



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

**Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en  
la ciudad de Chimbote, 2023**

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

**AUTORES:**

Baca Guevara, Vyveka Alessandra ([orcid.org/0000-0001-8088-2557](https://orcid.org/0000-0001-8088-2557))

Roman Barreto, Luis Alfredo ([orcid.org/0000-0002-5731-3118](https://orcid.org/0000-0002-5731-3118))

**ASESOR:**

Mg. Gonzales Macassi, Roberto Carlos ([orcid.org/0000-0002-5364-637X](https://orcid.org/0000-0002-5364-637X))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

CHIMBOTE - PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

A mis familiares y amigos. Su influencia en mi vida ha sido invaluable. Han sido mis guías y modelos a seguir, enseñándome el valor del trabajo arduo, la perseverancia y la determinación para alcanzar mis metas.

Baca V.

A mis padres, quienes han sido mi constante apoyo y guía a lo largo de mi vida. Vuestra presencia y amor incondicional han sido fundamentales en mi crecimiento y desarrollo. Román L.

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de manera significativa en mi realización. Su apoyo y colaboración han sido fundamentales para el éxito de este trabajo. Baca V.

Agradecemos a nuestro asesor por su orientación experta y su valiosa guía a lo largo de este proceso. Su conocimiento y experiencia han sido cruciales para dar forma a nuestras ideas y asegurar la calidad del contenido. Román L



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, GONZALES MACASSI ROBERTO CARLOS, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023", cuyos autores son ROMAN BARRETO LUIS ALFREDO, BACA GUEVARA VYVEKA ALESSANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11.00%, 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.

CHIMBOTE, 23 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ROBERTO CARLOS GONZALES MACASSI <b>DNI:</b> 08872447 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5364-637X	Firmado electrónicamente por: RCGONZALESM el 14-12-2023 15:01:24

Código documento Trilce: TRI - 0662163







**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

### **Declaratoria de Originalidad de Autores**

Nosotros, ROMAN BARRETO LUIS ALFREDO, BACA GUEVARA VYVEKA ALESSANDRA estudiantes de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 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>
LUIS ALFREDO ROMAN BARRETO <b>DNI:</b> 70168894 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5731-3118	Firmado electrónicamente por: LROMANB el 23-11- 2023 15:20:17
VYVEKA ALESSANDRA BACA GUEVARA <b>DNI:</b> 71329099 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8088-2557	Firmado electrónicamente por: VABACAB el 23-11- 2023 15:56:10

Código documento Trilce: TRI - 0662166



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	5
III.METODOLOGÍA.....	16
3.1 Tipo de investigación.....	16
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	16
3.3 Escenario de estudio .....	17
3.4 Participantes .....	19
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.6 Procedimiento .....	23
3.7 Rigor científico .....	24
3.8 Método de análisis de datos .....	25
3.9 Aspectos éticos .....	26
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	28
4.1 Resultados .....	28
4.2 Discusión .....	77
V. CONCLUSIONES .....	83
VI. RECOMENDACIONES.....	85

## REFERENCIAS

## ANEXOS

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Listado de equipamientos comerciales seleccionados en la ciudad de Chimbote .....	20
Tabla 2: Resumen de los resultados del objetivo específico 1 .....	41
Tabla 3: Listado de preguntas a expertos .....	43
Tabla 4: Resultados de la pregunta N° 1 de la entrevista .....	43
Tabla 5: Resultados de la pregunta N° 2 de la entrevista .....	45
Tabla 6: Los mercados mencionados (Mercado “Modelo” - Mercado “3 estrellas”) reciben limpieza permanente y apropiada .....	46
Tabla 7: Resultados de la pregunta N° 4 de la entrevista .....	47
Tabla 8: Resultados de la pregunta N° 5 de la entrevista .....	48
Tabla 9: Resultados de la pregunta N° 6 de la entrevista .....	50
Tabla 10: Resultados de la pregunta N° 7 de la entrevista.....	51
Tabla 11: Resultados de la pregunta N° 8 de la entrevista.....	52
Tabla 12: Resumen de los resultados del objetivo específico 2 .....	54
Tabla 13: Resumen de los resultados de la dimensión accesibilidad del objetivo específico 3 .....	60
Tabla 14: Resumen de los resultados de la dimensión percepción social del objetivo específico 3.....	76

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Plano de la ciudad de Chimbote .....	19
Figura 2: Modelo de ficha de observación .....	28
Figura 3: Modelo de ficha de observación .....	55
Figura 4: Cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales .....	61
Figura 5: Los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores y/o con discapacidades .....	62
Figura 6: Los mercados mencionados (Mercado “Modelo” - Mercado “3 estrellas”) reciben limpieza permanente y apropiada .....	63
Figura 7: El municipio invierte en el mantenimiento y cuidado permanente de los mercados mencionados: (Mercado “Modelo” - Mercado “3 estrellas”) .....	64
Figura 8: El aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por el clima de Chimbote.....	65
Figura 9: El centro comercial “Megaplaza” tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes .....	66
Figura 10: La implementación del Supermercado mayorista “Makro” trajo algún beneficio a la ciudad.....	67
Figura 11: El Mercado “tres estrellas” de haber tenido una mejor ubicación que la actual hubiera sido más exitoso .....	68
Figura 12: El mercado “Modelo” presenta las condiciones como “limpieza, orden y seguridad.....	69
Figura 13: Los equipamientos comerciales satisfacen adecuadamente las necesidades de la población .....	70
Figura 14: La opinión de los pobladores puede aportar para la mejora de los mercados locales .....	71

Figura 15: Las razones (ubicación, costumbre, poca rentabilidad) por las que los comerciantes del mercado Progreso no se quisieron trasladar al “mercado 3 estrellas” fueron válidas .....72

Figura 16: El centro comercial “Megaplaza” ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado.....73

Figura 17: Accesibilidad peatonal del supermercado “Makro” .....74

Figura 18: Impactos negativos del mercado “Modelo” en el centro de Chimbote ..75

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la ciudad de Chimbote, 2023” tuvo como finalidad determinar el impacto social de estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023. La metodología empleada es de tipo básica y con enfoque cualitativo debido a que nos enfocamos en la recolección de datos y comprender fenómenos sociales. Los participantes del estudio se conforman por los siguientes equipamientos comerciales: Centro comercial Megaplaza, mercado minorista Modelo, mercado mayorista 3 estrellas y supermercado mayorista Makro y la muestra del estudio está conformada por 166 habitantes de la ciudad de Chimbote. Para la recopilación de datos se utilizaron los siguientes instrumentos: Fichas de observación, cuestionario y listado de preguntas/entrevista, los cuales fueron previamente validados por juicio de expertos. Para el manejo de la información recopilada se utilizaron software como Excel y Word que nos proporcionó gráficos estadísticos y tablas de datos. Finalmente se puede concluir que los equipamientos comerciales dentro de la ciudad de Chimbote, en su mayoría sí tienen impacto significativo y positivo en el ámbito social, ya que contribuye a la generación de empleo, impulsa el desarrollo económico local y promueve la responsabilidad social.

**Palabras clave:** Equipamiento comercial, impacto social, impacto urbano, integración urbana.

## ABSTRACT

The purpose of this research work entitled "Analysis of commercial facilities and their social impact in the city of Chimbote, 2023" was to determine the social impact of these commercial facilities in the city of Chimbote, 2023. The methodology used is basic and qualitative because we focus on data collection and understanding social phenomena. The participants of the study are made up of the following commercial facilities: Megaplaza Shopping Center, Modelo Retail Market, 3-Star Wholesale Market and Makro Wholesale Supermarket, and the study sample is made up of 166 inhabitants of the city of Chimbote. The following instruments were used for data collection: observation sheets, questionnaire and list of questions/interviews, which were previously validated by expert judgment. Software such as Excel and Word were used to manage the information collected, which provided us with statistical graphs and data tables. Finally, it can be concluded that the commercial facilities within the city of Chimbote, for the most part, do have a significant and positive impact in the social sphere, since they contribute to the generation of employment, promote local economic development and promote social responsibility.

