kattia Azucena

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del Distrito de Sullana, 2023", cuyo objetivo es Plantear estrategias de solución para la recuperación de espacios públicos a través de un mercado mayorista en el distrito de Sullana. Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado de la carrera profesional Arquitectura y Urbanismo o programa de titulación, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, San Juan de Lurigancho, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.



Describir el impacto del problema de la investigación.

El acelerado desorden por el comercio informal desarrollado en el sector Buenos Aires.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana"
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.



**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

**Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con los Investigadores Checa Correa Bernave Ismael; De la Cruz Roa Kattia Azucena email: [behecaco@ucvvirtual.edu.pe](mailto:behecaco@ucvvirtual.edu.pe); [Kacruzro@ucvvirtual.edu.pe](mailto:Kacruzro@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor Dr. Arq. Cuzcano Quispe, Luis, email: [mcuzcanog@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mcuzcanog@ucvvirtual.edu.pe).

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: VICTOR JAIR LEON PANTA

Fecha y hora: 01.09.2023.

  
VICTOR JAIR LEON PANTA  
ARQUITECTO  
C.A.P. 11560

*Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar en el correo desde el cual se envió la respuesta a través de un formulario de Google.*

## Anexo D: Matriz de evaluación por juicio de expertos.

Matriz de evaluación por juicio de expertos: Arq. Andy Alvarado Aldana.



### Anexo 2

#### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Andy Alvarado Aldana
Grado profesional:	Maestría ( ) Doctor ( ) Experiencia ( x )
Área de formación académica:	Clinica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional ( x )
Áreas de experiencia profesional:	Arquitectura y urbanismo
Institución donde labora:	Independiente
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( x )
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	.



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023
Autora:	Checa Correa Bernave Ismael y De la Cruz Roa Kattia Azucena
Procedencia:	Piura
Administración:	
Tiempo de aplicación:	30 a 40 minutos
Ámbito de aplicación:	En el distrito de Sullana, en los mercados y espacios públicos tomados por el comercio informal
Significación:	La entrevista está compuesta por dos categorías de estudio, la primera mercado mayorista y la segunda espacio público que se desglosan en categorías y sub categorías.

4. **Soporte teórico**  
(describir en función al modelo teórico)

Categoría de estudio	Categoría	Definición
Mercado mayorista	Espacio Comercial	los espacios comerciales son aquel espacio físico, que involucra y deducen las necesidades de los usuarios, estas deben estar sujetas a los hábitos de compra, con ello se logra especificar criterios de espacio a utilizar, emplazamiento, tipo de utilidad, estudio del comportamiento del cliente, interpreta la forma de ejecución en los estándares de producción y venta de los productos.
	Renovación urbana	accede a discursos que llegan a ser procesos que no perjudican las decisiones sobre el planteamiento de la ciudad, pero que son influenciados en estrategias técnicas de los espacios públicos, por ende, en la relación del espacio social, porque son incluidos los beneficios de las personas con mejores condiciones de vida, excluyendo a los sectores marginados.
	Equipamiento comercial	son los principales detonantes de la ciudad, es decir, son los responsables del crecimiento urbano. Sin embargo, puede llegar a ser beneficioso para los intereses inmobiliarios, como perjudicial para el espacio público. Esto se debe por la escasa intervención de las entidades.
Espacios públicos	Deterioro del espacio público	Se considera al gran impacto urbano que llega tener la ciudad, perjudicando y deteriorando el espacio público y urbano, debido al claro aceleramiento y desorden en las urbano. Por ende, bajo la falta de estrategias adecuadas, el deterioro seguirá aumentando.
	Recuperación de los espacios públicos	como la búsqueda de una recuperación urbana viable en la ciudad. Por ende, es la búsqueda de la factibilidad y viabilidad de los espacios públicos, donde según se argumenta que el espacio público no solo consiste en una estructura urbana con un valor de suelo considerado, sino también con una estructura reguladora de leyes, normas y diseño urbano.
	Informalidad en los espacios públicos	es un fenómeno urbano que se ha impuesto sobre los espacios de reunión social, con vinculaciones culturales, políticas, sociales y económicas. Sin embargo, dicho fenómeno no se podrá evitar, pero se podrá controlar. Hoy en día, se puede decir que la informalidad ya convive con nosotros.



**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana elaborado por Checa Correa, Bernave Ismael y De La Cruz Roa, Kattia Azucena en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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



**Dimensiones del instrumento: Mercado mayorista**

- Primera categoría: Espacio comercial
- Objetivos de la Dimensión: Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Diseño arquitectónico	El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?	4	4	4	
Confort térmico	La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?	4	4	4	
Confort espacial	La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?	4	4	4	



- Segunda categoría: Renovación urbana
- Objetivos de la Dimensión: interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relación entre el Espacio Urbano	Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serían las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?	4	4	4	

identidad social	La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?	4	4	4	
Participación social	¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?	4	4	4	

- Tercera categoría: Equipamiento comercial
- Objetivos de la Dimensión: interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comercio social	De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?	4	4	4	
	Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?	4	4	4	



**Dimensiones del instrumento: Espacio público**

- Primera categoría: deterioro del espacio público
- Objetivos de la Dimensión: Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Degradación del Espacio Público	Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?	4	4	4	

Causas del deterioro del Espacio Público	¿Considera usted que el detonante del deterioro en los espacios públicos del sector Buenos Aires sea solo la ocupación de los comerciantes informales?	4	4	4	
Deterioro Urbano	Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué manera la ocupación de estos espacios públicos influye en el deterioro de todo el contexto urbano de la ciudad?	4	4	4	

- Segunda categoría: Recuperación de los espacios públicos
- Objetivos de la Dimensión: Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales



Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estrategias de recuperación	Considerando que la actividad comercial abarca un porcentaje considerado en el sector buenos aires ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?	4	4	4	
Preservación del espacio público	Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades dejan calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros ¿Cómo buscaría potenciar el espacio público donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?	4	4	4	
Conservación del paisaje urbano	Generar espacios recreativos de óseo o culturales hacia el exterior del proyecto, integrándose con los espacios públicos de la zona ¿Lo considera usted como alternativa de conservación de estos espacios y con ello la imagen urbana del sector?	4	4	4	

- Segunda categoría: Informalidad en los espacios públicos
- Objetivos de la Dimensión: Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desorden Urbano	Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?	4	4	4	
Comercio Informal	El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?	4	4	4	
Urbanismo informal	Si la estructura urbana de las ciudades está asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?	4	4	4	




Andy Alvarado Aldana  
ARQUITECTO  
C.A.P. N° 8447

Firma del evaluador

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGarland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía



Matriz de evaluación por juicio de expertos: Arq. Rubén Luis Ventura Egoavil.



## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Rubén Luis Ventura Egoavil
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( ) Doctor ( ) Experiencia ( x )
<b>Área de formación académica:</b>	Clinica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional ( x )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Arquitectura y urbanismo
<b>Institución donde labora:</b>	Independiente
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( x )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	.



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023
<b>Autora:</b>	Cbeca Correa Bernave Ismael y De la Cruz Roa Kattia Azucena
<b>Procedencia:</b>	Piura
<b>Administración:</b>	
<b>Tiempo de aplicación:</b>	30 a 40 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	En el distrito de Sullana, en los mercados y espacios públicos tomados por el comercio informal
<b>Significación:</b>	La entrevista está compuesta por dos categorías de estudio, la primera mercado mayorista y la segunda espacio público que se desglosan en categorías y sub categorías.

4. **Soporte teórico**  
(describir en función al modelo teórico)

Categoría de estudio	Categoría	Definición
Mercado mayorista	Espacio Comercial	los espacios comerciales son aquel espacio físico, que involucra y deducen las necesidades de los usuarios, estas deben estar sujetas a los hábitos de compra, con ello se logra especificar criterios de espacio a utilizar, emplazamiento, tipo de utilidad, estudio del comportamiento del cliente, interpreta la forma de ejecución en los estándares de producción y venta de los productos.
	Renovación urbana	accede a discursos que llegan a ser procesos que no perjudican las decisiones sobre el planteamiento de la ciudad, pero que son influenciados en estrategias técnicas de los espacios públicos, por ende, en la relación del espacio social, porque son incluidos los beneficios de las personas con mejores condiciones de vida, excluyendo a los sectores marginados.
	Equipamiento comercial	son los principales detonantes de la ciudad, es decir, son los responsables del crecimiento urbano. Sin embargo, puede llegar a ser beneficioso para los intereses inmobiliarios, como perjudicial para el espacio público. Esto se debe por la escasa intervención de las entidades.
Espacios públicos	Deterioro del espacio público	Se considera al gran impacto urbano que llega tener la ciudad, perjudicando y deteriorando el espacio público y urbano, debido al claro aceleramiento y desorden en las urbano. Por ende, bajo la falta de estrategias adecuadas, el deterioro seguirá aumentando.
	Recuperación de los espacios públicos	como la búsqueda de una recuperación urbana viable en la ciudad. Por ende, es la búsqueda de la factibilidad y viabilidad de los espacios públicos, donde según se argumenta que el espacio público no solo consiste en una estructura urbana con un valor de suelo considerado, sino también con una estructura reguladora de leyes, normas y diseño urbano.
	Informalidad en los espacios públicos	es un fenómeno urbano que se ha impuesto sobre los espacios de reunión social, con vinculaciones culturales, políticas, sociales y económicas. Sin embargo, dicho fenómeno no se podrá evitar, pero se podrá controlar. Hoy en día, se puede decir que la informalidad ya convive con nosotros.



5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana elaborado por Checa Correa, Bernave Ismael y De La Cruz Roa, Kattia Azucena en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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



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

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

**Dimensiones del instrumento: Mercado mayorista**

- Primera categoría: Espacio comercial
- Objetivos de la Dimensión: Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Diseño arquitectónico	El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?	4	4	4	
Confort térmico	La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?	4	4	4	
Confort espacial	La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?	4	4	4	



- Segunda categoría: Renovación urbana
- Objetivos de la Dimensión: Interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relación entre el Espacio Urbano	Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serian las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?	4	4	4	

identidad social	La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?	4	4	4	
Participación social	¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?	4	4	4	

- Tercera categoría: Equipamiento comercial
- Objetivos de la Dimensión: interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comercio social	De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?	4	4	4	
	Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?	4	4	4	



**Dimensiones del instrumento:** Espacio público

- Primera categoría: deterioro del espacio público
- Objetivos de la Dimensión: Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Degradación del Espacio Público	Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?	4	4	4	

identidad social	La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?	4	4	4	
Participación social	¿De qué manera puede influir la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?	4	4	4	

- Tercera categoría: Equipamiento comercial
- Objetivos de la Dimensión: interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.



Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comercio social	De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?	4	4	4	
	Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?	4	4	4	

**Dimensiones del instrumento:** Espacio público

- Primera categoría: deterioro del espacio público
- Objetivos de la Dimensión: Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Degradación del Espacio Público	Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?	4	4	4	

- Segunda categoría: Informalidad en los espacios públicos
- Objetivos de la Dimensión: Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desorden Urbano	Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?	4	4	4	
Comercio informal	El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?	4	4	4	
Urbanismo informal	Si la estructura urbana de las ciudades está asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?	4	4	4	




Rubén Luis Vespelera Egoavil  
**ARQUITECTO**  
 REG. CAP. N° 3781

Firma del evaluador

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Luukkainen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaspacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

# Matriz de evaluación por juicio de expertos: Mag. Arq. Víctor Jair León Panta



## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Victor Jair León Panta
Grado profesional:	Maestría ( x ) Doctor ( ) Experiencia ( x )
Área de formación académica:	Clinica ( ) Social ( ) Educativa ( ) Organizacional ( x )
Áreas de experiencia profesional:	Arquitectura y urbanismo
Institución donde labora:	Independiente
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( x )
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	.



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Mercado mayorista para la recuperación de espacio público en el Distrito de Sullana, 2023
Autora:	Checa Correa Bernave Ismael y De la Cruz Ros Kaitia Azucena
Procedencia:	Piura
Administración:	
Tiempo de aplicación:	20 a 30 minutos
Ámbito de aplicación:	En el distrito de Sullana, en los mercados y espacios públicos tomados por el comercio informal
Significación:	La entrevista está compuesta por dos categorías de estudio, la primera mercado mayorista y la segunda espacio público que se desglosan en categorías y sub categorías.





4. **Soporte teórico**  
(describir en función al modelo teórico)

Categoría de estudio	Categoría	Definición
Mercado mayorista	Espacio Comercial	los espacios comerciales son aquel espacio físico, que involucra y deducen las necesidades de los usuarios, estas deben estar sujetas a los hábitos de compra, con ello se logra especificar criterios de espacio a utilizar, emplazamiento, tipo de utilidad, estudio del comportamiento del cliente, interpreta la forma de ejecución en los estándares de producción y venta de los productos.
	Renovación urbana	accede a discursos que llegan a ser procesos que no perjudican las decisiones sobre el planteamiento de la ciudad, pero que son influenciados en estrategias técnicas de los espacios públicos, por ende, en la relación del espacio social, porque son incluidos los beneficios de las personas con mejores condiciones de vida, excluyendo a los sectores marginados.
	Equipamiento comercial	son los principales detonantes de la ciudad, es decir, son los responsables del crecimiento urbano. Sin embargo, puede llegar a ser beneficioso para los intereses inmobiliarios, como perjudicial para el espacio público. Esto se debe por la escasa intervención de las entidades.
Espacios públicos	Deterioro del espacio público	Se considera al gran impacto urbano que llega tener la ciudad, perjudicando y deteriorando el espacio público y urbano, debido al claro aceleramiento y desorden en las urbano. Por ende, bajo la falta de estrategias adecuadas, el deterioro seguirá aumentando.
	Recuperación de los espacios públicos	como la búsqueda de una recuperación urbana viable en la ciudad. Por ende, es la búsqueda de la factibilidad y viabilidad de los espacios públicos, donde según se argumenta que el espacio público no solo consiste en una estructura urbana con un valor de suelo considerado, sino también con una estructura reguladora de leyes, normas y diseño urbano.
	Informalidad en los espacios públicos	es un fenómeno urbano que se ha impuesto sobre los espacios de reunión social, con vinculaciones culturales, políticas, sociales y económicas. Sin embargo, dicho fenómeno no se podrá evitar, pero se podrá controlar. Hoy en día, se puede decir que la informalidad ya convive con nosotros.



**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario de Mercado mayorista para la recuperación de espacios públicos del distrito de Sullana elaborado por Checa Correa, Bernave Ismael y De La Cruz Roa, Kattia Azucena en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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



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

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

**Dimensiones del instrumento: Mercado mayorista**

- Primera categoría: Espacio comercial
- Objetivos de la Dimensión: Analizar las necesidades de los comerciantes, para atribuir con ello en los criterios de diseño del Mercado Mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Diseño arquitectónico	El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 buscaba ubicar a los comerciantes informales, este mercado no logro su objetivo. ¿Cuáles son las determinantes en el diseño que deben emplearse para lograr un espacio comercial optimo?	4	4	4	
Confort térmico	La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario para lograr un confort optimo en sus espacios?	4	4	4	
Confort espacial	La deficiencia de los mercados está asociada a las actividades y comportamiento de los usuarios dentro de sus espacios. En su experiencia como proyectista ¿Qué características espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?	4	4	4	



- Segunda categoría: Renovación urbana
- Objetivos de la Dimensión: Interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Relación entre el Espacio Urbano	Colapsado un mercado, se requiere la implementación de un nuevo mercado que responda a la demanda de la ciudad donde se emplaza. ¿Cuáles serian las características urbanas del sector donde se debe emplazar el nuevo mercado?	4	4	4	

identidad social	La relación de la identidad social con una edificación comercial hace de este su control autónomo ¿Cómo lograría usted el vínculo entre la edificación y los ciudadanos?	4	4	4	
Participación social	¿De qué manera puede influir la participación de los ciudadanos ante los espacios urbanos?	4	4	4	

- Tercera categoría: Equipamiento comercial
- Objetivos de la Dimensión: interpretar las características urbanas y la influencia social para la conservación y mantenimiento del mercado mayorista.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Comercio social	De acuerdo el PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como mercados zonales, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?	4	4	4	
	Referente a la pregunta anterior. ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?	4	4	4	



**Dimensiones del instrumento:** Espacio público

- Primera categoría: deterioro del espacio público
- Objetivos de la Dimensión: Comprender la problemática existente en relación a la toma de los espacios públicos en el Distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Degradación del Espacio Público	Con respecto a la degradación de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión del sistema vías y área de recreación pública por los comerciantes informales ¿Por qué cree usted que problemática ha seguido desarrollándose descontroladamente?	4	4	4	

Causas del deterioro del Espacio Público	¿Considera usted que el detonante del deterioro en los espacios públicos del sector Buenos Aires sea solo la ocupación de los comerciantes informales?	4	4	4	
Deterioro Urbano	Respecto a la pregunta anterior, ¿De qué manera la ocupación de estos espacios públicos influye en el deterioro de todo el contexto urbano de la ciudad?	4	4	4	

- Segunda categoría: Recuperación de los espacios públicos
- Objetivos de la Dimensión: Generar espacios externos recreativos en el equipamiento comercial para la interacción social de los usuarios en horarios no comerciales

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estrategias de recuperación	Considerando que la actividad comercial abarca un porcentaje considerado en el sector buenos aires ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?	4	4	4	
Preservación del espacio público	Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades dejan calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros ¿Cómo buscaría potenciar el espacio público donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?	4	4	4	
Conservación del paisaje urbano	Generar espacios recreativos de óseo o culturales hacia el exterior del proyecto, integrándose con los espacios públicos de la zona ¿Lo considera usted como alternativa de conservación de estos espacios y con ello la imagen urbana del sector?	4	4	4	



- Segunda categoría: Informalidad en los espacios públicos
- Objetivos de la Dimensión: Establecer perfiles de recuperación en relación a la toma de los espacios públicos en el distrito de Sullana.