**Keywords:** Commercial equipment, social impact, urban impact, urban integration

## I. INTRODUCCIÓN

Los equipamientos comerciales son áreas públicas diseñadas para fomentar actividades comerciales y de servicios dentro de las ciudades. Generalmente se ubican en zonas de alto tráfico peatonal y vehicular para aprovechar la presencia de numerosos habitantes en la zona. Estos lugares ofrecen una amplia gama de productos y servicios para el consumo y el entretenimiento de la población. Además de su función comercial, desempeñan un papel social importante al facilitar la interacción entre las personas, fomentar el intercambio y promover la convivencia ciudadana. El impacto social de estos equipamientos comerciales puede ser significativo. Los que están bien diseñados pueden mejorar la calidad de vida de los residentes de una ciudad o comunidad, fomentar la interacción social y mejorar la seguridad pública. Además, también pueden ayudar a reducir la brecha socioeconómica al proporcionar acceso a servicios y oportunidades que de otra manera podrían estar fuera del alcance de algunas personas. En resumen, los equipamientos comerciales pueden tener un impacto positivo en la calidad de vida de las personas y en la construcción de comunidades más fuertes y prósperas.

Los equipamientos comerciales en general no ofrecen alternativas para las actividades diarias, los desplazamientos, poca innovación en los lugares donde las personas pueden trasladarse y consumir los productos. Lo cual puede generar un impacto social negativo para los equipamientos comerciales que tengan esta problemática, ya que los consumidores pueden dejar de concurrirlos. Además, los centros comerciales ubicados en el entorno local dentro de una ciudad deberían contar con la infraestructura suficiente para soportar actividades comerciales y de servicios tan grandes. (Calle Benites, 2018, p. 8).

Si un centro comercial no tiene un espacio integrador para los habitantes de la zona en la que se encuentra, podría enfrentar problemas de exclusión social, pérdida de identidad local, pérdida de comunidad y competencia con el comercio local.



A nivel internacional se destaca la necesidad de una concordancia entre el equipamiento comercial y la cantidad de población a abastecer. El siguiente autor nos recalca la importancia de la magnitud del equipamiento, ya que es fundamental satisfacer la cantidad de demanda poblacional según sea el caso. Es sensato que el proyecto esté ubicado en un espacio significativo de la ciudad, para que tenga un impacto socioeconómico en los pobladores y así generar un movimiento de masa que dinamice el comercio y el espacio urbano en que está emplazado. (Carretero, 2018).

Dicho esto, se resalta la necesidad de un planeamiento estratégico al emplazar un equipamiento comercial y hacer un estudio situacional del espacio urbano. La situación global enmarca la necesidad de considerar a la población y el impacto futuro que generará dicho establecimiento.

A nivel latinoamericano, los centros comerciales generan expectativa entre los usuarios de la psicología y la imaginación personal que se puede atribuir al individuo. Por ejemplo: Paz, relajación, felicidad y libertad. Además, se puede identificar la sensación de estar expuesto a la interacción social, los usuarios lo interpretan como algo relacionado con la confianza, la seguridad familiar y la calidez. Alvira Laura (2018)

A nivel nacional, es necesario resaltar que los establecimientos comerciales representan un importante atractor para la población, puesto a las nuevas usanzas y escasez de espacios públicos. Según varios expertos y agentes inmobiliarios, los equipamientos comerciales representan un gran potencial en cuanto a entretenimiento para los turistas Perú Retail. (2020)

Por ello es necesario estudiar el efecto en diferentes ámbitos de la implementación de un establecimiento comercial, puesto que en nuestro país no se tiene un análisis minucioso de los comportamientos sociales que pueden generar en la población.

A nivel local, actualmente en la ciudad de Chimbote muchos de los establecimientos comerciales más antiguos y representativos se encuentran en estado de deterioro, y aquellos que son relativamente recientes no cuentan con los espacios requeridos

para desenvolver de manera eficaz las actividades comerciales y sociales, como en algún momento fue el objetivo de su creación. (Chumioque, 2018)

Desde su fundación hasta la actualidad, en la ciudad de Chimbote se han implementado diversos equipamientos comerciales que han impactado de forma negativa y positiva a la urbe, que conlleva la alteración de factores urbanos, económicos y sociales. Correspondiente a todo lo antes mencionado podemos darnos cuenta de la existencia y la importancia de cada uno de estos equipamientos comerciales, por ende se formuló la siguiente interrogante: ¿Cuál es el impacto social que generan estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote?

Esta investigación, encuentra como justificación teórica que los equipamientos comerciales son parte del espacio público de una ciudad y pueden tener un impacto en su configuración urbana y social. Por lo tanto, estudiar su relación con el espacio urbano y su influencia en la vida social puede ser una justificación teórica para realizar una tesis sobre centros comerciales. La justificación social de la presente investigación radica en la importancia de los edificios y espacios públicos sobre la calidad de vida de las personas, la creación de comunidades fuertes, el desarrollo sostenible, y además son una parte fundamental de la economía local, pueden tener un impacto significativo en la generación de empleo y el desarrollo económico de la zona. La justificación práctica se basa en la necesidad de entender cómo estos establecimientos impactan en la vida cotidiana de las personas y en la planificación de nuevas zonas comerciales y la regulación de las existentes. Así mismo generan empleo, estimulan la economía, proporcionan acceso a bienes y servicios esenciales, ofrecen opciones de entretenimiento y ocio, y brindan servicios comunitarios necesarios. En la justificación metodológica, se tiene un enfoque cualitativo ya que se pretende obtener una recolección de datos, para ello se tendrá que hacer estudios de casos de los diferentes equipamientos comerciales dentro de la ciudad, por lo que se plantea como objetivo general se consideró: Determinar el impacto social de estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023. Así mismo se presentan los objetivos específicos: 1. Diagnosticar el estado actual

de los equipamientos comerciales de Chimbote,2023, 2. Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales en la ciudad Chimbote, 2023 y 3. Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote,2023. Conforme a los objetivos planteados se propone la siguiente hipótesis general: Los equipamientos comerciales dentro de la ciudad en su mayoría obtendrán un impacto significativo y positivo en el ámbito social.

## II. MARCO TEÓRICO

Este marco teórico enfoca los estudios y conceptos que estructuran el trabajo de investigación por autores o predecesores, tanto a nivel internacional y nacional, dichos autores aportarán en la creación de una base sólida en la que podamos sustentar nuestro proyecto. Por consiguiente, exponemos las investigaciones previas relacionadas con el tema en cuestión y los resultados que tuvieron.

Cruz. E (2016) en México, de acuerdo con proyecto de tesis titulado “Impacto de Megaproyectos comerciales en zonas urbanas”, tuvo como objetivo general: Analizar los impactos ex post de equipamientos comerciales de grandes magnitudes en zonas urbanas aledañas. El tipo de investigación utilizada fue mixta de tipo cualitativa y cuantitativa, donde se emplearon instrumentos como entrevistas, encuestas, así mismo se usó un proceso lógico-deductivo, donde se observaron y se registraron los hechos. Los siguientes resultados exponen que encontró mayor afluencia de visitantes a megaproyectos es directamente proporcional al tipo y diversidad de productos ofertados y no por el número de locales existentes. Otro factor que determina la afluencia es la facilidad para llegar al equipamiento, lo que determina un mayor desplazamiento de la población. Por lo que se concluye que los megaproyectos comerciales inciden en la generación de impactos como (centralismo, cambio de usos de suelo, reacomodación de la traza urbana, incremento del flujo vehicular y percepción de seguridad).

Dicho autor nos expone un tema relevante en la actualidad debido al aumento en la construcción de grandes proyectos comerciales en áreas urbanas en todo el mundo. El impacto de estos proyectos en la economía local, el medio ambiente, la calidad de vida de los residentes y la infraestructura urbana son algunos de los temas que se abordan en su tesis y son de gran importancia para los tomadores de decisiones y la comunidad en general.

Asimismo, Orozco.M, (2016) en España, según su tesis denominada “Impacto de la atractividad de un centro comercial en la satisfacción y lealtad de sus consumidores”: El rol moderador de las motivaciones y frecuencia de visita, tuvo

como objetivo demostrar que la atraktividad de un establecimiento comercial tiene un impacto global sobre la lealtad de sus consumidores a través de la satisfacción. El tipo de investigación tiene un enfoque cualitativo y se desarrolló a través de los siguientes instrumentos: cuestionario y encuesta. Los resultados encontrados fueron los siguientes: Existe una relación entre los aspectos con respecto a la satisfacción de los consumidores y se deben tomar en cuenta el perfil de los consumidores, ya que éstos moderan las relaciones entre tales constructos, teniendo como conclusión que los consumidores frecuentes de centros comerciales, consideran su visita como un fin netamente recreativo. Mientras que los consumidores menos frecuentes, tienen objetivos más específicos en cuanto a su visita. Sin embargo, no se relaciona la frecuencia de visita con aspectos del comportamiento del consumidor.

De acuerdo a este trabajo de investigación, se comenta que la atraktividad que radica en los centros comerciales son una parte importante del tejido social y económico de muchas comunidades. Estos lugares no solo son importantes para los consumidores como destinos de compras, sino también como lugares de encuentro social y entretenimiento.

De igual manera Domenech.S(2016) en Colombia, de acuerdo al artículo científico "Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea". Tuvo como objetivo: Identificar la percepción social que se tiene sobre los establecimientos comerciales. El tipo de investigación utilizado es descriptivo-explicativo, se utiliza una metodología clásica deductiva, partiendo de teorías y procesos ya antes aplicados, observa sus resultados a fin de comprobarlos. Los instrumentos utilizados son: Observación y escalas de apreciación. Como resultado se han implantado cambios en la percepción comercial del espacio público que llegan a afectar su consideración estética y a influir sensiblemente en su correcta respuesta tanto comercial como social. Como conclusión nos dice que los espacios comerciales definen el modo de vida de las personas que residen en el área, por las labores culturales y socioeconómicas que se desarrollan en la vía pública.

De acuerdo a las investigaciones del autor previo, podemos inferir la importancia que aborda el comercio sobre el desarrollo urbano contemporáneo, esto quiere decir la relación entre espacio público y el comercio en las ciudades, por lo que es necesario ahondar en sus resultados y cuestionarse si más metrópolis están siendo influenciadas por el aspecto comercial en cuando al índole económico, social y cultural.

Según las investigaciones previas de carácter internacional, se destaca la relación entre la ciudad y el comercio y cómo influye en los habitantes de la ciudad por lo que es necesario cuestionarse si este fenómeno se percibe también en nuestro país. Dicho esto, se hizo una selección de investigaciones antecedentes a la nuestra, realizadas en nuestro país.

Según Calderón, O. (2019) en su trabajo de investigación titulado: “Impacto de la atraktividad del centro comercial “Real Plaza Primavera” en la lealtad de sus consumidores de 18 a 55 años residentes de Lima Metropolitana”, tuvo como objetivo determinar si la atraktividad del centro comercial “Real Plaza Primavera” generó un impacto en los consumidores residentes de la zona. El proyecto de investigación utilizó una metodología descriptiva, la cual se desarrolló en base a instrumentos como: Entrevista, focus group y encuestas presenciales que permitieron levantar información primaria y se consultó la data recabada a través de entrevistas a profundidad con expertos en el rubro. Los resultados revelan que hay una correlación significativa entre las dimensiones de atraktividad (ambiente, oferta, servicios y entretenimiento) y la lealtad de los consumidores hacia el centro comercial Real Plaza Primavera. Se observó que la dimensión de atmósfera tiene el mayor impacto, mientras que el entretenimiento tiene un peso relativo menor. En conclusión, se encontró una influencia positiva del centro comercial en sus consumidores, y se estableció una relación significativa entre la lealtad de los visitantes hacia los centros comerciales y la atmósfera, así como las variables que la conforman. La importancia de este proyecto de investigación radica en que los centros comerciales como Aventura Plaza pueden tener un gran impacto en las comunidades circundantes. La urbanización La Esmeralda en Trujillo es un ejemplo

de una comunidad que ha sido afectada por la construcción y operación de este centro comercial.

Ángulo, C. (2016) de acuerdo a su trabajo de tesis de maestría titulado “El impacto del mall aventura plaza en la urbanización La Esmeralda, Trujillo - Perú”, tuvo la finalidad de estudiar el impacto que genera el Mall Aventura Plaza que se encuentra ubicado en la Urb. La Esmeralda, situado en el distrito de Trujillo, con la intención de averiguar si había impactos sociales y urbanos no positivos que varíen el confort de los ciudadanos y si lo mencionados son relevantes como para considerarlos para la expansión de políticas como la moderación en esta ciudad. En cuanto a su metodología se empleó el método descriptivo a través de instrumentos como la entrevista y encuesta. En este proyecto de investigación se hallaron resultados satisfactorios como son la diversificación e incremento de los valores del sectores urbanos para los habitantes del área urbana y efectos no positivos como la surgimiento de comerciantes ambulatorios que irrumpen la vía pública y el bajo nivel de compras en estos establecimientos comerciales cercanos a la zona, concluyendo qué el establecimiento comercial ubicado en la urbanización La Esmeralda tuvo efectos negativos en el sector , incrementando el desorden público y dando una mala imagen urbana a la zona.

De acuerdo al autor previo, podemos inferir qué está investigación aporta a la comprensión de las comunidades locales y su relación con los centros comerciales, puesto que tales entidades llegan a influenciar en sus vidas diarias, incluyendo su movilidad y la calidad de servicio en general.

De igual manera Claudio, J. (2021) en la tesis denominada “Modelo de equipamiento comercial e integración urbana en la ciudad menor de Uchiza-San Martín 2021-2031”, tuvo como objetivo proponer un modelo de equipamiento comercial que beneficiará la integración urbana en la ciudad menor de Uchiza. El tipo de investigación utilizada fue descriptivo-explicativo donde se aplicaron los siguientes instrumentos: Encuesta y entrevista. Los resultados exponen qué el adecuado ordenamiento y planificación de emplazamiento de un equipamiento comercial

puede generar el parcial cese de procesos de segregación y brechas económicas que existen en la ciudad menor de Uchiza, concluyendo que la integración y equipamiento comercial del distrito de Uchiza se lograrán mediante la implementación de un modelo de planificación y desarrollo comercial en la ciudad de menor tamaño de Uchiza.

Según la investigación previa el rol del equipamiento comercial es importante para el tejido urbano de una ciudad, ya que el impacto que genera puede afectar tanto el desarrollo económico como la calidad de vida de los habitantes de la ciudad, en conclusión, pueden influir significativamente en el desarrollo económico, la integración social y el diseño urbano de la una ciudad.

Posterior a los antecedentes nacionales e internacionales analizados, se procederá con la elaboración teórica que sustentan las variables de equipamiento comercial e impacto social y sus dimensiones. En caso de la variable 1, los siguientes autores la definen:

Según Chinen, (2020) los equipamientos comerciales son áreas que impulsan el crecimiento económico y social de la población, así como promueven la renovación y la vitalidad de las zonas urbanas. El equipamiento comercial tiene que desenvolverse dentro del concepto de integración, puesto que tiene la intención de unificar los componentes en una propuesta arquitectónica, además de brindar variedad, entretenimiento e interactividad que hará que los consumidores generen interés en los productos.

Por otro lado, Diaz, E. (2018), los requerimientos indispensables para la correcta funcionalidad de un equipamiento metropolitano parten de conceptos como la accesibilidad y zonificación. Dicho esto, se destaca que tanto la accesibilidad peatonal como vehicular tienen que tener una maniobra simple y ordenada. La adopción de la zonificación crea una relación entre áreas comerciales, de servicios y de estacionamiento, puesto que beneficiarán a la operación, soporte y rentabilidad del proyecto. Por otro lado, en el aspecto formal, el uso de la masa es fundamental, porque es un elemento muy acentuado y estratificado, asimismo el uso de la



simetría también contribuirá a equilibrar los volúmenes del edificio y equilibrarlos de forma justa.