Sub categorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desorden Urbano	Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar el desorden urbano generado en el sector Buenos Aires?	4	4	4	
Comercio informal	El comercio atrae más comercio, situándose estos al borde de los equipamientos comerciales, como comerciantes informales ¿cómo lograría el control de estos para no recaer en la problemática de la ocupación de los espacios públicos?	4	4	4	
Urbanismo informal	Si la estructura urbana de las ciudades está asociada con las autoridades públicas los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad ¿Por qué el surgimiento de estos problemas urbanos?	4	4	4	




VICTOR JAIR LEÓN PANTA  
ARQUITECTO  
C.A.P. 11580

Firma del evaluador

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGarland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Luukkainen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaspacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Validación del Instrumento Guía de entrevista aplicada: Arq. Alvarado Aldana, Andy).

**Certificado de valides de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al arquitecto**

N°	CATEGORIA 1: MERCADO MAYORISTA	Pertinencia				Relevancia				Claridad				SUGERENCIA
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>SUB CATEGORIA 1: Espacio y confort comercial</b>													
1	El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 en Sulina, buscaba ubicar a los comerciantes informales, sin embargo, este equipamiento no logra su objetivo. ¿Qué factores comerciales significarían esenciales, para lograr un espacio óptimo en el equipamiento?				X			X					X	
2	La deficiencia de los mercados está asociada a la distribución de actividades, el flujo de circulación y la relación de sus espacios internos con los externos. En su experiencia como proyectista ¿Qué alternativas espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?				X			X					X	
3	La carencia de confort es un problema eutético de los mercados existentes en Sulina. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario en relación con la arquitectura del mercado?				X			X					X	
	<b>SUB CATEGORIA 2: Renovación urbana</b>													
4	Colapso un mercado, por el crecimiento poblacional, demanda de comerciantes, déficit de su infraestructura u otros. Se busca crear un mercado que responda a largo plazo. ¿Cuáles serían las características espaciales urbanas del sector donde se debe emplazar este equipamiento?			X				X					X	
5	Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades deja calles sordas, expuestas a la contaminación, contaminación, u otros. ¿Cómo buscaría potenciar el espacio urbano donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?				X			X					X	
6	¿Sabemos del impacto que genera un mercado en el entorno donde se emplaza, con ello nos referimos a: "El comercio atrae más comercio". ¿Qué estrategias propondría usted				X			X					X	

	para que el espacio urbano no se vea afectado ante la demanda e incremento comercial en el sector?				X			X					X	
7	Surge la idea de incorporar espacios exteriores de recreación dentro del área del equipamiento comercial. ¿Permitirá esta unificación de actividades al vínculo y la identificación de los ciudadanos con el equipamiento?				X			X					X	
8	Logrando la identidad de los ciudadanos con el objetivo del proyecto. ¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante la recuperación de los espacios urbanos?			X				X					X	
	<b>SUB CATEGORIA 3: Organización del equipamiento en la ciudad</b>													
9	De acuerdo al PDU de Sulina 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como MERCADOS ZONALES, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿Cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?			X			X					X		
10	Referente a la pregunta anterior ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos con ellos, puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?			X				X					X	

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)      Aplicable después de corregir ( )      No Aplicable ( )

Apellidos y nombre del juez validador: ANDY ALVARADO ALDANA

Especialista del Validador: MAESTRÍA TRANSPORTES Y CONSERVACIÓN VIAL

Pertinencia: la pregunta corresponde al concepto teórico formulado.  
 Relevancia: la pregunta es apropiada para representar a la subcategoría.  
 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta.

MD: Muy deficiente  
 D: Deficiente  
 A: Aplicable  
 MA: Muy aplicable

Validación del Instrumento Guía de entrevista aplicada al arquitecto (Arq. Alvarado Aldana, Andy).

**Certificado de valides de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al arquitecto**

N°	CATEGORIA 2: Espacio público	Pertinencia				Relevancia				Claridad				SUGERENCIA
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
<b>SUB CATEGORIA 1: Deterioro del Espacio Público</b>														
1	Según su experiencia como arquitecto urbanista ¿Cuáles son los criterios necesarios que usted aplicaría, si se tiene como objetivo la regeneración del espacio público relacionado con el comercio informal?			X					X				X	
2	Con respecto al deterioro de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión de vías y áreas de recreación pública por los comerciantes informales. ¿Por qué cree usted que la degradación de dicho sector ha seguido desarrollándose descontroladamente?				X			X					X	
3	¿Considera usted que, el detonante del deterioro de los espacios públicos en el sector Buenos Aires sea en su máximo porcentaje: la ocupación de comerciantes informales?				X			X			X			
4	Respecto a la pregunta anterior: ¿De qué forma se relaciona estos detonantes con la informalidad comercial?				X			X					X	
<b>SUB CATEGORIA 2: Recuperación de los espacios públicos</b>														
5	Considerando que la actividad económica abarca en un porcentaje considerable en el sector Buenos Aires. ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?			X				X					X	
<b>SUB CATEGORIA 3: Informalidad en los espacios públicos</b>														
6	Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar o minimizar desorden urbano generado en el espacio público de la avenida Buenos Aires?			X				X					X	
7	¿Qué otros detonantes pueden afectar la estructura urbana (vías públicas, parques, áreas recreativas, u otros)? ¿De qué forma estas pueden afectar al equipamiento comercial (mercado) propuesto en la investigación?				X			X					X	
8	Si los espacios públicos son asociados con las autoridades públicas, las cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad. ¿Por qué la ocupación de espacios públicos ha trascendido y se evolucionado sin ningún control de parte de las autoridades competentes?				X			X					X	

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X)      Aplicable después de corregir ( )      No Aplicable ( )

Apellidos y nombre del juez validador: ANDY ALVARADO ALDANA

Especialista del Validador: MAESTRÍA TRANSPORTES Y CONSERVACIÓN VIAL

Pertinencia: la pregunta corresponde al concepto teórico formulado.  
 Relevancia: la pregunta es apropiada para representar a la subcategoría.  
 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta.

MD: Muy deficiente  
 D: Deficiente  
 A: Aplicable  
 MA: Muy aplicable



Validación del Instrumento Guía de entrevista aplicada al arquitecto (Arq. Ventura Egoavil, Rubén Luis).

**Certificado de valides de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al arquitecto**

N°	CATEGORIA 1: MERCADO MAYORISTA	Pertinencia				Relevancia				Claridad				SUGERENCIA
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	<b>SUB CATEGORIA 1: Espacio y confort comercial</b>													
1	El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 en Sullana, buscaba ubicar a los comerciantes informales, sin embargo, este equipamiento no logró su objetivo. ¿Qué factores comerciales significarían esenciales, para lograr un espacio óptimo en el equipamiento?			X				X					XX	
2	La deficiencia de los mercados está asociada a la distribución de actividades, el flujo de circulación y la relación de sus espacios internos con los externos. En su experiencia como proyectista ¿Qué alternativas especiales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?			X			X				X			
3	La carencia de confort es un problema auténtico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario en relación con la arquitectura del mercado?			X			X				X			
	<b>SUB CATEGORIA 2: Renovación urbana</b>													
4	Colapsado un mercado, por el crecimiento poblacional, demanda de comerciantes, déficit de su infraestructura u otros. Se busca crear un mercado que responda a largo plazo. ¿Cuáles serían las características espaciales urbanas del sector donde se debe emplazar este equipamiento?				X			X					X	
5	Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades idea calles sólidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros. ¿Cómo buscaría potenciar el espacio urbano donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?			X			X				X			
6	¿Sabemos del impacto que genera un mercado en el entorno donde se emplaza, con ello nos referimos a: "El comercio atrae más comercio". ¿Qué estrategias propondría usted para que el espacio urbano no se vea afectado ante la demanda e incremento comercial en el sector?				X			X					X	
7	Surge la idea de incorporar espacios exteriores de recreación pasiva dentro del área del equipamiento comercial". ¿Permitirá esta unificación de actividades el vínculo y la identificación de los ciudadanos con el equipamiento?			X			X				X			
8	Logrando la identidad de los ciudadanos con el objetivo del proyecto. ¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante la recuperación de los espacios urbanos?			X			X				X			
	<b>SUB CATEGORIA 3: Organización del equipamiento en la ciudad</b>													
9	De acuerdo al PDU de Sullana 2030, donde se proyecta equipamientos catalogándolos como MERCADOS ZONALES, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿Cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?				X			X					X	
10	Referente a la pregunta anterior ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos con ellos, puede regularizar la aglomeración de comercio en un solo sector?				X			X					X	

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ( X )      Aplicable después de corregir ( )      No Aplicable ( )

Apellidos y nombre del juez validador: ARQ. RUBEN LUIS VENTURA EGOÁVIL

Especialista del Validador: Estudios de urbanismo.

Pertinencia: la pregunta corresponde al concepto teórico formulado.  
 Relevancia: la pregunta es apropiada para representar a la subcategoría.  
 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta.

MD: Muy deficiente  
 D: Deficiente  
 A: Aplicable  
 MA: Muy aplicable



Ruben Luis Ventura Egoavil  
**ARQUITECTO**  
 REG. CAP. N° 2781

Validación del Instrumento Guía de entrevista aplicada al arquitecto (Arq. Ventura Egoavil, Rubén Luis).

**Certificado de valides de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al arquitecto**

N°	CATEGORIA 2: Espacio publico	Pertinencia				Relevancia				Claridad				SUGERENCIA
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	SUB CATEGORIA 1: Deterioro del Espacio Publico													
1	Según su experiencia como arquitecto urbanista ¿Cuáles son los criterios necesarios que usted aplicaría, si se tiene como objetivo la regeneración del espacio público relacionado con el comercio informal?			X				X				X		
2	Con respecto al deterioro de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndonos a la invasión de vías y áreas de recreación pública por los comerciantes informales. ¿Por qué cree usted que la degradación de dicho sector ha seguido desarrollándose descontroladamente?				X				X				X	
3	¿Considera usted que, el detonante del deterioro de los espacios públicos en el sector Buenos Aires sea en su máximo porcentaje la ocupación de comerciantes informales?			X				X				X		
4	Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué forma se relaciona estos detonantes con la informalidad comercial?													
	SUB CATEGORIA 2: Recuperación de los espacios públicos													
5	Considerando que la actividad económica abarca en un porcentaje considerado en el sector buenos aires. ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?				X				X				X	
	SUB CATEGORIA 3: Informalidad en los espacios públicos													
6	Logrado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar o minimizar desorden urbano generado en el espacio público de la avenida buenos aires?				X				X				X	
7	¿Qué otros detonantes pueden afectar la estructura urbana (vías públicas, parques, áreas recreativas, u otros)? ¿De qué forma estas pueden afectar al equipamiento comercial (mercado) propuesto en la investigación?			X				X				X		
8	Si los espacios públicos son asociados con las autoridades públicas, los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad. ¿Por qué la ocupación de espacios públicos ha trascendido y va evolucionado sin ningún control de parte de las autoridades competentes?			X				X				X		

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ( X )      Aplicable después de corregir ( )      No Aplicable ( )

Apellidos y nombre del juez validador: ARQ. RUBEN LUIS VENTURA EGOÁVIL

Especialista del Validador: Estudios Maestría en Arquitectura con mención en Planificación Urbana.

Pertinencia: la pregunta corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: la pregunta es apropiada para representar a la subcategoría.

Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta.

MD: Muy deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy aplicable



Ruben Luis Ventura Egoavil  
ARQUITECTO  
REG. CAP. N° 3791

Validación del Instrumento Guía de entrevista aplicada al arquitecto (Mg. Arq. León Panta, Víctor Jair).

**Certificado de valides de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al arquitecto**

N°	CATEGORIA 1: MERCADO MAYORISTA	Pertinencia				Relevancia				Claridad				SUGERENCIA
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
<b>SUB CATEGORIA 1: Espacio y confort comercial</b>														
1	El Complejo comercial Buenos Aires N° 12 en Sullana, busca ubicar a los comerciantes informales, sin embargo, este equipamiento no logra su objetivo. ¿Qué factores comerciales significarían esenciales, para lograr un espacio óptimo en el equipamiento?			X			X				X			
2	La deficiencia de los mercados está asociada a la distribución de actividades, el flujo de circulación y la relación de sus espacios internos con los externos. En su experiencia como proyectista ¿Qué alternativas espaciales cree usted que debe darle respuesta a esta problemática?			X			X				X			
3	La carencia de confort es un problema autentico de los mercados existentes en Sullana. ¿Qué estrategias deben proponerse en base al entorno y estilo de vida del usuario en relación con la arquitectura del mercado?			X			X				X			
<b>SUB CATEGORIA 2: Renovación urbana</b>														
4	Colapsado un mercado, por el crecimiento poblacional, demanda de comerciantes, déficit de su infraestructura u otros. Se busca crear un mercado que responda a largo plazo. ¿Cuáles serían las características espaciales urbanas del sector donde se debe emplazar este equipamiento?			X			X				X			
5	Los mercados por su actividad tienen un horario de funcionamiento, culminadas estas actividades deja calles solidas, expuestas a la delincuencia, contaminación, u otros. ¿Cómo buscaría potenciar el espacio urbano donde se emplaza este mercado, de tal forma, sea un espacio recurrente a lo largo del día?			X			X				X			
6	Sabemos del impacto que genera un mercado en el entorno donde se emplaza, con ello nos referimos a: "El comercio atrae más comercio". ¿Qué estrategias propondría usted para que el espacio urbano no se vea afectado ante la demanda e incremento comercial en el sector?			X			X				X			
7	Surge la idea de incorporar espacios exteriores de recreación pasiva dentro del área del equipamiento comercial. ¿Permitiría esta unificación de actividades el vínculo y la identificación de los ciudadanos con el equipamiento?			X			X				X			
8	Logrando la identidad de los ciudadanos con el objetivo del proyecto. ¿De qué manera puede influenciar la participación de los ciudadanos ante la recuperación de los espacios urbanos?			X			X				X			
<b>SUB CATEGORIA 3: Organización del equipamiento en la ciudad</b>														
9	De acuerdo al PDU de Sullana 2020, donde se proyecta equipamientos catalogados como MERCADOS ZONALES, siendo estos rechazados por los vendedores y población. ¿Cuál cree que es la causa de rechazo de estos equipamientos?			X			X				X			
10	Referente a la pregunta anterior ¿considera usted que el funcionamiento de estos mercados zonales y la identidad de los ciudadanos con ellos, puede regular la aglomeración de comercio en un solo sector?			X			X				X			

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (  )    Aplicable después de corregir (  )    No Aplicable (  )

Apellidos y nombre del juez validador: Arq. Víctor Jair León Panta

Especialista del Validador: Arquitecto Urbanista

Pertinencia: la pregunta corresponde al concepto teórico formulado.  
 Relevancia: la pregunta es apropiada para representar a la subcategoría.  
 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta.

MD: Muy deficiente  
 D: Deficiente  
 A: Aplicable  
 MA: Muy aplicable

  
**VICTOR JAIR LEÓN PANTA**  
 ARQUITECTO  
 C.A.P. 11590

Validación del Instrumento Guía de entrevista aplicada al arquitecto (Mg. Arq. León Panta, Víctor Jair).