Asimismo, Bambarén y Alatrística (2018) nos expone qué un equipamiento necesita dirección y parámetros que garanticen el soporte y seguridad en el edificio, para lograr tal cometido es necesario que se haga una cavidad arquitectónica donde se analice el terreno más adecuado y un diseño que contenga las especificaciones a nivel estructural y funcional. Por ello se acordó que para obtener equipamiento comercial efectivo es necesario tener en cuenta estudios del terreno, el correcto análisis de la zonificación y el uso de los parámetros establecidos.

Según lo mencionado previamente, los equipamientos comerciales se encuentran determinados por aspectos funcionales, estos involucran el tema formal y estético que tenga la edificación y a la vez su relación con su entorno; así mismo también se destaca el aspecto funcional ya que se aborda la accesibilidad al proyecto, la funcionalidad interna y la zonificación; y por último se cuestiona la relación del equipamiento con la población. Posterior a los conceptos revisados anteriormente, se procedió a recopilar información teórica con respecto a las dimensiones que determinan la variable de equipamiento comercial, siendo estas: Formal, funcional, accesibilidad y contextual. A continuación, se acotaron las opiniones de diversos autores con respecto a las dimensiones indicadas.

La dimensión formal es explicada por el autor Pinós, C. (2019) que destaca el aspecto formal en la importancia de la relación entre la forma del interior y el exterior en la estética del diseño de edificios. Su enfoque se centra en crear conexiones visuales y espaciales entre los espacios interiores y el entorno circundante, permitiendo una experiencia fluida y una interacción significativa con el entorno externo no solo enriquece la experiencia del usuario, sino que también contribuye a la estética y la coherencia general del diseño. Por otro lado, Moneo, R. (2019) considera que la forma de un edificio es un elemento clave que contribuye a su expresión y significado. Él entiende la forma como una manifestación de la intención arquitectónica y una herramienta para comunicar ideas y valores. Para él, la forma

debe responder al entorno circundante, estableciendo una conexión armónica y respetuosa con el lugar donde se sitúa. Considera que una arquitectura sensible a su contexto se traduce en una forma que se integra y se relaciona armoniosamente con el entorno existente.

Con respecto a la dimensión funcional de acuerdo con Daroca Bruño, F. (2017) ha abordado el aspecto funcional en la arquitectura, analiza la importancia de la distribución y la zonificación y circulación como elementos clave para lograr espacios que cumplan con su propósito y sean eficientes en su funcionamiento. Reconoce que la distribución de los espacios dentro de un edificio tiene un impacto directo en cómo se utilizan y experimentan, la importancia de una zonificación adecuada para garantizar que cada área cumpla con su propósito de manera eficiente. Finalmente se refiere a la disposición y diseño de los recorridos dentro del edificio para facilitar el desplazamiento de las personas de manera fluida y eficiente. Por otro lado, según los autores Neufert, E., y Neufert, P. (2018). La distribución funcional en arquitectura es un proceso clave que implica establecer zonas y una jerarquía espacial adecuada para diferentes actividades y funciones dentro de un edificio. La forma en que se organizan los espacios arquitectónicos tiene un impacto significativo en la eficiencia y el funcionamiento general del entorno construido. Al diseñar la distribución funcional, se deben tener en cuenta diversos factores, como las necesidades específicas de los usuarios, los requisitos funcionales del edificio y la interacción entre las distintas áreas. Una distribución eficiente se logra al considerar cuidadosamente cómo se relacionan y conectan los diferentes espacios entre sí.

La dimensión de accesibilidad según los autores Steinfeld, E., & Danford, G. (2017) El diseño universal se ha promovido como un enfoque clave para la accesibilidad en un edificio arquitectónico. Los autores resaltan la importancia de diseñar entornos que sean utilizables por todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas. Esto implica considerar la diversidad humana y anticipar las necesidades de todos los usuarios desde el principio del proceso de diseño. No obstante Rovira, E. (2021) afirma que la accesibilidad en la arquitectura

también es un aspecto funcional crucial. Autores como David García-Asenjo han abordado este tema, examinando cómo diseñar entornos accesibles para todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades físicas o cognitivas.

La dimensión contextual de acuerdo con Moneo, R. (2019). Es importante comprender y responder al contexto de la ciudad, como su perfil urbano y espacialidad en la arquitectura, destacando la necesidad de crear edificios que se relacionan armoniosamente con su entorno. Destaca la necesidad de crear edificios que se relacionen armónicamente con su entorno urbano, considerando el perfil urbano, la espacialidad y la identidad del lugar. Enfatiza la importancia de la integración y la continuidad en el tejido urbano existente, evitando intervenciones que rompan abruptamente con el entorno y promoviendo una relación armónica entre los edificios y su contexto. Por otro lado, Jacobs, J. (2018) Examina el contexto físico de las ciudades y cómo las personas perciben y experimentan el entorno urbano. El autor explora cómo la configuración física de una ciudad, incluyendo su diseño, patrones de calles, espacios públicos y elementos arquitectónicos, influye en la forma en que las personas interactúan y se orientan en el entorno urbano.

Posterior a la teoría expuesta sobre equipamiento comercial, se proseguirá con una revisión teórica de diferentes autores con respecto a la segunda variable que es impacto social, a continuación, los siguientes autores la definen:

Según los autores Moraes y Moura (2017), el impacto social refiere a los cambios positivos o negativos que una iniciativa, proyecto, programa o política pública genera en la vida de las personas, las comunidades y la sociedad en general, dicho impacto puede verse evaluado a través de herramientas de análisis, de tal manera que se haga un estudio más eficiente y se precise con mayor exactitud los efectos socioeconómicos en los ciudadanos.

Asimismo, para Morales, D. (2020), expone qué el impacto social se relaciona con los efectos observados o esperados de una intervención social en términos de beneficio y calidad de vida de las personas, la cohesión social y la justicia social. Al considerar el impacto social de una intervención, se pueden identificar las áreas que

necesitan mejoras y diseñar soluciones que aborden las necesidades y preocupaciones de las personas.

No obstante, según el Foro Económico Mundial (2018), el impacto social se refiere a la capacidad de una empresa, organización o iniciativa de generar soluciones innovadoras a problemas sociales y ambientales, y de crear valor para todos los stakeholders. Cada vez más, las empresas y organizaciones están asumiendo la responsabilidad de contribuir a la solución de problemas sociales y ambientales, y el impacto social se ha convertido en un criterio clave para medir el éxito y la relevancia de las iniciativas.

En la literatura de evaluación de impacto social, se ha propuesto la definición de Weiss (2018), quien define el impacto social como "los efectos netos atribuibles a una intervención o política pública en términos de los objetivos sociales que se propone lograr, ajustados por los efectos alternativos posibles. Además, considera los posibles efectos alternativos que podrían haber ocurrido si la intervención o política no se hubiera implementado, lo que proporciona una evaluación más precisa de su impacto real.

De acuerdo García-Cueto y otros autores (2019), el impacto social se refiere a los efectos observados o esperados de una intervención social en términos de los cambios en las condiciones de vida, los comportamientos, las relaciones y las estructuras sociales, así como en el medio ambiente. Por otro lado, está estrechamente involucrado con el costo social ya que refiere costos totales, tanto monetarios como no monetarios, asociados con una intervención o política pública en términos de su impacto en la sociedad, la relación entre el impacto social y el costo social debe ser considerada de forma integrada y equilibrada, con el fin de maximizar los beneficios sociales y minimizar los costos y efectos negativos.

En base a lo investigado anteriormente, el impacto social está definido por aspectos que involucran el costo social de algún evento que involucre a la sociedad, así mismo la percepción social refiere a la imagen social que se tiene de alguna actividad y el beneficio social se encuentran determinado por el impacto social

positivo tangible para la población en general, en base a lo anteriormente mencionado se procedió con la revisión teórica según diversos autores de las dimensiones de impacto social que son : Percepción social , bienestar social y costo social.