**Certificado de valides de contenido del instrumento: Guía de entrevista aplicada al arquitecto**

N°	CATEGORIA 2: Espacio publico	Pertinencia				Relevancia				Claridad				SUGERENCIA
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	SUB CATEGORIA 1: Deterioro del Espacio Publico													
1	Según su experiencia como arquitecto urbanista ¿Cuáles son los criterios necesarios que usted aplicaría, si se tiene como objetivo la regeneración del espacio público relacionado con el comercio informal?			X				X						
2	Con respecto al deterioro de los espacios públicos en el sector Buenos Aires, refiriéndose a la invasión de vías y áreas de recreación pública por los comerciantes informales. ¿Por qué cree usted que la degradación de dicho sector ha seguido desarrollándose descontroladamente?			X				X						
3	¿Considera usted que, el detonante del deterioro de los espacios públicos en el sector Buenos Aires sea en su máximo porcentaje la ocupación de comerciantes informales?			X				X						
4	Respecto a la pregunta anterior. ¿De qué forma se relaciona estos detonantes con la informalidad comercial?			X				X						
	SUB CATEGORIA 2: Recuperación de los espacios públicos													
5	Considerando que la actividad económica abarca en un porcentaje considerado en el sector buenos aires. ¿A qué estrategias urbanas recurriría usted para mantener el orden en los espacios públicos de la zona?			X				X						
	SUB CATEGORIA 3: Informalidad en los espacios públicos													
6	Lagado el objetivo de la investigación: Creación de un mercado mayorista para la recuperación del espacio público en el Distrito de Sullana. ¿Considera usted que la formalidad será suficiente para controlar o minimizar desorden urbano generado en el espacio público de la avenida buenos aires?			X				X						

7	¿Qué otros detonantes pueden afectar la estructura urbana (vías públicas, parques, áreas recreativas, u otros)? ¿De qué forma estas pueden afectar al equipamiento comercial (mercado) propuesto en la investigación?			X				X						
8	Si los espacios públicos son asociados con las autoridades públicas, los cuales organizan un Plan de Desarrollo Urbano que tiene vigencia a largo plazo y vela por la proyección de la ciudad. ¿Por qué la ocupación de espacios públicos ha trascendido y se evolucionado sin ningún control de parte de las autoridades competentes?													

Observaciones: \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (  )    Aplicable después de corregir (  )    No Aplicable (  )

Apellidos y nombre del juez validador: Arq. Víctor Jair León Panta

Especialista del Validador: Arquitecto Urbanista

Pertinencia: la pregunta corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: la pregunta es apropiada para representar a la subcategoría.

Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta.

MD: Muy deficiente

D: Deficiente

A: Aplicable

MA: Muy aplicable



VICTOR JAIR LEÓN PANTA  
ARQUITECTO  
C.A.P. 11580

## Anexo F: Evidencias fotográficas de colaboración de especialistas.

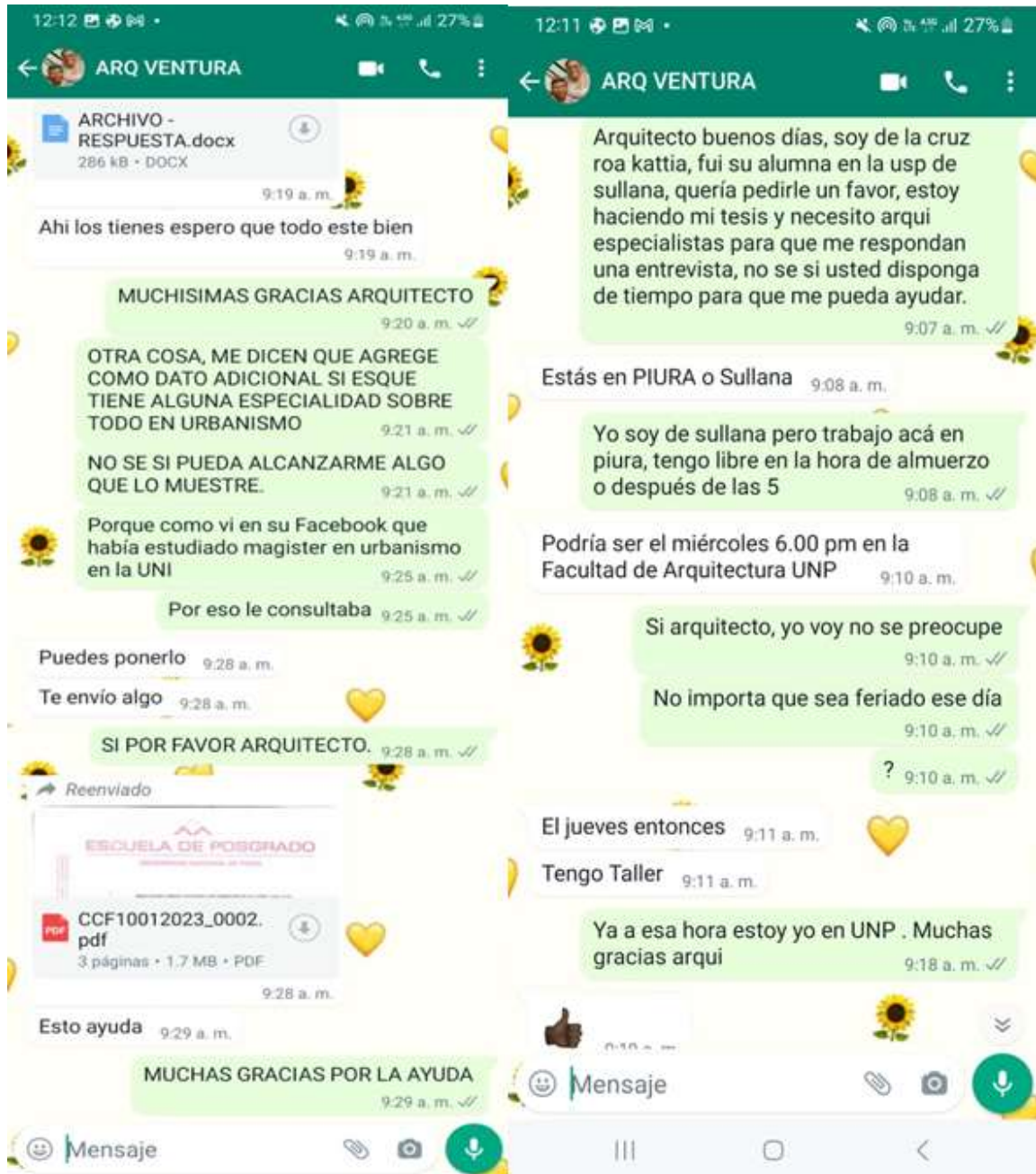
### Especialista N° 1: Arq. Andy Alvarado Aldana



- Estudio la maestría de transporte y conservación vial del Arq. Andy Alvarado Aldana



## Especialista N° 2: Arq. Rubén Luis Ventura Egoavil



- Maestría en Arquitectura con mención en planificación urbana del Arq. Rubén Luis Ventura Egoavil

  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA**

**RESOLUCIÓN CONSEJO DE ESCUELA DE POSGRADO N° 016-DEPG-UNP-2018**  
**Piura, 17 de setiembre del 2018**

**Visto**, el OFICIO N° 87-PROMAQ-EPG-UNP, Presentado por el Coordinador de la Maestría en Arquitectura (PROMAQ), solicitando la convalidación de Cursos Posgraduales de la Maestría en Arquitectura con Mención en Asentamientos Humanos de la Universidad Nacional de Ingeniería, con los cursos de la Maestría en Arquitectura con Mención en Planificación Urbana de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura, a favor del Señor: **VENTURA EGOAVIL - RUBEN LUIS**,

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con lo dispuesto en el Capítulo VI Artículo 80 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, dice que solamente podrán convalidarse materias cursadas de rango Universitario y reconocido oficialmente y cuyo contenido sea equivalente a los contenidos de los correspondientes planes de estudio.

**Que**, según Artículo N° 41, los casos no previstos en este capítulo serán resueltos por Consejo de Escuela y habiendo previo informe de la Coordinación de la Maestría Arquitectura y la Comisión Académica y de Reglamentos.

**Que**, en sesión Ordinaria del día 13 de setiembre del 2018 el Consejo de Escuela de Posgrado - UNP, aprobó la convalidación de cursos llevados en la Universidad Nacional de Ingeniería, con los de la Maestría en Arquitectura de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Piura, al Señor: **VENTURA EGOAVIL - RUBEN LUIS**.

**ESTANDO DE CONFORMIDAD** a lo solicitado por el Coordinador del PROMAQ, el Director de la Escuela de Posgrado en uso de las atribuciones legales que le confiere el cargo.

**RESUELVE:**

1. **APROBAR LA CONVALIDACION DE ESTUDIOS POSGRADUALES SOLICITADOS POR EL SEÑOR VENTURA EGOAVIL - RUBEN LUIS, PROCEDENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA - MAESTRIA EN ARQUITECTURA CON MENCIÓN EN ASENTAMIENTOS HUMANOS; CON LOS CURSOS DE LA DE LA MAESTRÍA EN ARQUITECTURA MENCIÓN PLANIFICACIÓN URBANA ESCUELA DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA; DE ACUERDO AL SIGUIENTE CUADRO:**





UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA  
Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Artes  
Sección de Postgrado y Segunda Especialización



Escuela de Arquitectura  
Notas

Agosto 1990 - Diciembre 1991

Alumno: VENTURA BGOAVIL, Ruben Luis  
Sección: ASENTAMIENTOS HUMANOS

Código No. 9942/4

Asignatura: Nota Calif. Créd.

CICLO (15 Agosto - 13 Octubre 1990)

AR-101	Asentamientos Humanos	17.0	B	
CO-101	Construcción y Diseño	15.9	B	
DI-101	Diseño Arquitectónico	17.0	B	
ME-101	Métodos y Técnicas de la Investigación	14.0	B	
HI-101	Historia de la Arquitectura y el Urbanismo	16.0	B	14.14 (4.04)

CICLO BASICO (31 Octubre 1990-15 Febrero 1991)

AR-201	Teoría del Desarrollo Urbano	16.0	B	
AR-202	Seminario de Escuelas Políticas de los Asentamientos Humanos	15.0	B	
AR-203	Geografía Aplicada a los Asentamientos Humanos	17.0	B	
DI-201	Diseño de la Investigación	17.0	B	
DE-202	Desarrollo Nacional	15.0	B	14.14 (4.04)
ET-101	Extensión Cultural I	14.0	B	

CICLO DE ESPECIALIZACION (15 Abril - 13 Setiembre 1991)

AR-301	Escuelas de Desarrollo Urbano	15.0	B	
AR-302	Sociología de los Asentamientos Humanos	15.0	B	
AR-303	Ecología	16.0	B	
AR-304	Taller de Análisis de Diseño de los Asentamientos Humanos I	14.0	B	
ET-301	Extensión Cultural II	14.0	B	
CO-302	Computación Aplicada a la Arquitectura I	15.9	B	14.14 (4.04)

CICLO (25 Setiembre - 30 Diciembre 1991)

AR-401	Taller de Análisis de Diseño de los Asentamientos Humanos II	18.0	B	B
CO-402	Computación Aplicada a la Arquitectura II	16.6	B	B
DE-403	Seminario de Tesis	12.0	B	B

Nota promedio del Curso y total de créditos ..... 15.6 B 61

Se declara apto para presentar Plan de Tesis de Grado.

04 de Agosto de 1992

Escala de Calificaciones:

20.0 - 18.0	Muy Buena	(98)
17.9 - 14.0	Buena	(8)
13.9 - 11.0	Deficiente	(5)
10.9 - 04.0	Desaprobado	(3)
03.9 - 00.0	Reprobado	(0)
	Certificado de Asistencia	(A)

Lizana Puelles

NOTARIA

CERTIFICO: QUE ESTA COPIA FOTOSTÁTICA ES IDENTICA AL ORIGINAL QUE HE VISTO A LA VISTA, CON LA CUAL HE COMPROBADO LA FIRMAS QUE LEGALIZO

13 SET. 2018



Arq. JOSE BONTIN STELL-CARRICO  
Decano



Arq. PABLO EDUARDO BAZAL  
Secretario Ejecutivo



## Especialista N° 3: Arq. Rubén Luis Ventura Egoavil



Aplicativo



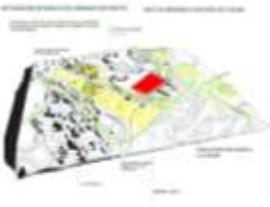

Guía

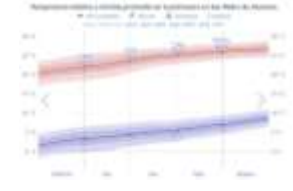

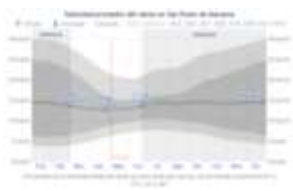
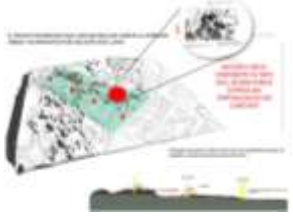

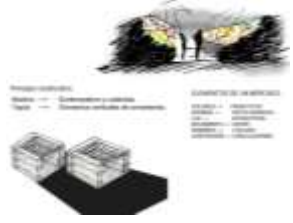
## REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES






Graduado	Grado e Título	Institución
LEON PANTA, VICTOR JAIR DNI 41382630	ARQUITECTO  Fecha de diploma: 12/11/2008 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA PERU
LEON PANTA, VICTOR JAIR DNI 41382630	BACHILLER EN ARQUITECTURA Y URBANISMO  Fecha de diploma: 31/05/2007 Modalidad de estudios: -  Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA PERU
LEON PANTA, VICTOR JAIR DNI 41382630	MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA  Fecha de diploma: 16/05/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL  Fecha matrícula: 31/01/2020 Fecha egreso: 07/02/2022	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C. PERU

## Anexo G: Casos exitosos





### Caso N° 1







CASO N° 1		CUADRO DE SISTESIS DE CASOS ESTUDIADOS			
		MERCADO DE ABASTOS SAN PEDRO DE ATACAMA			
DATOS GENERALES					
Ubicación: San Pedro de Atacama, Loa Chile		Proyectista: Constanza Armaza Gody		Año de Construcción: 2014	
Análisis Contextual					Conclusiones
Emplazamiento		Morfología de Terreno			
<p>San Pedro Atacama se ubica al sur, provincia de El Loa, al este de Antofagasta, la capital regional. Por su topografía la trama urbana es de forma irregular, estructurada en un eje con equipamientos importantes para la ciudad.</p>		<p>Se desarrolla en un área de 4 500 m<sup>2</sup>, su relieve es ligeramente accidentado, el terreno presenta ondulaciones que van de diferencia entre 0.50 cm.</p>		<p>Armaza, propone la integración y dialogo con el entorno mediante una morfología que se entrelaza con el territorio, que es característico de San Pedro de Atacama.</p>	
Análisis Vial		Relación con el entorno			Aportes
<p>el edificio es delimitado por su frente con Paso Tumisa, a la derecha con Paso Lasca, a la izquierda, con propiedad de terceros, al fondo con Paso Geiser. Próximos a estas se encuentra un nuevo punto de acceso a la comuna: Paso Sico</p>		<p>se relaciona entre programas de retroalimentación en cuanto a equipamiento, que complementa la intención urbana e infraestructura existente.</p>		<p>Se propone un acceso peatonal con el fin de potenciar lo existente y remate del paseo peatonal existente, donde además se enmarca el frente del proyecto. El acceso de vehículos en desde las vías estructurantes. El proyecto es el equipamiento que completa la intención urbana con el resto de equipamientos.</p>	



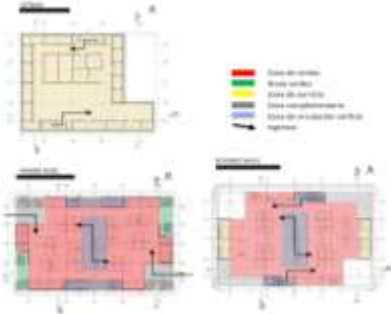

Análisis bioclimático		Análisis Formal		
<b>Clima</b>		<b>Asoleamiento</b>		<b>Aporte</b>
Las temperaturas en el día llegan hasta los 26 °C, y las mínimas son alrededor de 8 °C		El sol nace por el este y se oculta en el oeste.		La luz es aprovechada dentro de los espacios, que generan una experiencia grata por sus sobras, texturas, color, especialmente en los grandes pasillos donde se transita. La temperatura de esta se contrarresta debido a que los espacios dentro de la edificación, siguen el recorrido de estos.
<b>Vientos</b>		<b>Orientación</b>		<b>Conclusiones</b>
La dirección del viento por hora en San Pedro de Atacama en el verano es predomina del oeste, aproximadamente del 52 % el 28 de enero.		los puestos de productos se orientan hacia la comunidad, la extensión de usos hacia el exterior, conecta su actividad con los predios existentes.		la propuesta de armaza, se posiciono de acuerdo a los vientos y al asoleamiento del lugar, que permiten el recorrido completo del mismo, además, esta misma genera que sus actividades se relacionen hacia el exterior.
<b>Ideograma conceptual</b>		<b>Ideograma conceptual</b>		<b>Aportes</b>
El edificio fomenta a través de sus espacios el confort para los usuarios, además agrega actividades culturales para el funcionamiento permanente de este.		Los principios formales parten de los elementos del mercado  ELEMENTOS DE UN MERCADO COLORES -> PRODUCTOS AROMAS -> FRUTA-VERDURA LUZ -> ESTRUCTURA MOVIMIENTO -> GENTE SOMBRA -> LOCALES CONTENCIÓN -> CIRCULACIONES		Armaza, presenta el tema formal del proyecto en base a un elemento característico del mercado, la forma lineal de esta ayuda a disponer de la organización en los espacios.

Características de la forma		Materialidad		Aporte
<p>De organización libre en los puestos de venta y genera un ordenamiento general a través de sus espacios lineales, que siguen una trama ortogonal cuadrada, con desfases, generando ritmo y movimiento en la edificación.</p>		<p><b>1 cerramiento</b>  Extensión: Muros de Tapial  Muros de Contención  Subdivisiones interiores tabiquería  <b>2 cubiertas</b>  Circulación: parrones de madera  Techos  <b>Suelos:</b>  Adoquines  Plazuelas verdes</p>		<p>los materiales son compatibles con el clima donde se emplaza el proyecto, los colores y textura dejan que permanezca la esencia de un mercado tradicional. Los materiales a disponer son de la zona.</p>
Análisis Funcional				
Zonificación				Conclusiones
<p>se propone una zonificación según los productos, además se integra una zona cultural, con espacios abiertos que pretende orientar a las distintas atmosferas de dicho lugar.</p>				<p>sus 17 zonas se logran unir mediante la circulación, ha incluido dentro de ellas, zonas culturales para uso público, estas zonas se conectan directamente con equipamientos exteriores como, zonas recreativas de actividad pasivas y activas.</p>
Flujogramas		Programa Arquitectonico		Aporte
<p>integración y dialogo con el entorno mediante una morfología que se emplaza con el territorio, donde aparecen nuevas instancias, lugares y conexiones. Además de generar recorrido que permitan recorrer todas las instalaciones, se generan conexiones directas desde el mercado a otros equipamientos exteriores, como: plazas, parques, paseo peatonal, artesanos, vivienda.</p>		<p>Superficie Total: 5530m2  Superficie total edificada: 1818m2  Circulac. De mercado: 873m2  Puestos de productos: 585m2  Bar-restaurant: 270m2  Restaurant-cocinería: 182m2  Comedores: 662m2  Terraza miradora 2N: 90m2  Terraza Comedor 2N: 164m2  Área de Fogones: 50m2  Área de Arbóreas: 108m2  Circulación vertical: 64m2  Área servicios mercado: 231m2  Área de fiestas: 1576m2  Área de carga y descarga: 918m2  Estacionamiento Vehicular: 790m2  Estacionamiento bicicletas: 97m2</p>		<p>el mercado presenta una circulación lineal, ingresos diferenciados, para usuario peatón y usuario con vehículos, los espacios de venta están diseñados para cada tipo de productos, los cuales se encuentran agrupados según la zonificación.</p>

Caso N° 2





CASO N° 2		CUADRO DE SISTESIS DE CASOS ESTUDIADOS		
		NUEVO CENTRO DE ABASTOS, COMO FRAGMENTO DE SOLUCION DEL DESORDEN URBANO, EN EL CERCADO DEDL DISTRITO DE REQUE		
DATOS GENERALES				
Ubicación: Distrito Reque_Prov. Chiclayo_Dep. Lambayeque.		Proyectista: SARA ELIZABETH PUYEN HUERTAS		Año de Construcción: 2020
Análisis Contextual				Conclusiones
Emplazamiento		Morfología de Terreno		
<p>Emplazado al suroeste del Distrito de Reque, cercano a los cultivos agrícolas, y en una zona urbana con un entramado de calles ortogonales.</p>		<p>Se desarrolla en un área de 3.2 hectáreas, su relieve es mayormente llano, con ligeras ondulaciones</p>		<p>El arquitecto Sara Puyen, considero la ubicación del mercado de abasto por la complejidad de su área, a pesar de estar próxima a los cultivos agrícolas, no se aleja con la zona céntrica de Reque.</p>
Análisis Vial		Relación con el entorno		Aportes
<p>La orientación del edificio es delimitada entre las calles Jorge Chávez, La Paz y la Prolongación Real. Próxima a estas se encuentra la Au. Panamericana Norte.</p>		<p>conectado con el eje comercial de la ciudad, debido a la relación que tiene con el centro (plaza de armas), mercado principal, entre otros equipamientos tiendas en menos de 6 cuadras alrededor.</p>		<p>su ubicación le permite estar dentro del eje comercial de la ciudad, la relación cercana con la zona agrícola le permite el confort, para una mejor ventilación e iluminación, sus ejes viales lo relacionan con los sectores cercanos del entorno de Reque.</p>


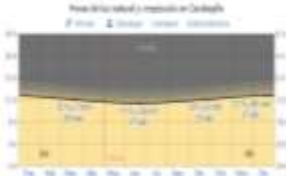
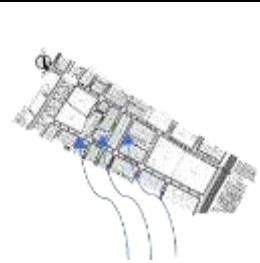
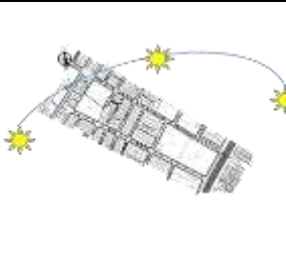
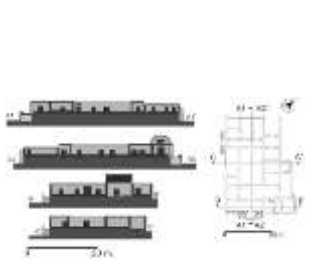
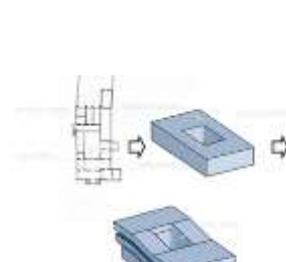
Análisis bioclimático				
Clima		Asoleamiento		Aporte
<p>Los veranos llegan a ser cortos, cálidos y, además, nublados; mientras que los inviernos llegan a ser largos, ventosos y despejados. La temperatura, generalmente varía entre 16 °C a 30 °C, considerando que rara vez cambia a menos de 15 °C o sube a más de 32 °C.</p>		<p>Los veranos llegan a ser cortos, cálidos y, además, nublados; mientras que los inviernos llegan a ser largos, ventosos y despejados. La temperatura, generalmente varía entre 16 °C a 30 °C, considerando que rara vez cambia a menos de 15 °C o sube a más de 32 °C.</p>		<p>En el edificio se optimizó la luz natural, con varios vanos en un mismo ambiente, que además de generar el ingreso de luz, optimiza la ubicación de las zonas. su permanente constante solar y la escasa de colindantes en edificaciones, se generó doble altura para contrarrestar y crear sombras.</p>
Vientos		Orientación		Conclusiones
<p>La estratégica ubicación hace que los vientos predominantes del sur donde se encuentran la zona agrícola, arborización, hace que llegue el aire fresco y se concentre en la plataforma de ventas interior de la edificación. Los vientos llegan de sur oeste a noreste.</p>		<p>La orientación del proyecto en el terreno, encaja con respecto a su entorno.</p>		<p>El proyecto cuenta con paneles como cubierta, que permite el ingreso de iluminación y ventilación natural, además estos son aislantes acústicos. Pose equipamiento externo con cubiertas y vegetación para contrarrestar la temperatura en estas misma.</p>
Análisis Formal				
Ideograma conceptual		Ideograma conceptual		Aportes
<p>El edificio otorga función, estética y tecnología. Además, fomenta a través de sus espacios de venta la productividad de los comerciantes, y una satisfacción óptima en cumplir con la necesidad del consumidor.</p>		<p>Sara Puyen también se enfocó en el perfil urbano, inspirado en formas geométricas lineales y creo un modelo de arquitectura moderna. Visualmente el edificio se compone como uno solo a gran escala, característico de los mercados.</p>		<p>la idea rectora es contextual, su forma busca ser compatible con la morfología del entorno, la forma de su primer nivel, permite la fluidez y la relación de espacios interiores con los exteriores, de manera que cumplan con las necesidades de los usuarios.</p>

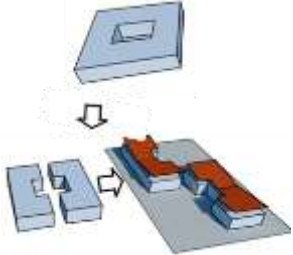

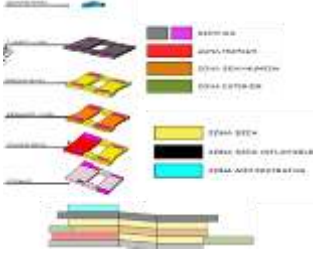



Características de la forma		Materialidad		Aporte
<p>visualmente cuenta con dos bloques de volumen, pero además posee un sótano. Aplica simetría en el desfase de sus esquinas, generando áreas cómodas y espaciosas para la carga y descarga dentro del mercado</p>		<p>El uso de vigas y columnas permite una cimentación convencional. Sistema constructivo a base de concreto cicular y reforzado de acero. Cubiertas planas, con un sistema de tragaluzes que permiten iluminación natural.</p>		<p>sus materiales estructurales y sus cubiertas permiten el confort dentro de la edificación. La volumetría guarda relación con el entorno donde se emplaza, además de seguir con la línea a gran escala característica de un mercado. Las formas lineales continúan en el interior de la edificación, que permiten la relación de los espacios internos.</p>
Análisis Funcional				
Zonificación				Conclusiones
<p>sótano: área privado almacenes, solo para los vendedores. Primer piso- Zona de ventas: exposición de productos de abasto. Segundo piso- área de ventas, comedor y ss.</p>			<p>tiene una zonificación organizada, cada uno cumple su función de aporte a cada usuario, sus dos ingresos permiten contrarrestar la aglomeración y permite el control de aforo.</p>	
Flujogramas		Programa Arquitectónico		Aporte
<p>la zona con más flujo es la zona de ventas, marca dos ingresos principales, por diferentes calles, acceso para todo el público a los siguientes niveles, y tiene circulaciones privadas solo para personal autorizado, que es referente al sótano (almacenes).</p>		<p>Presenta un programa que busca atender las necesidades básicas. Siendo el área más importante la zona de ventas, seguido con las complementarias y servicios. Considera circulaciones amplias y circulación vertical accesibles a todo el público.</p>	<p>ingresos diferenciados, zonas distribuidas de acorde a las necesidades y ordenados según el tipo de productos. Conectividad vertical y horizontal de acceso a todo público. Cumple con un área de almacén y con ello con áreas complementarias que suman a las necesidades tanto del usuario vendedor como consumidor.</p>	



### Caso N° 3

CASO N° 3		CUADRO DE SISTESIS DE CASOS ESTUDIADOS		
		Diseño de mercado minorista para mejorar la imagen urbana del pueblo joven el progreso del distrito de Carabaylo al 2021		
DATOS GENERALES				
Ubicación: Carabaylo _Lima metropolitana		Rick Mifflin Rojas Pimentel		Año de Construcción: 2018
Análisis Contextual				Conclusiones
Emplazamiento		Morfología de Terreno		
<p>El proyecto se encuentra en una vía principal, con el objetivo de trabajar un ordenamiento vehicular</p>		<p>El entorno en relación maneja una cuadrícula ordenada ortogonal donde las viviendas son visibles por su cuadrícula, aunque no son rectas, mantienen un confort vehicular.</p>		<p>la excelente ubicación del mercado mayorista un pluvial donde genera un alto nivel comercial y económico como del área de desarrollo y sobre todo en constante actividad inmobiliaria.</p>
Análisis Vial		Relación con el entorno		Aportes
<p>el mercado se encuentra entre las vías principales, Av. Universitaria y la Av. Manuel Prado. A la vez por la Av. Tupac Amaru, donde encontramos actualmente el mercado informal.</p>		<p>las viviendas del sector son de 1 o 2 pisos, y no cambian mucho, a no ser que se proponga otros tipos de comercio de mayor magnitud.</p>		<p>el distrito marca la necesidad de fortalecer los equipamientos como los espacios públicos, donde se genere la relación de usuarios de las personas que viven o trabajan.</p>

Análisis bioclimático				
Clima		Asoleamiento		Aporte
<p>El clima, es templado Cálido, ya que al estar alejado de lima centro llegan a tener una temperatura que llegan a ser de 12°C a 30°C</p>		<p>el día en Carabayllo, no varía considerablemente. En el año, solamente varía 49 minutos, a comparación de las 12 horas en todo el año.</p>		<p>El arquitecto ha tomado en cuenta las condiciones climáticas que favorezcan la propuesta, analizando los tiempos del asoleamiento que influyen directamente en la propuesta.</p>
Vientos		Orientación		Conclusiones
<p>La velocidad del viento es de 1.1 m/s con dirección sur-suroeste.</p>		<p>La dirección puesta del sol es por el Este y se oculta en el Oeste</p>		<p>los niveles de piso a techo se consideraron con promedio de 3.50 m para mantener un ambiente frente dentro del proyecto. A la vez se aprovechará la luz del sol con paneles solares, haciendo sostenible el proyecto.</p>
Análisis Formal				
Ideograma conceptual		Ideograma conceptual		Aportes
<p>Se basa a "La Hacienda Punchauca" la arquitectura colonial cuenta con amplio patio céntrico, que funciona para mejorar las condiciones climáticas como la iluminación y ventilación interna.</p>		<p>El arquitecto mantuvo la idea patio central como eje bajo el cual se desarrolló el mercado de abastos, generando un proyecto confortable.</p>		<p>El arquitecto ordeno de manera objetiva el mercado, donde objetivito controlar la iluminación y ventilación del proyecto.</p>

Características de la forma		Materialidad		Aporte
<p>las características de los patios de comidas cuentan con el mismo concepto, manteniendo el patio céntrico y con las demás zonas en torno a él. Separándolo generando una explanada multiusos.</p>		<p>Los materiales que se plantearon en el proyecto es el material noble, estructura aporticado de concreto armado y material liviano para las cubiertas</p>		<p>el proyecto tiene como función ordenar y jerarquizar un patio central en los niveles, donde se desarrolla alrededor el comercio y a la vez, las áreas complementarias del proyecto para su mejor funcionamiento.</p>
Análisis Funcional				
Zonificación	Organigrama		Conclusiones	
<p>la zonificación del mercado se fue desarrollando de manera ordenada según las necesidades de los usuarios desde la zona de servicios en el sótano, hasta la zona administrativa en la zona superior</p>		<p>los servicios en la están implementados desde el sótano, consiguientemente, creciendo de manera vertical donde se desarrollan tanto la zona húmeda y seca en el segundo nivel y las zonas semi húmedas, secas inflamables y la zona administrativa correspondientemente.</p>		<p>la zonificación del mercado de abastos mayorista, se desarrolló en los 5 niveles del proyecto, marcando un orden vertical en la volumetría, generando espacios verdes en todos los niveles.</p>
Flujogramas		Programa Arquitectónico		Aporte
<p>el flujo de interacción mayormente en es alto y medio, donde interactúan a mayor rango</p>		<p>la relación de ambientes está basada según la zonificación de ambientes, siguiendo un orden funcional</p>		<p>los ambientes planteados, son generalmente ordenados bajo un patio según la idea de partida, con los niveles altos se mantiene la ventilación e iluminación que se busca en el punto de partida</p>