La dimensión de percepción social según Ruiz (2019) se analiza a través de un enfoque cualitativo, se busca examinar la opinión pública respecto a las redes de apoyo presentes en una determinada ciudad o área urbana. La manera en que se perciben y describen las zonas con riesgo social refuerza el compromiso establecido en las políticas actuales relacionadas con la vulnerabilidad urbana. Esto implica desarrollar modelos de análisis y criterios para identificar áreas que requieren rehabilitación urbana en la ciudad. No obstante Moya, M. (2019) centra sus investigaciones en temas como la opinión pública, el prejuicio y la discriminación, y la ideología política. Así mismo plantea una perspectiva integral de la psicología social desde una mirada específica centrada en el impacto social de una comunidad.

La dimensión de costo social según los autores Cullen S. Hendrix y Stephan Haggard (2017), analizan la carga social y política asociada con la ayuda humanitaria, que refiere al bienestar humano en términos de libertades y capacidades más amplias que el simple crecimiento económico. Se argumenta que es fundamental tener en cuenta los costos sociales, como la pobreza, la desigualdad y la exclusión, al evaluar el éxito y el impacto de cualquier medida de desarrollo en las personas. Por otro lado, Nina, N. y Herbert, B. (2018), investigan el costo social que se infringe en la población y como está se involucra en la toma de decisiones económicas, especialmente en relación con la evaluación de proyectos de desarrollo o políticas públicas, por lo tanto, se analiza la influencia indirecta y directa que sobrecae en la población, que se divide en dos aspectos: costo indirecto y costo directo.

La dimensión de beneficio social de acuerdo a los autores Andrew, C. Dirk, M. y Laura. J (2018), el concepto de beneficio social aborda la responsabilidad social corporativa y cómo las empresas pueden generar beneficios sociales a través de

sus actividades y prácticas, así mismo también se habla de un beneficio directo para las personas, puesto que toda actividad pública puede generar tanto beneficios indirectos como directos, esto se resumen en beneficios económicos para las entidades privadas como para la población. Por otro lado, Luis Miguel, G. y Maritza. P (2017) examinan el beneficio social a través de los impactos económicos y sociales de alguna actividad política, programa o iniciativa sobre la sociedad en su conjunto. El beneficio social puede manifestarse en diversas formas y puede ser evaluado y medido desde diferentes enfoques y perspectivas.

### **III. METODOLOGÍA**

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

La presente investigación es de tipo cualitativa, ya que no se contrasta con ningún aspecto práctico y nos enfocamos en la recolección de datos y comprender fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes. Según Espinoza (2020), las investigaciones cualitativas se enfocan en garantizar el rigor científico de las investigaciones, especialmente en lo que concierne a las relaciones establecidas entre el investigador y los participantes.

Nuestro trabajo de investigación es de tipo No-Experimental, de tipo empírica que desempeña una estrategia asociativa selectiva no probabilística y transversal, cuya finalidad es la realización de una investigación aplicada, en donde se evaluará el impacto social que tienen los equipamientos comerciales más resaltantes de la ciudad de Chimbote, por lo que a través de instrumentos de recolección de datos para poder solventar nuestros objetivos. Según el autor Babbie, E. (2017), la investigación no experimental busca describir las características, comportamientos o fenómenos tal como son, sin manipular variables. Se centra en observar, registrar y analizar datos existentes. Este tipo de investigación puede involucrar estudios de caso, encuestas, análisis de contenido y observación participante. En base a lo anteriormente mencionado.

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

Después de presentar las variables basándose en los fundamentos teóricos establecidos en el marco teórico, la matriz de consistencia y la tabla de operacionalización de las variables, el propósito principal de esta investigación es examinar la conexión que existe entre las dos variables mencionadas.

**Categoría 1:** Equipamiento comercial, Según Chinen, (2020) los equipamientos comerciales son áreas que impulsan el crecimiento económico y social de la población, así como promueven la renovación y la vitalidad de las zonas urbanas. El equipamiento comercial tiene que desenvolverse dentro del concepto de

integración, puesto que tiene la intención de unificar los componentes en una propuesta arquitectónica, además de brindar variedad, entretenimiento e interactividad que hará que los consumidores generen interés en los productos.

**Subcategorías:** Aspecto formal, aspecto funcional, aspecto contextual y aspecto de accesibilidad.

**Categoría 2:** Impacto social, según los autores Moraes y Moura (2017), el impacto social refiere a los cambios positivos o negativos que una iniciativa, proyecto, programa o política pública genera en la vida de las personas, las comunidades y la sociedad en general, dicho impacto puede verse evaluado a través de herramientas de análisis, de tal manera que se haga un estudio más eficiente y se precise con mayor exactitud los efectos socioeconómicos en los ciudadanos.

**Subcategorías:** Beneficio social, costo social y percepción social.

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

Nuestro escenario de estudio es la ciudad de Chimbote, en el cual se evaluarán los equipamientos comerciales más influyentes dentro de la ciudad, se decidió abarcar toda la ciudad para poder hacer una selección minuciosa de los equipamientos comerciales más representativos según una categoría metropolitana, puesto que la ciudad ha experimentado importantes transformaciones en su paisaje urbano a lo largo de los años en relación con los equipamientos comerciales.

Se presentará la información y el proceso de cálculo de la muestra, comenzando por la descripción del contexto en el que se desarrollará el proyecto. En este contexto, la población de interés corresponde a los habitantes de Chimbote. Los datos demográficos se obtuvieron del censo nacional de población y vivienda realizado por el INEI en el año 2017. Según este censo, se determinó que la ciudad de Chimbote tiene una población total de 206,213 residentes. Para seleccionar la muestra, se aplicaron dos métodos de muestreo: El muestreo probabilístico aleatorio simple y el muestreo no probabilístico por idoneidad. El cálculo de la



muestra se basó en la siguiente fórmula:  $n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$  Para cuando se conoce el tamaño de la población

Dónde: Z = Puntaje Z correspondiente al nivel de confianza considerado (para 99% de confianza Z=2.58, para 95% de confianza Z= 1.96, para 90% de confianza Z= 1.65) (También se llama coeficiente de confiabilidad).

N: Total de elementos de la población en estudio

E: Error permitido

n: tamaño de muestra a ser estudiada

P: Proporción de unidades que poseen cierto atributo.

Q: Q =1-P (si no se tiene P, se puede considerar P=0.50=Q)

Reemplazando datos, se obtiene: Z= 99% de confianza= 2.58, N = 3892 (población ocupante presente), E= 0.10, P= 0.50, Q= (0.50).

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{(206\ 213)(2.58)^2 (0.5)(0.5)}{(206\ 213 - 1)0.1^2 + 2.58^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(206\ 213)(6.66)(0.25)}{(206\ 213)0.01 + 6.66 (0.25)}$$

$$n = \frac{(1\ 373\ 378.58)(0.25)}{2\ 062.12 + 1.66}$$

$$n = \frac{3\ 433\ 344.645}{2\ 063.78}$$

$$n = 166.3$$

$$n = 166 \text{ (valor redondeado)}$$

De la fórmula, se obtuvo como resultado una muestra constituida por **166 personas**, a las cuales se le aplicará el instrumento para la recolección de datos.



Figura 1: Plano de la ciudad de Chimbote. Elaboración propia, 2023.

### 3.4. Participantes

Para esta investigación, se determinó como objeto de estudio 4 de los 20 equipamientos que se seleccionaron en la ciudad de Chimbote, de los cuales solo se incluirían 4 como participantes del estudio. Como primera fase de selección, se escogieron 20 equipamientos más relevantes de la ciudad de Chimbote, los cuales están divididos entre: Supermercados, mercados mayoristas, mercados minoristas, centros comerciales y galerías; estos datos se adjuntan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Listado de equipamientos comerciales seleccionados en la ciudad de Chimbote

LISTADO	EQUIPAMIENTOS COMERCIALES	UBICACIÓN
1	Centro comercial Mega plaza	Chimbote 02804 de la avenida Enrique Meiggs
2	Centro comercial Plaza Santander	Jr. Manuel Villavicencio 440, Chimbote
3	Supermercado Plaza Vea (plaza 28 de Julio)	Av. Francisco Bolognesi 940, Chimbote 02804
4	Supermercado Plaza Vea (Jirón Ladislao Espinar)	Jr. Ladislao Espinar 511, Chimbote 02803
5	Mercado mayorista La Perla	Av. José Pardo piso 1, kilómetro 0 frente al Centro comercial Mega Plaza
6	Mercado mayorista 2 de mayo	Sta. Rosa 416, Chimbote 02801
7	Supermercado mayorista Makro	VCWR+ 95F, Pescadores, Chimbote 02804
8	Centro comercial Happy Plaza	Jr. Leoncio Prado 603, Chimbote 02803
9	Mercado minorista Chacra la Olla	375, Av. Pardo, Chimbote
10	Mercado ferrocarril Las Malvinas	Av. José Gálvez s/n Mercado Ferrocarril Las Malvinas Pts. 359-359
11	Centro comercial Los ferroles	Pescadores S/n, Chimbote 02804
12	Galerías Alfa	Leoncio Prado 660 Galerías ALFA, Chimbote 02803
13	Centro comercial Bahía Center	Jr. Espinar Cuadra 8 (Entre Av. Gálvez y Jr. Tumbes)
14	Mercado mayorista 3 estrellas	Av. Vía 1 s/n piso 1 kilómetro, altura de la vía expresa
15	Mercado minorista Modelo	Av. José Gálvez 4ta cuadra s/n piso 1 manzana 31 kilómetro 0, casco urbano
16	Mercado minorista La Victoria	WCGF+94W, Chimbote 02801
17	Mercado de peces	WCG6+ CFV, 1N, Chimbote 02803
18	Mercado minorista Alfonso Ugarte	Jr. Alfonso Ugarte 295, Chimbote 02803
19	Mercado minorista El trapecio	WC2P+ 95 X, Chimbote 02804
20	Mercado minorista El Carmen	WCP9 + PGF , Juan Velasco Alvarado, Chimbote 0280

*Nota: Equipamientos comerciales: Establecimientos comerciales relevantes existentes en Chimbote. Ubicación: Dirección exacta de su ubicación. Elaboración propia, 2023.*

La selección de los 4 participantes se realizó siguiendo criterios de exclusión e inclusión establecidos, los cuales se basaron en una serie de filtros específicos. Estos filtros tuvieron en cuenta la escala metropolitana de los equipamientos

comerciales, su relevancia histórica, su reciente implementación y por su estado de abandono. Los criterios de inclusión se utilizaron para identificar aquellos equipamientos comerciales que cumplieran con los requisitos establecidos para formar parte del estudio. Se buscó incluir aquellos que tuvieran un alcance metropolitano, es decir, que fueran reconocidos y utilizados por una amplia población de la ciudad y sus alrededores. Además, se consideró la relevancia histórica de los equipamientos comerciales, valorando su importancia en el desarrollo económico y social de la ciudad a lo largo del tiempo. También se tuvo en cuenta la construcción reciente de los equipamientos comerciales, para incluir aquellos que representarán las tendencias más actuales en el ámbito comercial. Por último, se evaluó a los equipamientos que se encuentran en desuso y no tuvieron la trascendencia esperada. Por otro lado, los criterios de exclusión se aplicaron para descartar aquellos equipamientos comerciales que no cumplieran con los estándares establecidos para formar parte del estudio. Se buscó evitar incluir aquellos que tuvieran un impacto limitado o poco significativo en la comunidad o en el desarrollo urbano.

Como resultado obtuvimos 4 equipamientos comerciales con mayor relevancia en cada categoría de inclusión, siendo estos: Centro comercial Megaplaza, Mercado modelo, Supermercado Makro y mercado mayorista tres estrellas.

**Megaplaza:** Es un centro comercial ubicado en la ciudad de Chimbote, en la región de Áncash, Perú. Es un importante destino comercial y de entretenimiento que ofrece una variedad de tiendas, restaurantes, cines y otros servicios para el disfrute de los visitantes.

**Mercado Modelo:** El Mercado Modelo de Chimbote es un centro de abastos tradicional que ofrece una amplia variedad de productos frescos y perecibles. Es un lugar de vital importancia para la economía local, se caracteriza por su bullicio y actividad comercial.

**Makro:** Es un establecimiento comercial donde los clientes pueden comprar productos al por mayor. Esta tienda mayorista ofrece una amplia variedad de productos, desde alimentos frescos y productos enlatados hasta artículos de

cuidado personal, electrodomésticos, productos de limpieza y más. Está diseñada principalmente para atender las necesidades de clientes comerciales, como restaurantes, hoteles, pequeños negocios y revendedores.

**Mercado mayorista tres estrellas:** El Mercado Tres estrellas es un centro de abastecimiento zonal de naturaleza mixta (combinando características minoristas y mayoristas) que comenzó a operar en el año 2010 y ha estado en funcionamiento durante 13 años. Este mercado cuenta con 217 puestos fijos y mantiene activos permanentemente 300 puestos. Dispone de suministro eléctrico, cuenta con abastecimiento de agua y está conectado a un sistema de alcantarillado, sin embargo, no se encuentra en actividad y actualmente funciona como depósito.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:**

Respecto a las técnicas para recolectar datos, se consideró la observación como técnica. La observación es un instrumento para recopilar, analizar e interpretar información en el cual el investigador desempeña un papel activo en las interacciones con el grupo que constituye el foco de su estudio. Según el autor Piñeiro. (2016), por lo tanto, se tomará esta técnica para obtener un registro visual del estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

La encuesta se puede describir como una forma de entrevista basada en un cuestionario. En este caso, el diálogo ocurre entre el encuestado y el cuestionario, sin la presencia de un entrevistador directo. Es importante señalar que los sujetos que proporcionan la información completan el cuestionario por sí mismos. Feria H. (2020) la encuesta facilita la recopilación de una muestra representativa y proporciona datos cuantitativos para el análisis estadístico, sobre la perspectiva que tienen los usuarios sobre los equipamientos comerciales de Chimbote.

La entrevista se puede describir como una técnica de investigación basado en la comunicación cara a cara entre el investigador y los sujetos de estudio, con el

propósito de obtener respuestas verbales a las preguntas formuladas sobre el problema en cuestión. Feria H. (2020)

Respecto a los instrumentos de recolección de datos, se considera a la ficha de observación para registrar las características físicas de los equipamientos comerciales, los cuales comprenden la parte formal, funcional y contextual. Mientras que el cuestionario se usará como segundo instrumento de recolección, en el cual formulamos una serie de ítems preparados según nuestra matriz de operacionalización.

### **Validación de los instrumentos**

Se evaluarán los instrumentos de recolección de datos como: Fichas de observación, cuestionarios y listado de preguntas-entrevista mediante el juicio de expertos, de manera que se acrediten los resultados de la presente investigación.

<b>Expertos</b>	<b>Fichas de observación</b>	<b>Cuestionario/ encuesta</b>	<b>Listado de preguntas/entrevista</b>
Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros	APTO	APTO	APTO
Arq. Miriam Pérez Poemape	APTO	APTO	APTO
Econ. Alan Pierre Pérez Roncal	APTO	APTO	APTO

### **3.6. Procedimientos**

Se enfocan en lograr los objetivos de la investigación, por lo tanto, se proporciona a continuación una descripción detallada del procedimiento en cada uno de ellos:

Objetivo específico 1: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote. Donde se aplicarán fichas de observación que evalúen la categoría 1 y determinen los indicadores de cada subcategoría. Para poder realizar las fichas de recolección de datos, optamos por recopilar información sintetizada vía internet y también observación presencialmente, en donde hicimos

la respectiva búsqueda en diferentes páginas, las cuales fueron de fuentes confiables y donde abunda todo tipo de información acerca de los cuatro equipamientos comerciales que vamos analizar.

Objetivo específico 2: Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote. Donde se llevarán a cabo entrevistas a profesionales expertos en el tema, como arquitectos y economistas. Estas entrevistas permitirán obtener perspectivas especializadas y conocimientos profundos sobre cómo el equipamiento comercial afecta diversos aspectos sociales en la ciudad. Los expertos podrán ofrecer información cualitativa valiosa y aportar conocimientos significativos para comprender la influencia de estos establecimientos en la comunidad de Chimbote.