## Matriz comparativa de aportes de casos

Matriz comparativa de aporte de casos			
	<p>CASO N° 1: NUEVO CENTRO DE ABASTOS, COMO FRAGMENTO DE SOLUCIÓN DEL DESORDEN URBANO, EN EL CERCADO DEL DISTRITO DE REQUE</p>	<p>CASO N° 2: MERCADO DE ABASTOS SAN PEDRO DE ATACAMA</p>	<p>CASO N° 3: DISEÑO DE MERCADO MINORISTA PARA MEJORAR LA IMAGEN URBANA DEL PUEBLO JOVEN EL PROGRESO DEL DISTRITO DE CARABAYLLO AL 2021</p>
<p>ANÁLISIS CONTEXTUAL</p>	<p>El proyectista emplaza el anteproyecto dentro del entramado urbano y de las calles ortogonales, sin romper con la imagen urbana.</p> <p>Su estratégica ubicación, permitió integrar y potenciar al eje comercial de la zona.</p> <p>La extensión de su área es beneficiosa para cumplir con los requerimientos del equipamiento, se concentra entre vías importantes.</p>	<p>Inclusivo con el entorno, utiliza las visuales de sus espacios como atracción al paisaje urbano.</p> <p>Cumple la función de equipamiento complementario para la zona.</p> <p>Se integra a espacios como parques, centro cultural, plazas artesanales, paseo turístico, sin alterar la función de este, a través de su circulación interna y sus vías.</p>	<p>El proyecto fue emplazado de una manera estratégica aprovechando los ejes viales principales del distrito, de esta manera potenciar el eje económico del mercado.</p> <p>El proyecto tiene el objetivo de integrar el comercio con los demás equipamientos dentro del sector, con el fin de aprovechar la reactivación económica.</p>
<p>ANÁLISIS BIOCLIMÁTICO</p>	<p>Se usó los niveles a gran escala, para contrarrestar la sensación termina y crear sombra, se generó doble altura y varios vanos en un mismo ambiente.</p> <p>Óptima ubicación de las zonas con respecto al sol y</p>	<p>Adecuada ubicación aprovechando al máximo la luz del sol y el viento.</p> <p>Genera el ingreso intencionado de la luz solar directa hacia el interior en</p>	<p>En el proyecto, se le considero trabajar con niveles altos, para mantener un mejor confort climático en el mercado. Ya que se considera una zona calurosa.</p>

	<p>vientos predominantes, por los olores...</p> <p>uso de coberturas perforadas que permiten el ingreso de la luz contralada y generan formas, texturas y colores, sobre todo en los espacios de circulación.</p>	<p>los espacios de circulación, generando un recorrido confortable y agradable.</p> <p>Ayuda a reducir el uso excesivo de luz artificial.</p>	<p>Se considero los paneles solares para aprovechar la energía solar y generar un proyecto autosostenible.</p>
ANÁLISIS FORMAL	<p>La idea rectora es contextual, toma la trama urbana ortogonal del barrio y forma el edificio como un solo volumen.</p> <p>en su totalidad se proyecta a una construcción en hormigón o derivados del cemento.</p> <p>Orientada en dos plantas, y genera dos ingresos por dos calles diferentes.</p> <p>Aprovechamiento del subsuelo para generar la zona de servicio (almacenes para los comerciantes).</p>	<p>Su idea rectora es contextual, se relaciona con la tipología del terreno, haciendo que estos generan movimiento en toda su composición.</p> <p>Unidad volumétrica remarcada por balcones que generan desde otro nivel de la edificación tener espacios con visuales hacia el valle de montañas emplazado en el entorno.</p> <p>Usa materiales convencionales de la zona para su estructura, modula a través de estos espacios abiertos que logran unas visuales excepcionales hacia el exterior.</p> <p>Se logra conectar el exterior con el interior.</p>	<p>La idea rectora es contextual, conservando la funcionalidad de la Hacienda Punchauca. Generando un desarrollo funcional a partir de un patio central. De esta generar las zonas de venta a partir de los patios centrales.</p> <p>A la vez algunos puestos de comercialización se generaron a partir de esta ideología, generando una función limpia y direccionada. Los materiales que se plantearon para el proyecto son materiales nobles, manejado con un sistema estructural a porticado.</p>
ANÁLISIS FUNCIONAL	<p>Ingresos diferenciados. ubicado paralelamente a calles principales de gran espacio y acceso inmediato,</p>	<p>Ingreso diferenciado separa al peatón y lo conecta con el paseo turístico; y el acceso vehicular</p>	<p>Los ingresos al mercado son claramente remarcados, en las</p>

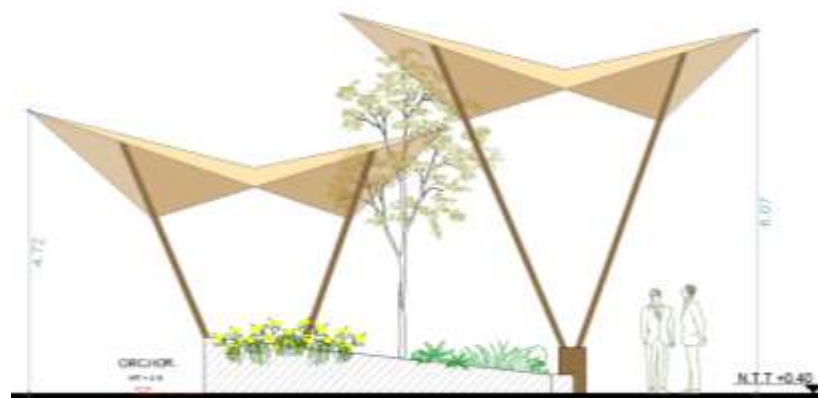
	<p>tanto para peatón como vehicular.</p> <p>Zonas distribuidas de acorde a la necesidad del consumidor y vendedor las cuales son: zona seca, húmeda y semiseca, zona de servicio y; haciendo un total de 7 zonas.</p> <p>La circulación es amplia de 3.00 ml. Estas circulaciones en la zona húmeda poseen rejillas de drenaje.</p> <p>Programa de tres niveles donde la zona de servicio (almacenes se conectan directamente con la zona de ventas: seco, semiseco, húmedo); además la conectividad de estas zonas es de forma vertical.</p>	<p>por una vía de rápido acceso.</p> <p>Ubicación estratégica de la circulación dentro del proyecto permite el libre tránsito del peatón y lo conecta directamente con equipamientos externos.</p> <p>Distribución adecuada de áreas por productos, y agrega una zona cultural, que funciona a horas diferentes del mercado, para generar uno en todo el día del equipamiento.</p>	<p>vías principales, tanto el ingreso peatonal como el ingreso vehicular.</p> <p>Las zonas del mercado estas distribuidas de manera vertical, generando un orden tanto para la accesibilidad como para el abastecimiento de los mismos.</p>
--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia

Anexo H: Planimetría de Propuesta de Mercado mayorista

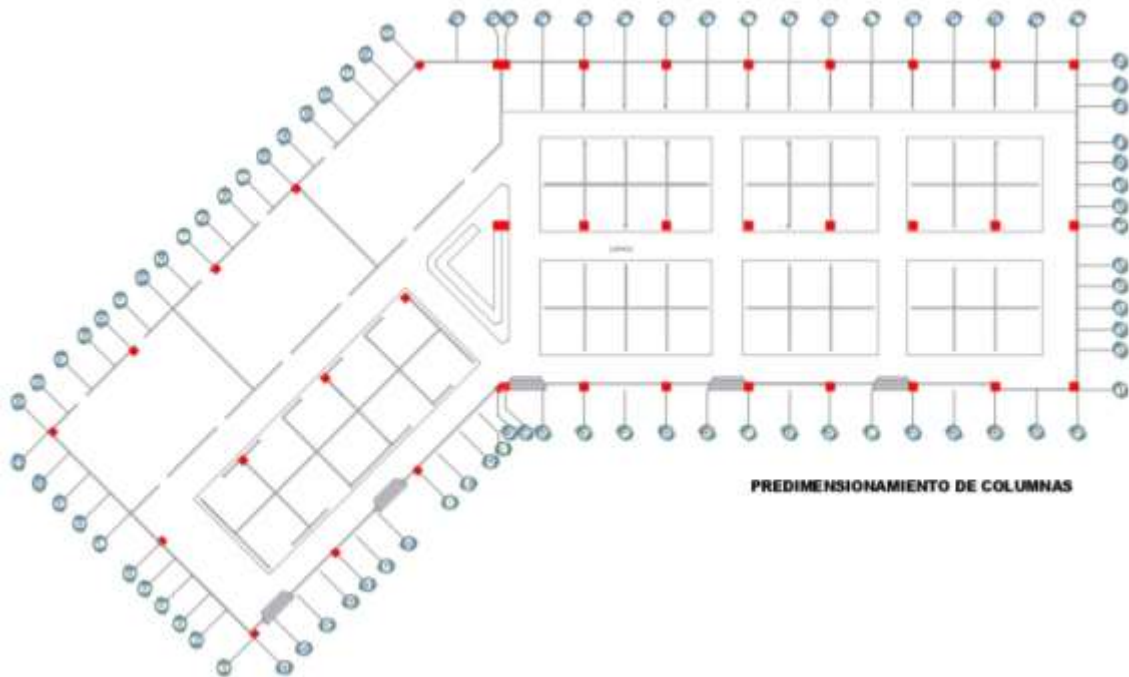
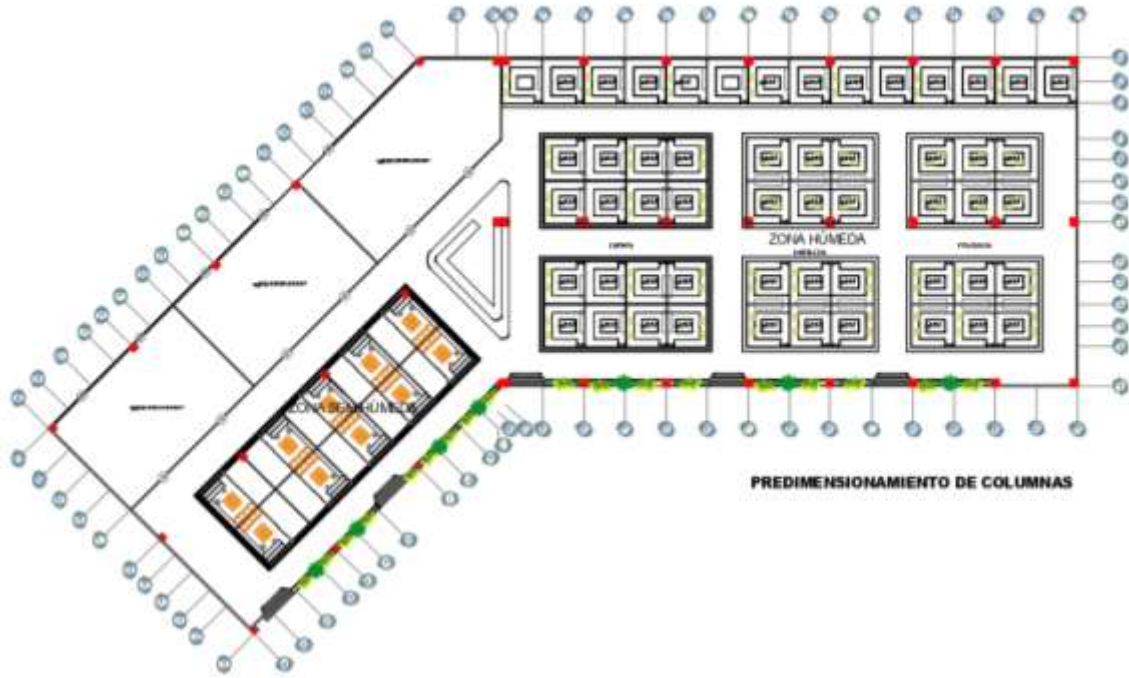


# Elevacion Frontal y Elevacion Lateral Izquierdo

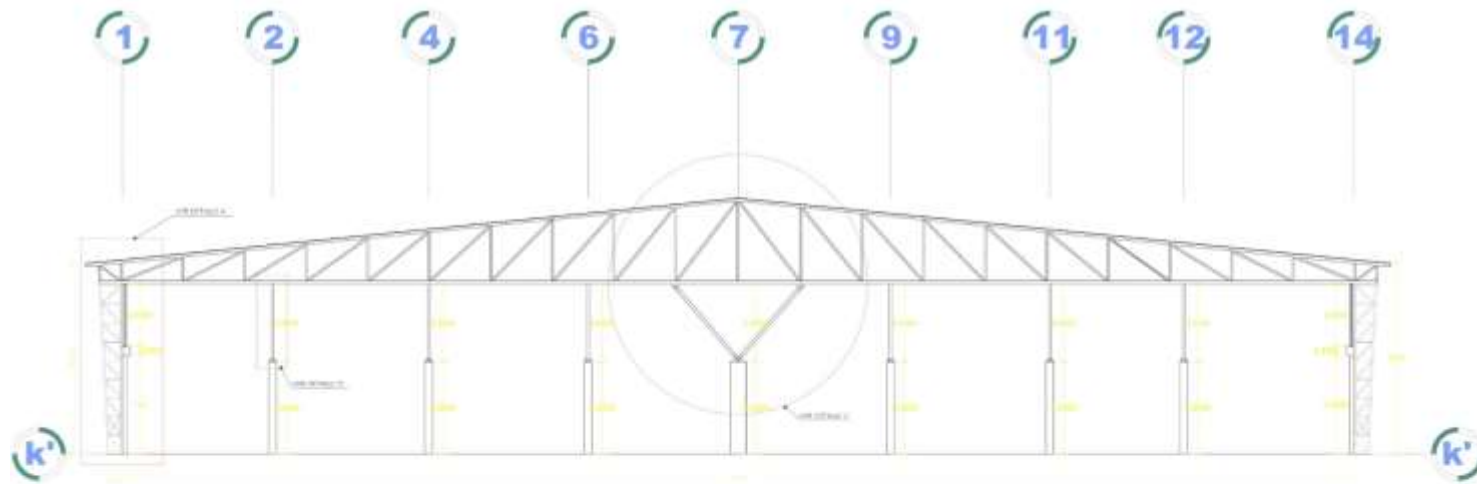




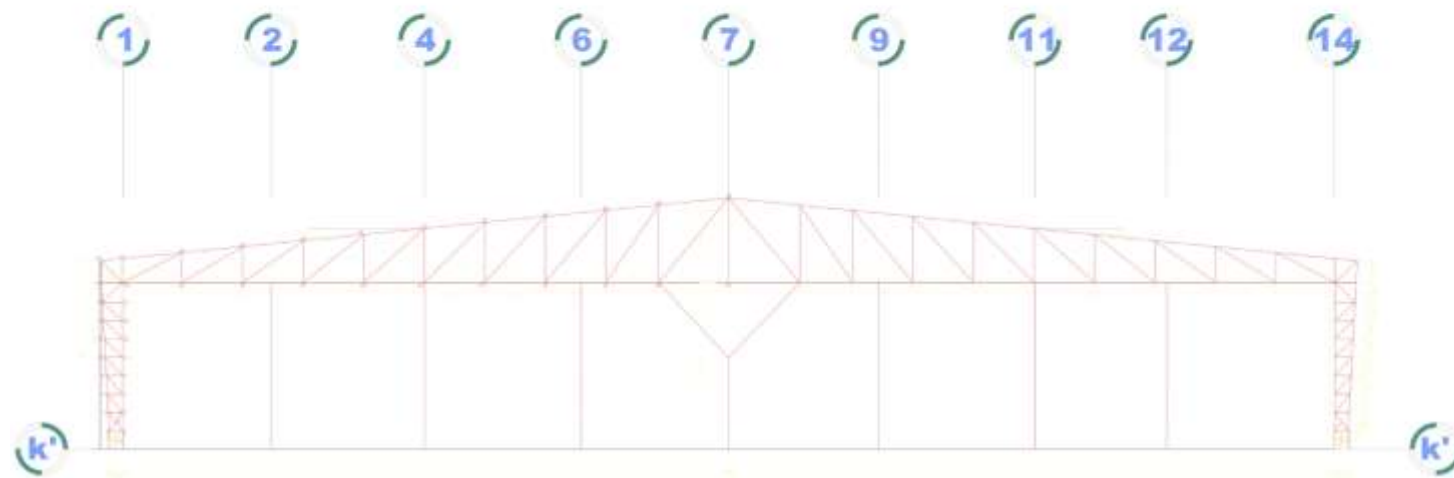
# Predimensionamiento del bloque A



Distribución de ejes estructurales y geometría cercha.