Objetivo específico 3: Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote. Donde se aplicará cuestionarios a la población circundante a los equipamientos comerciales evaluados en el estudio, estos cuestionarios podrán conseguir información actualizada de la opinión popular sobre de estas edificaciones. Así mismo se elaborarán fichas de observación para evaluar el entorno físico y su relación con los equipamientos.

### **3.7. Rigor científico:**

El rigor científico en un trabajo que implica tener en cuenta elementos de certeza y ética profesional. A medida que se reduzcan las incertidumbres, la investigación en curso se volverá más precisa y fidedigna en todos sus aspectos. (De la Cruz, 2017). Por lo cual en esta investigación se cumplirán con los principios de credibilidad, confirmabilidad e imparcialidad:

La credibilidad en la investigación cualitativa se logra a través de la confirmabilidad (la capacidad de otros investigadores para llegar a las mismas conclusiones), la transferibilidad y la dependencia. (Denzin y Lincoln 2005). Dicho esto, en nuestra

investigación se utilizarán múltiples fuentes de datos, métodos y/o investigadores para confirmar y corroborar los hallazgos.

La confirmabilidad se relaciona con la imparcialidad en la interpretación o análisis de la información, lo cual se alcanza cuando otro investigador o investigadores pueden rastrear las acciones del investigador original y obtener resultados similares. (Edelmira Castillo 2003). Por lo cual nuestra investigación será evaluada por expertos independientes para revisar y evaluar el estudio. Esto puede ayudar a garantizar la objetividad y la calidad de la investigación. Los revisores externos pueden examinar la coherencia y la validez de los procedimientos utilizados, así como la consistencia de los hallazgos con la evidencia presentada.

La imparcialidad: busca que todos los puntos de vista de los participantes en el problema que se estudia, sus perspectivas, argumentos, y voces, aparezcan en el texto cualitativo. (Cristina Moral 2006). Por lo que nuestra investigación trabajará con un muestreo diverso, donde se seleccionarán participantes diversos, para garantizar la representatividad de diferentes grupos y perspectivas. Esto ayuda a evitar la parcialidad y amplía la comprensión del fenómeno que se investiga.

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

En nuestro análisis de datos y métodos empleados utilizamos diferentes técnicas, como entrevistas, encuestas y fichas de observación. En el caso de las encuestas, nos esforzamos por formular preguntas que generen respuestas concisas, de modo que podamos medirlas y presentar los resultados de manera precisa y lógica a través de tablas y gráficos. Por otro lado, llevamos a cabo las entrevistas de manera fluida y sencilla, con el objetivo de que el entrevistado pueda compartir sus conocimientos y experiencias relacionadas con las variables que estamos estudiando. Por último, las fichas de observación nos permiten registrar anotaciones y tomar fotografías que respalden nuestros objetivos y afirmaciones, y luego organizamos y presentamos esta información en gráficos que nos ayuden a agrupar y ordenar los datos.



Se utilizó la triangulación como estrategia metodológica para vincular estos tres métodos de análisis, según Halina Stasiejko (2009). La triangulación se entiende como una forma de validar internamente la investigación y enriquecer los resultados. Su objetivo no es contrastar o comparar los resultados obtenidos mediante diferentes enfoques metodológicos hacia la realidad social, sino enriquecer una comprensión única que surge de la interacción mutua de los métodos de análisis. En este sentido, la triangulación es más una estrategia metodológica que un método o técnica específica. Al emplear este método, podemos reducir los errores que puedan surgir durante nuestra investigación y proporcionar autenticidad a nuestro proyecto. Además, toda la información recopilada en los cuestionarios y fichas de observación se transferirá a tablas y gráficos para facilitar su comprensión. Como herramientas de apoyo, contamos con Microsoft Office para la elaboración de encuestas y Microsoft Excel para la interpretación de los resultados.

### **3.9. Aspectos éticos**

La investigación cualitativa comparte aspectos éticos similares a la investigación convencional. Las consideraciones éticas relacionadas con la verdad y la justicia son igualmente relevantes en este tipo de investigación. La práctica científica, como una práctica de libertad, se aplica de la misma manera en la investigación cualitativa (Gonzales Manuel, 2002). Por lo tanto, en nuestra investigación, se proponen tres aspectos éticos:

Como primer punto, se encuentra la beneficencia, que según el autor Jose Osorio (2002), implica el deber ético de buscar el bienestar de los participantes en una investigación, maximizando los beneficios y minimizando los riesgos. En nuestra investigación, se informarán los resultados al finalizar el estudio. Los participantes no recibirán ningún beneficio económico ni de otra índole. Si bien el estudio no aportará beneficios directos a la salud individual de los participantes, los resultados pueden beneficiar a la salud pública.

Como segundo punto, tenemos la no maleficencia, que según el autor Millan Armando (2017), implica no causar daño intencionalmente a los sujetos de estudio, a los investigadores ni a terceros que puedan verse indirectamente afectados. Por lo tanto, nos aseguraremos de indicar a los participantes que no existen riesgos o daños al participar en la investigación. Sin embargo, si alguna pregunta genera incomodidad, los participantes tienen la libertad de decidir si desean responder o no.

Finalmente, como tercer punto, tenemos la justicia, que según el autor Álvarez Pedro (2018), implica la obligación del investigador de distribuir equitativamente los riesgos y beneficios de la participación en el estudio. El reclutamiento y la selección de los participantes deben realizarse de manera equitativa. En nuestra investigación, los datos recolectados serán anónimos y no contendrán ninguna forma de identificación de los participantes. Garantizamos la total confidencialidad de la información, y no se utilizará para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos estarán bajo la custodia del investigador principal y serán eliminados adecuadamente después de un período de tiempo determinado.

Por otro lado, según lo establecido en la guía de elaboración de trabajos conducentes de grados y títulos (RVI N°062-2023-VI-UCV) Es relevante destacar que el contenido de la investigación está debidamente referenciado bajo el estilo de normas ISO-690, cumpliendo así con el derecho de autor. Así mismo, la investigación será sometida al programa Turnitin para la prevención de plagio comprobándose así la originalidad del trabajo.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultados

Al procesar la información, se muestran los resultados que se derivan del objetivo general y objetivos específicos, los cuales se extraen de la base de datos.

**Objetivo general:** Determinar el impacto social de estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023.

**Objetivo específico 1:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote

DIMENSIÓN	INDICADORES	HERRAMIENTA
Formal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estética de las obras</li> <li>Conceptualización</li> </ul>	FICHAS DE OBSERVACIÓN
Funcional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución</li> <li>Zonificación</li> <li>Circulación</li> </ul>	
Contextual	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perfil urbano</li> <li>Percepción espacial</li> </ul>	

De esta manera, se pueden exponer los resultados que se han recopilado mediante el uso de fichas de observación diseñadas con el propósito de estructurar los datos sobre el aspecto formal, funcional y contextual de los equipamientos comerciales objeto de estudio.



**Figura 2:** Modelo de Ficha de observación

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES			
	DIMENSIÓN	FORMAL	INDICADORES	Estetica de las obras Conceptualización
 <p style="text-align: center;"><b>ESTÉTICA DE OBRA</b></p>		 <p style="text-align: center;"><b>PERSPECTIVA 1</b></p>		
 <p><b>CONCEPTUALIZACIÓN</b> IDEA RECTORA</p> <p>La idea rectora nace de la necesidad de un centro abastos, ubicado en un punto de la ciudad que beneficiara una estrategia comercial por lo que el punto de partida fue: EJE COMERCIAL.</p> <p>Este eje representaría no solo una ubicación geográfica estratégica, sino también un centro de convergencia de actividades comerciales que promovería el crecimiento económico y facilitaría el acceso a productos y servicios esenciales para la comunidad local y más allá.</p>	 <p><b>TEXTURA</b></p> <p>En la superficie de los muros del mercado modelo se utilizó : Pintura mate color beige.</p> <p>Mientras que en el techo se encuentra cubierto con calaminas y en el piso se utilizó cerámico.</p> <p><b>PROPORCION</b></p> <p>La relación entre los volúmenes se encuentra en un nivel de proporción adecuado para que exista una escala humana</p>	 <p style="text-align: center;"><b>PERSPECTIVA 2</b></p>		
 <p>Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.</p>		<p>Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alberto</p>		
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - ARQUITECTURA	SEMESTRE ACADÉMICO 2023 - 2	Curso: Desarrollo de proyecto de investigación II		Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

<b>OBJETIVO:</b> Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	<b>VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES</b>			Distribución Zonificación Circulación
	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>FUNCIONAL</b>	<b>INDICADORES</b>	

### DISTRIBUCION

El primer nivel del Mercado Modelo cuenta en su mayoría con más áreas de ropa y calzado, ubicado en el borde y centro del mercado, dándole menos énfasis al área de verduras, carnes y pescado, siendo estas las áreas más importantes para las personas, así mismo lo que llega a predominar también es la venta de comidas, las cuales están ubicadas de manera dispersa.