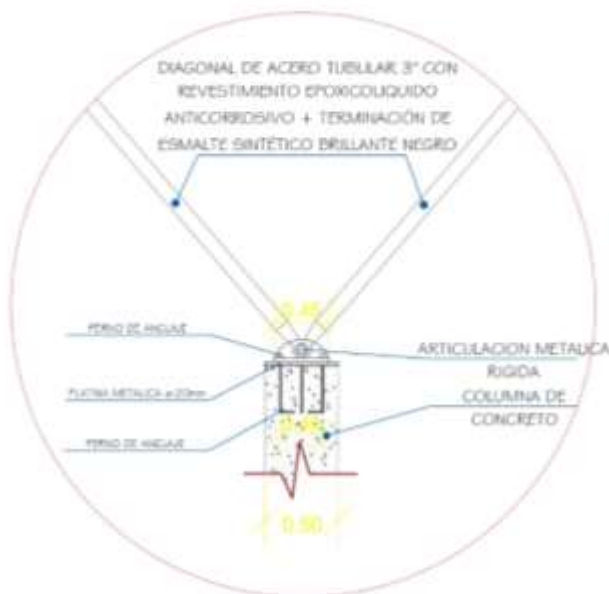
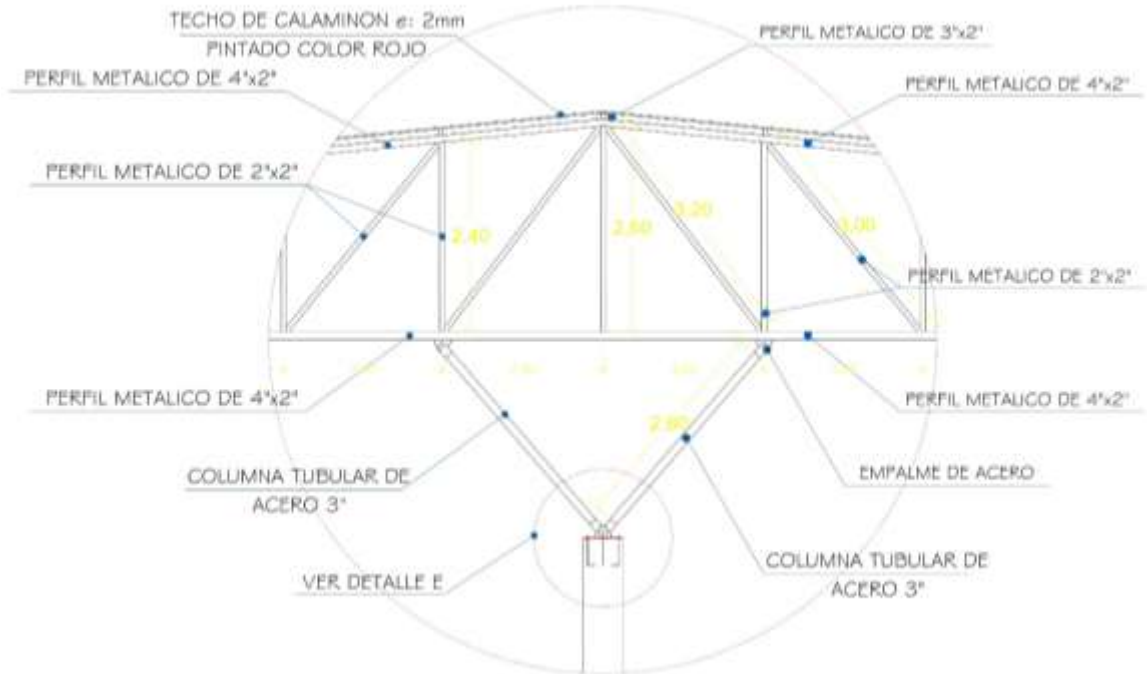
**DISTRIBUCION DE EJES ESTRUCTURALES**



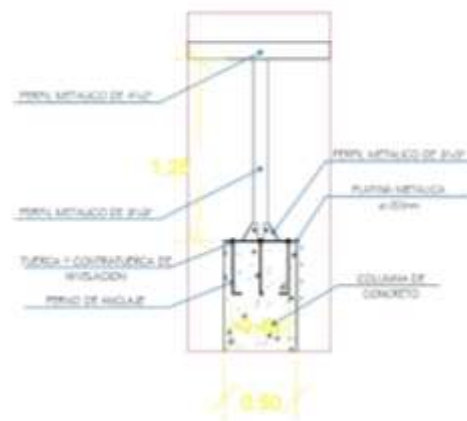
**GEOMETRIA CERCHA**

Detalles estructurales:

## DETALLE C

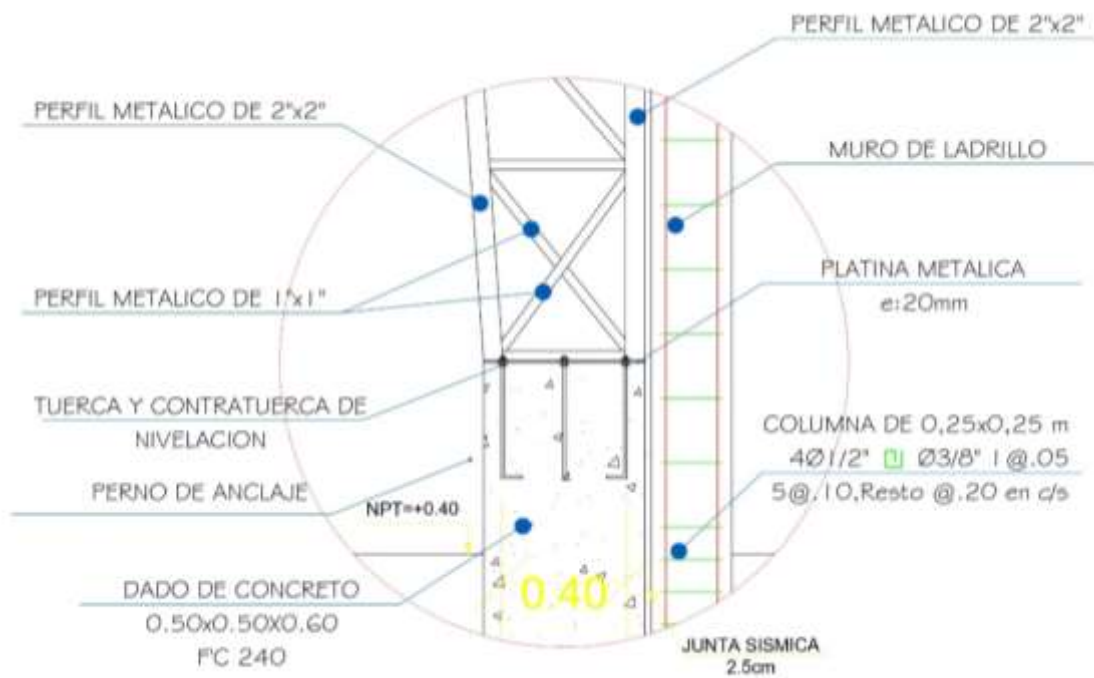


## DETALLE B

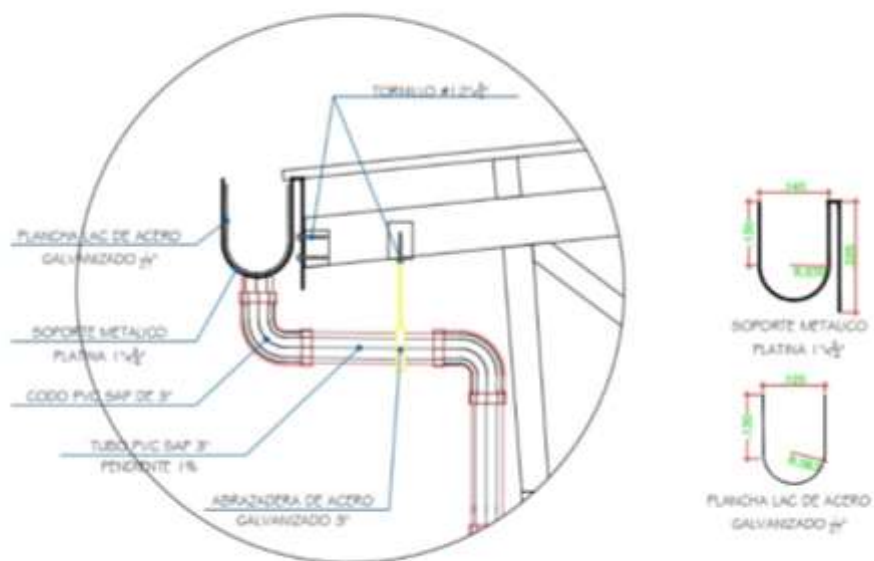


VER DETALLE E





VER DETALLE P1



**Anexo I:** Imágenes 3D del proyecto:













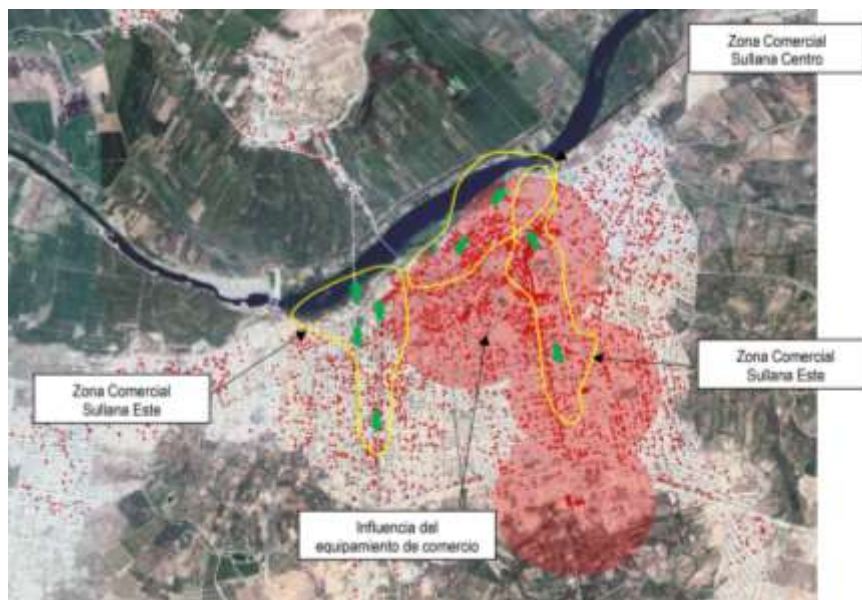
## Anexo K: Evolución de la informalidad laboral según países de Latinoamérica



## Anexo L: Mercados centrales del Perú



## Anexo M: Zonas comerciales formados Sullana.



**Anexo N:** Mercado de abasto de Sullana



**Anexo O:** Puestos informales ubicados en la vía pública Av. Buenos Aires.



**Anexo P:** Mercado modelo 9 de octubre\_ complejo comercial Buenos Aires.



**Anexo Q:** Mercado mayorista en el sector este, al sur de Sullana.



**Anexo R:** Comercio informal en uso de suelo recreación pública.



**Anexo S:** Mercados en Sullana

SECTORES	ITEM	TIPO	N° PUESTOS
La quinta salitral	-	-	-
Jibito	-	-	-
Nuevo Sullana	-	-	-
Sullana centro	Mercado modelo Sullana	Minorista	250
Bellavista	Mercado acombe	Mixto	208
	Mercado sector la punta	Minorista	140
Sullana este	Terminal pesquero José Olaya	Minorista	
	Mercado mayorista	Minorista	
	Abastos	Minorista	
	Mercado 9 de octubre	Minorista	183
Los olivos	-	-	-
Sullana sur	-	-	-
Vista florida	-	-	-
El cucho	-	-	-
Total	7	7	781
Ins (5000)	5000		
Población atendida	35000		

**Anexo T:** Indicadores según sus Categorías

## Categoría 1: Mercado Mayorista

## Indicadores de la Sub Categoría 1: Espacio Comercial

*Indicador 1: Diseño arquitectónico*, se interpretó esta sub categoría como aquella disciplina que tiene como base principal generar ideas y propuestas mediante algún tipo de diseño para proyectos arquitectónicos teniendo como resultado el plan de la edificación con los detalles que le corresponde. Otros elementos que abarcan el diseño arquitectónico es la organización, creatividad, en la precepción de su entorno, que va desligándose de acuerdo al tiempo en que se involucre y sobre todo toma influencia en la arquitectura moderna y sostenible. A su vez, Nizam (2018) mencionó que, el diseño requiere de la complejidad de la comprensión humana, medio ambiente y la percepción de las múltiples

necesidades para generar espacios complejos, estos componen estrategias de materialización, formas, patrones, estilo, precedentes u otras.

Por otro lado, Pilley y Ganble (2023) se refirieron al diseño arquitectónico como la composición, tecnología y escala de un edificio, donde su diseño abarca el valioso análisis conocimiento de su entorno donde se emplaza para el proceso arquitectónico, así mismo involucra el análisis de las actividades de los participantes de la edificación para determinar las funciones que debe cumplir el espacio, donde el diseño lo hace accesible al cumplimiento de estas. La clave para la proyección de un diseño es la exploración a través de los bocetos plasmados que van proyectando de acuerdo a la intervención que requiere el diseño.

También, Li [et al]. (2023) recalcaron que, el diseño arquitectónico tiene una complejidad en su espacio arquitectónico y forma arquitectónica, donde la materialización del diseño tiene que ser flexible a la fabricación sostenible para obtener un diseño razonable e inventivo. el proyectista para el diseño de un edificio tiene que percibir las condiciones reales económicas del sitio, los suministros, el ahorro de energía, sombras, calor, luz solar, ventilación, características con el entorno, u otras, y debe cumplir con las características del paisaje donde se emplaza, mostrando así las características locales. Las edificaciones funcionales guardan el confort térmico como acción de la problemática ambiental del espacio.

*Indicador 2: Confort térmico*, este indicador basado en el confort, interpretó las sensaciones de la persona otorgadas por el ambiente dentro de un espacio comercial. Kocaman, Kuru y Çaliş (2021) mencionaron que, todos componentes arquitectónicos son completamente interactivos con sus intervenciones, sus cargos y con los usuarios involucrados. Por ende, se busca un confort térmico favorable para poder alcanzar y garantizar una satisfacción de los usuarios dentro de un edificio comercial, por lo cual se debe llegar a entender la comodidad de los usuarios por medio de un estudio complejo. Algunos de los ambientes administrativos del edificio comercial constan de un sistema Split para una mejora del confort térmico. Mientras que las áreas comercio cuentan con espacios abiertos para los usuarios.

Por otro lado, Escobar [et al]. (2023) definieron el comportamiento térmico se expresa a través de la radiación solar difusa y directa de alta trasmisión, el clima cálido húmedo, la temperatura del aire, siendo desfavorable para el confort término interior de la edificación, donde se espera la utilización de estrategias solidad para

la protección a la radiación y ventilación. El sobre calentamiento incide desfavorablemente principalmente por la cubierta afectando negativamente al confort térmico, al elevar las temperaturas del aire y radiante de sus. Es por ello, que se plantea como principal estrategia las cubiertas metálicas ventiladas quienes con su doble composición, inclinación y cobertura alta reflectancia solar generan dentro del espacio confort térmico en beneficio para el comportamiento sensaciones y bien estar del usuario.

A su vez, Nandini y Ramesh (2022) determinaron que las condiciones del entorno como las temperaturas, repercutan en los interiores de los ambientes para establecer estrategias para lograr el confort término, que básicamente se ocupa de las condiciones y experiencias vividas de los usuarios dentro de un espacio físico. Para este control de estas se propone el aislamiento térmico para la comodidad personal, control del sonido, control de las temperaturas altas y bajas, condensación, protección contra incendios u otras.

*Indicador 3: Comercio espacial*, referente al confort espacial, Alfirević y Simonović (2020) mencionaron que, según el conocimiento del espacio, siempre predominan ciertos aspectos que cumplan con la categoría, como son aspectos visuales y táctiles. Cuando se hace referencia de confort espacial, se debe tomar en cuenta los aspectos fenomenológicos, haciendo referencia las experiencias de los usuarios en cuanto al espacio, demostrando un sentimiento de agrado y satisfacción en los aspectos físicos, proporcionando una base para un estudio más complejo y empírico. Con el fin de estandarizar los parámetros y su regulación. Además, los parámetros nombrados no pueden direccionar por sí mismos para lograr un confort espacial, sino que, debe complementarse entre varios factores, ya que se requiere un determinado nivel de experiencia según los rasgos del espacio.

El confort espacial se determinó como factor clave determinante de las satisfacciones y motivaciones de los usuarios dentro de un espacio por Kwon; Remøy y Van Den (2019), recalcaron que, se puede lograr la pertenencia o privacidad del grupo a través de la conciencia del confort espacial, que se encuentra asociada a la organización, densidad del lugar y configuración espacial dando un mejor desempeño general de los mismos. La pertenencia y el sentido son tipologías psicológicas ambientales del espacio. El confort espacial se define por el diseño, que compete a la distribución del lugar de trabajo y el estudio de las necesidades de los usuarios.



## Indicadores de la Sub Categoría 2: Renovación Urbana

*Indicador 4: Relación entre el espacio urbano*, en el presente artículo, Valera (1997) describió las capacidades y significados de los espacios en base de la conceptualización de los espacios urbanos. Enfatizándose esencialmente en las características conceptuales de los procedimientos de identidad social, relacionada al entorno, como las necesidades de admirar los significados del análisis del entorno urbano y su metodología. Dicho análisis se presentó una zona barrial de Barcelona, con un triple enfoque, socio histórico, cualitativo y cuantitativo. Por ende, estos resultados demostraron importancia del barrio para la identidad social y los roles del espacio urbano para la integración de la identidad.

*Indicador 5: Identidad social*, según Carpio y López (2019), propusieron un acercamiento del análisis de elaboración de identificación social, y un sentimiento de apropiación urbana y espacial en distintos marcos urbanos. El estudio se basó desde un análisis de hitos, nudos e incluso estudios toponímicos, usando estrategias de redes sociales las cuales los ciudadanos pueden publicar los lugares visitados. Por el cual, se pudieron observar varios desarrollos urbanos inmobiliarios en el área Metropolitana de Madrid, en las cuales se puede notar la falta de identidad social, en el desarrollo urbano. Se mostro una conexión con la morfología urbana y los hitos de lugares predominantes, resaltando ciertos espacios urbanos de identidad social. Además, la identidad social de un espacio o entorno se vio relacionado con lugares de fluidez, como son los mercados mayoristas, centros históricos y patrimoniales.

*Indicador 6: Participación Social*, por otra parte, como aporte urbano, Vidal [et al]. (2014) compartió que, parte de la participación social de los ciudadanos bajo distintos aspectos, como implicar la entidad local, actividad del barrio e integración a grupos vecinales. Explicando las vinculaciones socio espaciales en la cual se puede graficar como apego con el lugar y a la vez una identidad local que transcurre en el barrio. Estas relaciones de vinculación social, son exploradas en distintos barrios en los cuales la participación social se está evaluando bajo un desarrollo de participación de la regeneración urbana. Se realizó el análisis a distintos barrios, donde se evaluaron en escala de apego con el lugar, a la vez de identidad con lugar, a un número determinado de habitantes. Demostrando que la participación ciudadana está vinculada con el apego social del lugar, a través de un sentido de pertenencia.

### Indicadores de la Sub Categoría 3: Equipamiento Comercial

*Indicador 7: Comercio social*, según Han, Xu y Chen (2018), nos comentan que el comercio social tiene una estrecha relación con la psicología, sociología, marketing e informática, aportando un amplio conocimiento multidisciplinario. Por ende, en la última década, el comercio social se ha venido desarrollando en el mundo de una manera acelerada bajo un impacto social y económico. De esta manera se analizaron distintas publicaciones académicas de Comercio social, con el objetivo de la falta de investigación del impacto comercial que generan los distintos tipos de comercio social.

*Indicador 8: comercio en el paisaje urbano*, el comercio está vinculado con el paisaje urbano de la ciudad, Correa y Braidá (2023) hizo referencia de como demostrando la importancia económica dentro del desarrollo urbano. Ya que esta es una forma estratégica de poder generar ingresos que beneficien a todas las clases sociales que no son favorecidas. En el cual, según el análisis de los tipos de comercio son consideradas estrategias fundamentales para el desarrollo del paisaje urbano, donde dicho comercio busca cubrir las necesidades básicas de la población de clase media y baja.

Además, mencionaron que, el planteamiento de estrategias accesibles genera una manera fácil para poder acceder a los productos de los ciudadanos. Incluso los tipos de comercio que se generan en los espacios donde se concentra un alto flujo peatonal de las personas. De esta manera se propuso poder organizar y ordenar estos tipos de comercio en el cual se puede reubicar en edificaciones que cumpla con la demanda de la población mejorando el paisaje urbano de la ciudad sin perjudicar a las clases sociales que están vinculadas de manera directa.

*Indicador 1: Degradación del espacio público*, según Holguín (2018), mencionó que, la degradación del espacio público se considera al constante y desenfrenado uso inapropiado de los espacios públicos, ya que el problema no solo existe, sino también, lamentablemente sigue creciendo, debido a la falta de control y orden en la estructura urbana. Siendo objetivos, los mercados son el principal foco de desorden urbano, generando una degradación de menor a mayor rango, notándose una apropiación urbana del comercio informal. A la vez, las autoridades no han tenido una inadecuada capacidad para confrontar los temas urbanos, que se ha ido convirtiendo de una degradación urbana a una degradación ambiental.

En esa misma línea los principales conflictos se extendieron a través de sus vías principales, limitando el derecho del libre desplazamiento en sistema vial y peatonal. Para ello, se tiene en cuenta que para un correcto proceso de recuperación debe ser sostenible, analizando netamente a los usuarios involucrados, llegando incluso a capacitarlos sobre el uso adecuado del espacio público, y las limitaciones en las actividades que se han venido desarrollando, generando especialmente un espacio urbano que dé solución a los usuarios involucrados en la informalidad urbana.

*Indicador 2: Causas del deterioro del Espacio Público*, para seguir siendo objetivos en nuestra investigación, se debe tener en cuenta las causas del deterioro urbano, ya que es el principal factor acompleja a la ciudad. Por ello, se buscó facilitar la identificación de las mismas, dentro del entorno urbano de la ciudad. Bajo las investigaciones indagadas podemos deducir que las principales causas del deterioro del espacio público proporcionadas por un grupo de expertos son: Deficiencias en la Sociabilidad y cultura, lo cual genera que los mismos ciudadanos repriman el alto valor urbano que los espacios merecen; Factores económicos que golpean a la ciudad, lo que atribuye a las malas y apresuradas decisiones que se toman por el bien económico; Escasez de políticas administrativas, se debe considerar que las políticas impuestas son insuficientes y a la vez, son desacatadas.

Así también la falta de regeneración urbana, se entendió como la falta de desarrollo urbano, también se ha visto presente para el deterioro urbano; Deficiencias de equipamientos urbanos, que genera principalmente la comercialización se extienda de manera desenfrenada. Tal y como lo mencionó Meidute (2021), estos factores contribuyen, y son observados en el deterioro de los espacios públicos de manera constante, lo cual se tendrá en cuenta en nuestra investigación.

*Indicador 3: Deterioro urbano*, por otro lado, Pinto [et al]. (2022). Alegaron que, el deterioro urbano como la depreciación y deterioro del espacio tanto a nivel funcional como, también, social. Lo cual ocasiona que dichos espacios se vuelvan inutilizables. Este concepto se vuelve completamente subjetivo involucrando una interpretación multidisciplinaria de distintos criterios. A la vez, la aplicación combinada del mapeo cognitivo, nos ayudó en la investigación a ser objetivos en la toma de decisiones y por consecuente, a las estrategias para contrarrestar el

deterioro y el impacto transmitido al entorno urbano. Estos estudios se plasmaron para aplicarse de manera más amplia, pero se desarrolló al espacio urbano afectado, ayudando a la administración de la ciudad, con el objetivo de identificar, prevenir y erradicar el deterioro en los espacios públicos, respetando las políticas del uso de suelo. Aportando de manera significativa una adecuada planificación urbana.

## Categoría 2: Espacio Público

### Indicadores de la Sub Categoría 1: Deterioro del Espacio Público

*Indicador 1: Degradación del espacio público*, según Holguín (2018), mencionó que, la degradación del espacio público se considera al constante y desenfrenado uso inapropiado de los espacios públicos, ya que el problema no solo existe, sino también, lamentablemente sigue creciendo, debido a la falta de control y orden en la estructura urbana. Siendo objetivos, los mercados son el principal foco de desorden urbano, generando una degradación de menor a mayor rango, notándose una apropiación urbana del comercia informal. A la vez, las autoridades no han tenido una inadecuada capacidad para confrontar los temas urbanos, que se ha ido convirtiendo de una degradación urbana a una degradación ambiental.

En esa misma línea los principales conflictos se extendieron a través de sus vías principales, limitando el derecho del libre desplazamiento en sistema vial y peatonal. Para ello, se tiene en cuenta que para un correcto proceso de recuperación debe ser sostenible, analizando netamente a los usuarios involucrados, llegando incluso a capacitarlos sobre el uso adecuado del espacio público, y las limitaciones en las actividades que se han venido desarrollando, generando especialmente un espacio urbano que dé solución a los usuarios involucrados en la informalidad urbana.

*Indicador 2: Causas del deterioro del Espacio Público*, para seguir siendo objetivos en nuestra investigación, se debe tener en cuenta las causas del deterioro urbano, ya que es el principal factor acompleja a la ciudad. Por ello, se buscó facilitar la identificación de las mismas, dentro del entorno urbano de la cuidad. Bajo las investigaciones indagadas podemos deducir que las principales causas del deterioro del espacio público proporcionadas por un grupo de expertos son: Deficiencias en la Sociabilidad y cultura, lo cual genera que los mismos ciudadanos repriman el alto valor urbano que los espacios merecen; Factores económicos que golpean a la ciudad, lo que atribuye a las malas y apresuradas decisiones que se

toman por el bien económico; Escasez de políticas administrativas, se debe considerar que las políticas impuestas son insuficientes y a la vez, son desacatadas.

Así también la falta de regeneración urbana, se entendió como la falta de desarrollo urbano, también se ha visto presente para el deterioro urbano; Deficiencias de equipamientos urbanos, que genera principalmente la comercialización se extiende de manera desenfrenada. Tal y como lo mencionó Meidute (2021), estos factores contribuyen, y son observados en el deterioro de los espacios públicos de manera constante, lo cual se tendrá en cuenta en nuestra investigación.

*Indicador 3: Deterioro urbano*, por otro lado, Pinto [et al]. (2022). Alegaron que, el deterioro urbano como la depreciación y deterioro del espacio tanto a nivel funcional como, también, social. Lo cual ocasiona que dichos espacios se vuelvan inutilizables. Este concepto se vuelve completamente subjetivo involucrando una interpretación multidisciplinaria de distintos criterios. A la vez, la aplicación combinada del mapeo cognitivo, nos ayudó en la investigación a ser objetivos en la toma de decisiones y por consecuente, a las estrategias para contrarrestar el deterioro y el impacto transmitido al entorno urbano. Estos estudios se plasmaron para aplicarse de manera más amplia, pero se desarrolló al espacio urbano afectado, ayudando a la administración de la ciudad, con el objetivo de identificar, prevenir y erradicar el deterioro en los espacios públicos, respetando las políticas del uso de suelo. Aportando de manera significativa una adecuada planificación urbana.

Indicadores de la Sub Categoría 1: Recuperación del Espacio Público

*Indicador 4: estrategias de recuperación*, Para comprender la factibilidad de los espacios público se debe tener en cuenta los la principios del urbanismo, bajo los cuales se podrá desenvolver adecuadamente en cualquier ámbito para el correcto desarrollo de las ciudades. Por ende, según Gargantini (2019) comentó que las estrategias de recuperación son iniciativas en la región que revalorizaban el mejoramiento urbano para poder consolidar una correcta propuesta de rehabilitación, considerando la priorización y validación, se concretó unas estrategias para actuar ante la desintegración urbana, como son: Mejoramiento de las vías estructurales; Vinculación de los principales hitos y nodos; Consolidación

de Espacio Público; Potenciar en el territorio “zonas públicas protegidas” y la Reactivación económica para el entorno inmediato.

*Indicador 5: Preservación del espacio público*, además, Ruiz (2017), definió la preservación del espacio público como el cuidado del espacio en su estado actual, manteniendo el significado cultural que plasman, prolongando de cierta manera el deterioro urbano. Por ende, los aspectos físicos de los espacios públicos, se conforman de distintos caracteres que le conceden su valor, en el cual se aprecia el estado de conservación constatando la importancia del espacio urbano en donde esté ubicado. De la misma manera nos comenta que el valor del espacio público se puede calcular desde los caracteres ambientales, culturales, sociales y físicos. Donde a partir de los mismos se puede lograr a conservar. Teniendo en cuenta que, si estas cualidades se encuentran degradadas o en estado de degradación, el espacio público empezaría a devaluarse para la sociedad.

*Indicador 6: Conservación del paisaje*, respecto al paisaje urbano, Bianconi [et al]. (2018) comentaron que la conservación del paisaje, se manifiesta en infraestructuras verdes son comprendidas de una manera innovadora y puesta en disposición social. Por ende, buscaron revitalizar espacios deteriorados, impulsando su uso por los ciudadanos a través de actividades sociales. De esta manera, desarrollar y aplicar una perspectiva sistemática que aplique a los espacios verdes con el uso público. Conservando la bio diversidad de los espacios urbanos. Actuando de manera estratégica colaborando con los aspectos sociales y privados de la ciudad, involucrando los paisajes verdes conservando los recursos públicos, regenerando barrios estancados por la urbanización espontánea.

Indicadores de la Sub Categoría 1: Informalidad del Espacio Público

*Indicador 7: Desorden urbano*, según Indovina (2016), el desorden urbano es relacionado con los tipos de mecanismos dinámicos de la ciudad, determinando los niveles y la calidad de orden. De cierta manera, la investigación narró los términos generales del orden, desorden urbano y territoriales, denotando los retos de la planificación bajo la estructura actual de cada ciudad, con el contexto de la dinámica urbana y las necesidades para la correcta planificación de la ciudad dirigiéndose al interés colectivo, como principal objetivo, a la mejora de la calidad de vida. Los espacios públicos son las áreas de viabilidad que existen en una ciudad. Sin embargo, la preservación de la misma se ha convertido en un verdadero reto para todos. Las necesidades de la población se han visto reflejadas en sus

actividades. Lo que genera, un desorden urbano involucrando distintos puntos de la estructura urbana, en calles y avenidas, pasajes peatonales, parques, áreas recreativas u otros.

*Indicador 8: Comercio informal*, de tal manera, Kamalipour y Peimani, (2019), definieron que, el comercio informal, como las actividades de comercialización al público que se desarrollan en espacios de libre fluidez peatonal, sin ocupar una estructura edificada. Estos espacios son previamente apropiados por la informalidad en ubicaciones privilegiadas, como las intersecciones en los puntos reunión social, como también en las periferias de las áreas comerciales, invadiendo los espacios públicos.

Por ende, los espacios urbanos son el principal punto de aglomeración urbana, los cuales son expuestos al uso inadecuado bajo la falta de capacitación de los dichos espacios, lo que origina que la informalización sea considerada el principal fenómeno que afecta a los espacios públicos. Sin embargo, es una problemática que esta y estará presente bajo la incapacidad en la planificación urbana de las ciudades. Explorando las relaciones tanto como formales e informales en la dinámica del comercio ambulante.

De esta manera se podrá entender la informalidad se desarrolla y negocia en el espacio urbano. Colaborando con las adaptaciones urbanas que alberguen la informalidad de manera ordenada y adecuada. Generando un concepto de un espacio urbano, que se plantea necesario para la solución de la informalidad, participando de manera efectiva en el entorno urbano. Proponiendo un enfoque amplio de la intervención, incluyendo a los diferentes tipos de comercialización de se desarrollan en un espacio urbano de manera desordenada. Teniendo en cuenta las dinámicas de la comercialización, aprovechando las oportunidades productivas, Kamalipour y Peimani, (2019).

*Indicador 9: Urbanismo informal*, por último, Moatasim (2018) comentó que el urbanismo informal, son los espacios que se desarrollan sin respetar la trama urbana existente ni planificada en la ciudad, de tal manera, la informalidad urbana presenta flexibilidad y fortaleza frente a los entornos urbanos construidos. Ya que se ha venido desarrollando fuertemente en la ciudad. Dicho artículo comentó las estrategias arquitectónicas y el mantenimiento en un periodo de largo plazo de los espacios informales, además de desarrollar la perspectiva de interrelaciona las actividades complementarias entre lo formal e informal, creando indoles urbanos

por el dinamismo y adaptabilidad. Dichas actividades informales se consideran netamente temporales, las cuales pueden llegar a ser reubicadas o retiradas según la propuesta de mejora en la calidad de infraestructura urbana. Dando la oportunidad de llegar a proponer a distintos profesionales y especialistas un diseño urbano que asimile estrategias tanto sociales como comerciales para una mejora en el planteamiento urbano de la ciudad.

### Anexo U: Propuesta de Plata arquitectónica de mercado mayorista

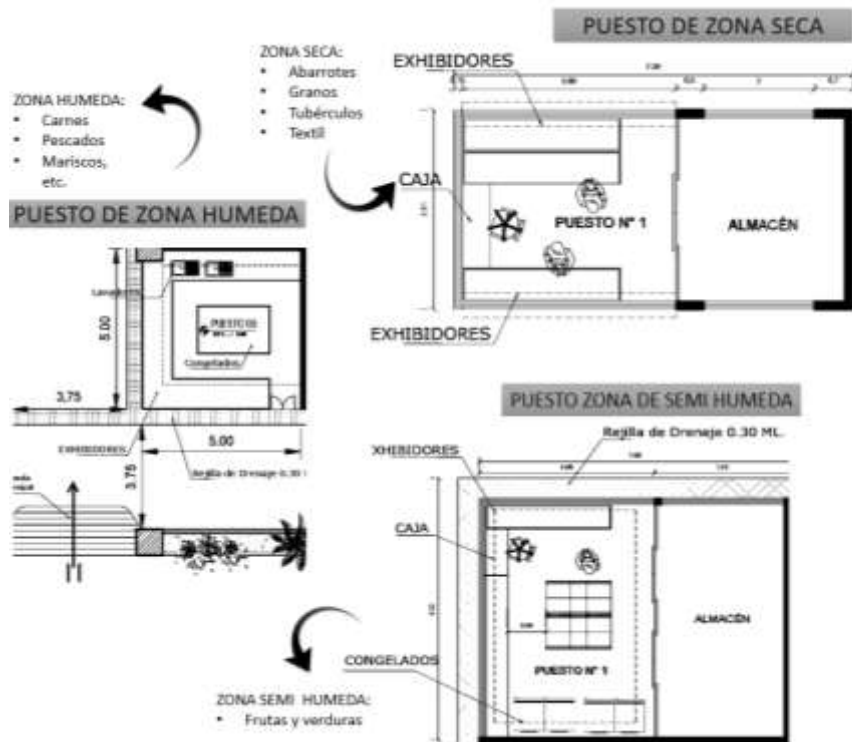




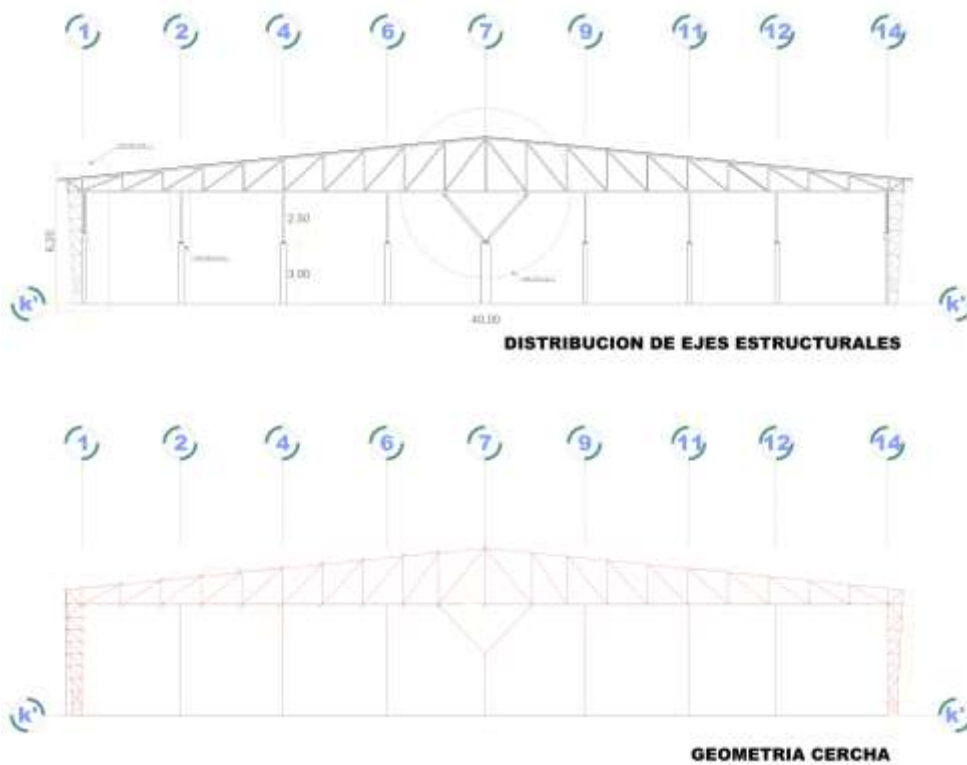
**Anexo V:** Propuesta de diseño con formas y espacios irregulares



**Anexo W:** Propuesta de Diseño de puestos de venta del Mercado Buenos Aires



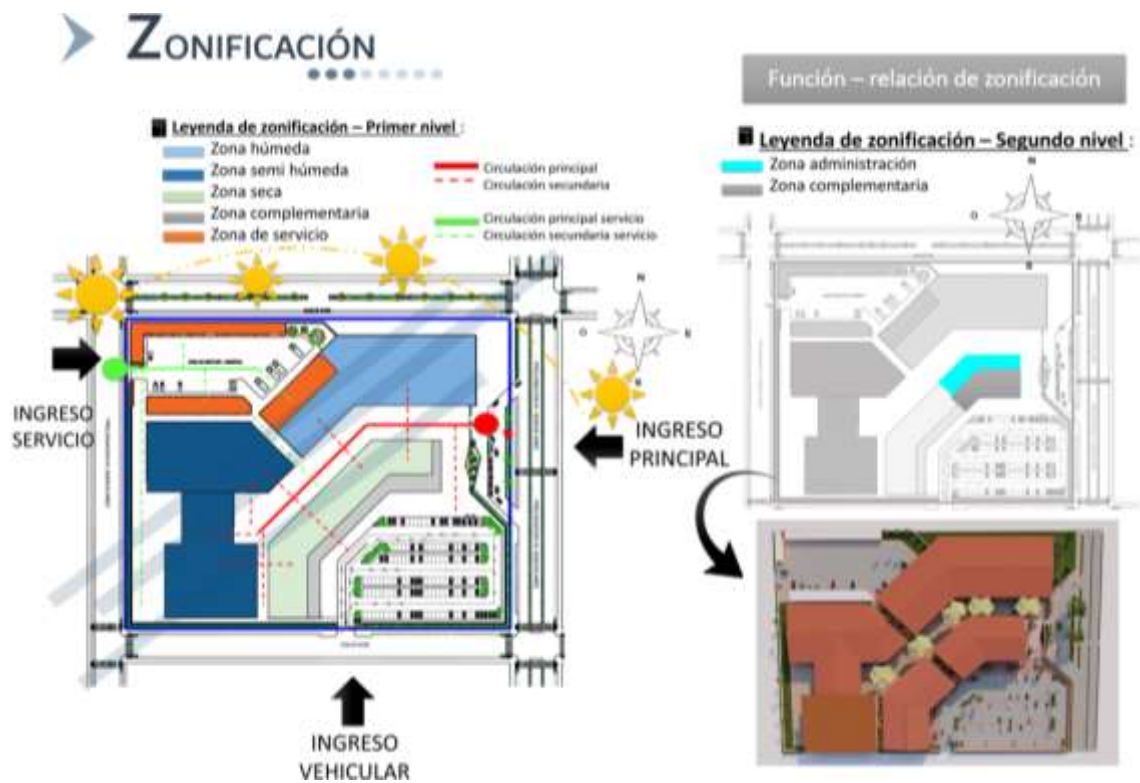
**Anexo X:** Altura de estructura de cobertura liviana



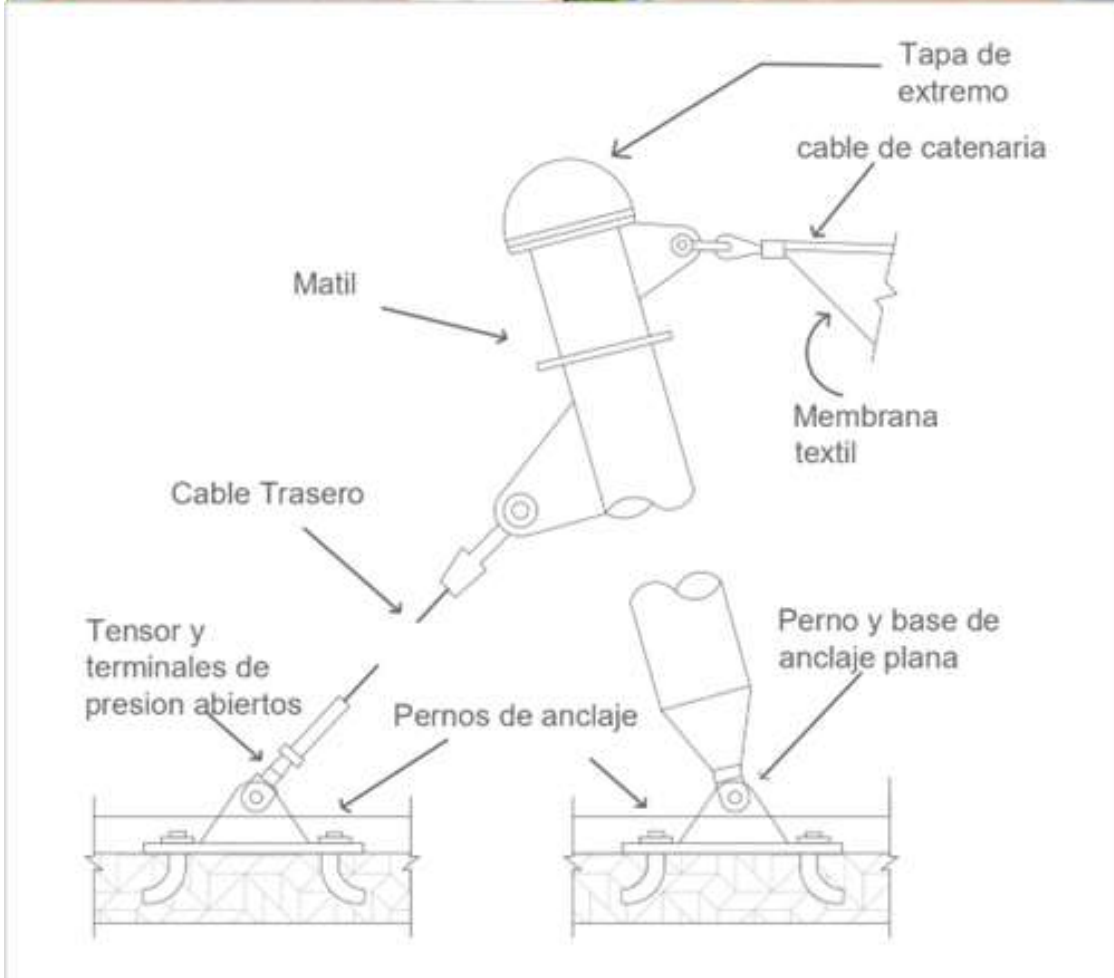
## Anexo Y: Ventilación cruzada en los volúmenes



## Anexo Z: Figura 1. Zonificación- Mercado Buenos Aires



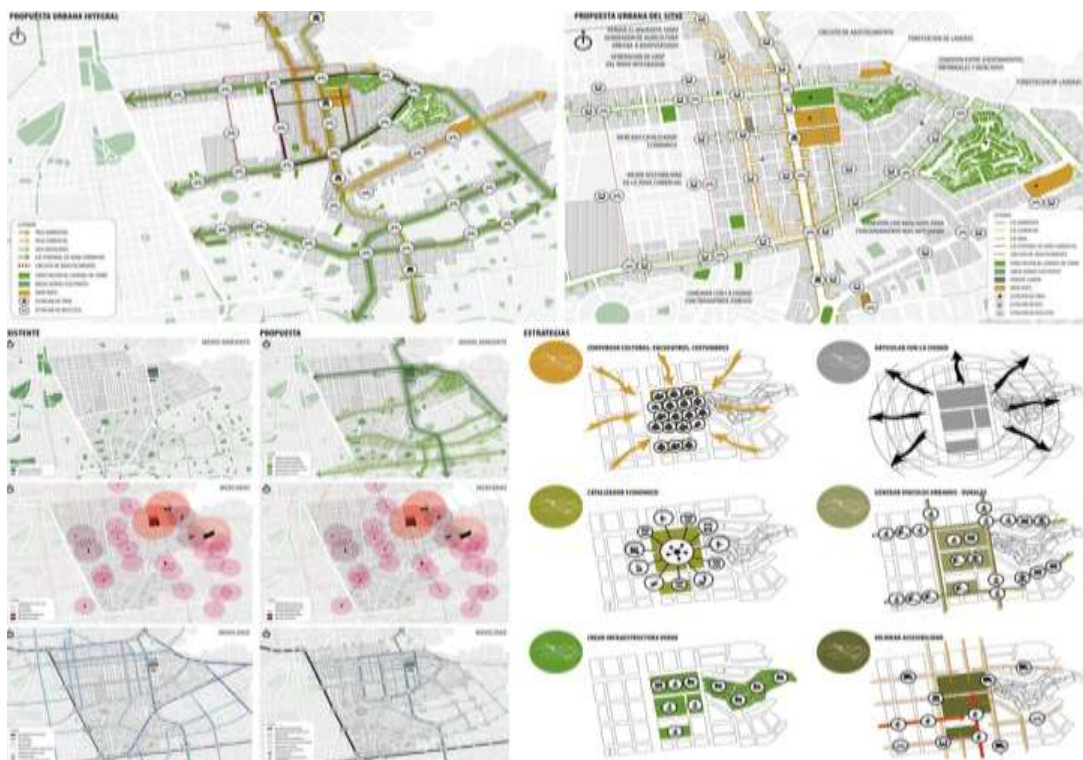
**Anexo A':** Propuesta propia de espacios públicos en los recorridos integrales del mercado mayorista



## Anexo B': Propuesta referencial: Arantina Wasi



## Anexo C': Propuesta de mercado como nodo integrador



## Anexo D': Organigrama de relación social, económico y gubernamental



## Anexo E': Planteamiento de diagnóstico urbano



**Anexo F':** Relación de espacios exteriores con el equipamiento comercial de Mercado de San Isidro



**Anexo G':** Propuesta de espacios exteriores de recreación



### Anexo H': Propuesta de la estructura vial de la Av. Buenos Aires, Sullana



### Anexo I': Propuesta de tratamiento de la alameda de la Av. Buenos Aires

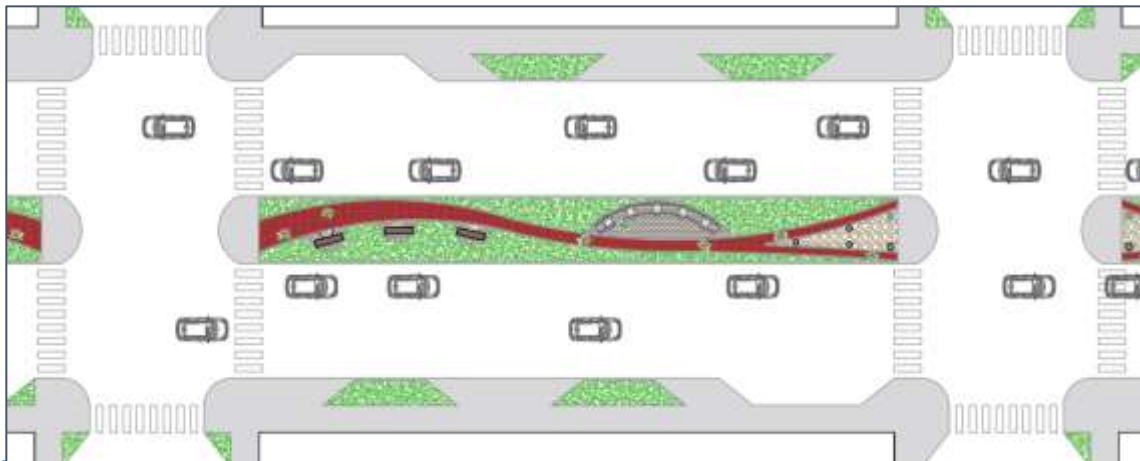


### Anexo J': Propuesta de mejora vial de la Av. Buenos Aires





**Anexo K':** Tratamiento para la conservación del espacio público de la Av. Buenos Aires



**Anexo L':** Propuesta y ejecución de la zona ajardinada “La Fila”-Alfajar, Valencia España

El autor utilizó el diseño orgánico para mantener el vínculo del proyecto con el entorno urbano y hacer más didáctica la interacción de este espacio con el usuario, este espacio a su vez guarda una relación con los espacios públicos cercanos, visualmente se percibe como un solo paisaje urbano.