#### LEYENDA

- Tienda de ropa y calzado
- Area de carne y pescado
- Area de jugueria
- Area de verduras
- Area de reposteria
- Area de comida
- Floreria
- Libreria
- Oculista

### ZONIFICACION

Este mercado no cuenta con buena zonificación ya que como se puede observar el área de calzado y vestimenta se encuentra ubicada en la sección de carnes, lo cual genera molestia de algunos usuarios al ingresar a comprar.

#### LEYENDA

- Carnes y Vegetales
- Oficinas
- Calzado y vestimenta
- Abarrotes
- Otros

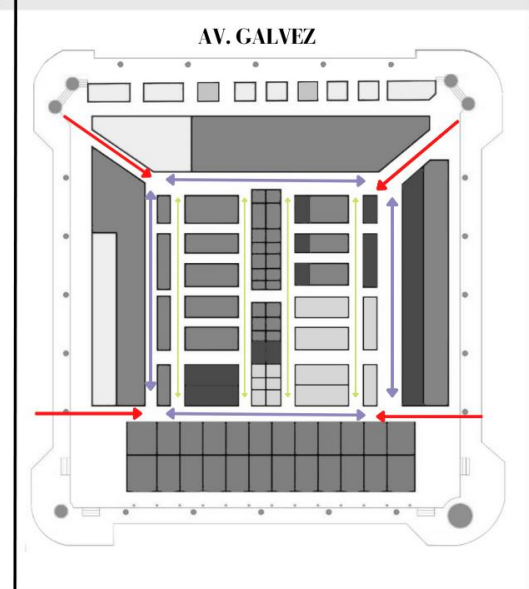
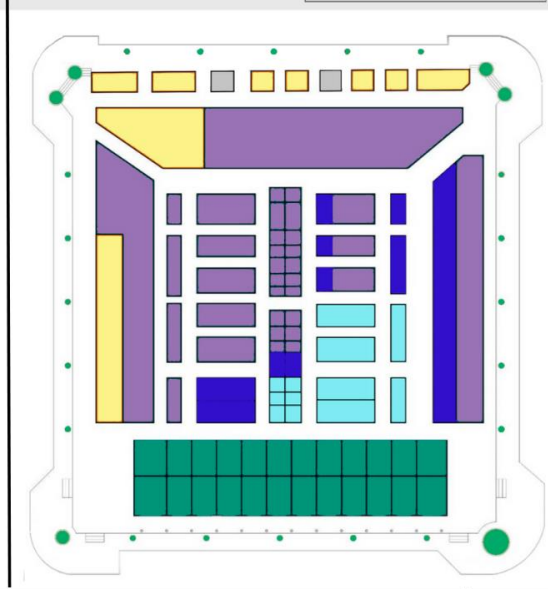
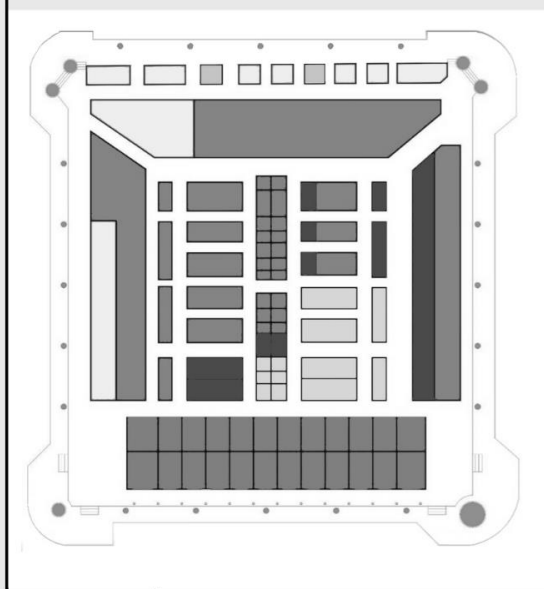
### CIRCULACION

El mercado minorista Modelo cuenta con 4 accesos: 2 por la Av. Galvez y 2 por Jron. Manuel Ruiz.

Recorrido interno posee una circulación interna que se divide en 6 ejes, 4 secundarias y 2 principales a los extremos.

#### LEYENDA

- INGRESO →
- ACCESOS:
- PRINCIPAL →
- SECUNDARIO →





**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

**DIMENSIÓN**

**CONTEXUAL**

**INDICADORES**

**Perfil urbano  
Percepción espacial**

## PERFIL URBANO

El Mercado Modelo es uno de los centros de abasto más importantes en la ciudad contribuyendo económicamente. Su ubicación estratégica es una de sus principales fortalezas, ya que se encuentra estratégicamente posicionado en un cruce de cuatro avenidas principales. Este diseño inteligente no solo facilita el acceso a este centro comercial, sino que también promueve una circulación fluida y eficiente en toda la zona. La intersección de estas avenidas no solo beneficia a los comerciantes y visitantes, sino que también contribuye al desarrollo económico general de la ciudad.



PLANO DE ELEVACION



## PERCEPCION ESPACIAL

La percepción espacial del Mercado Modelo se caracteriza por la presencia de volúmenes rectangulares que se desarrollan en dos niveles de piso, y que logran una integración armónica con el entorno circundante. Estos volúmenes arquitectónicos, estratégicamente distribuidos, se erigen como un testimonio de diseño y funcionalidad, permitiendo que el mercado se integre de manera orgánica con su entorno urbano. La disposición de estos dos niveles no solo proporciona una mayor capacidad para albergar una amplia variedad de comercios y servicios, sino que también ofrece una experiencia visual única para quienes lo visitan.



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alberto

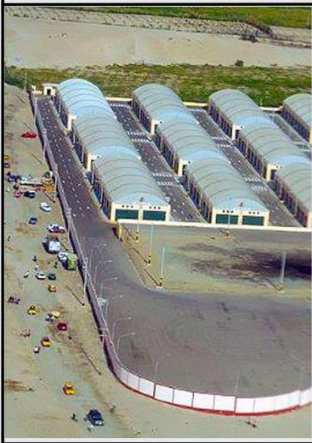
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

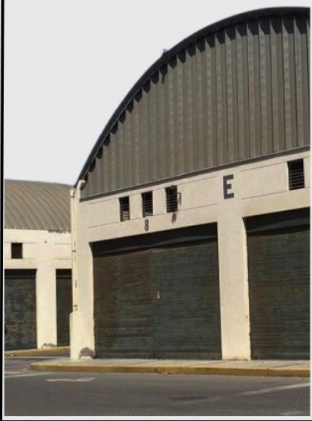
OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES			
	DIMENSIÓN	FORMAL	INDICADORES	Estética de las obras Conceptualización



**CONCEPTUALIZACIÓN**  
IDEA RECTORA

La conceptualización arquitectónica del Mercado Modelo se cimentó en un enfoque de diseño que buscaba integrar armónicamente las parcelas agrícolas con la trama urbana de su sector. Este enfoque refleja una visión que va más allá de simplemente construir un mercado.

Al fusionar parcelas agrícolas con la estructura urbana, el Mercado Modelo se convierte en un punto de encuentro donde la producción rural y el comercio se unen de manera orgánica.




**TEXTURA**  
En la superficie de los muros del mercado 3 estrellas se utilizó: pintura mate color beige.

Mientras que en el techo se encuentra cubierto con calaminas curvadas para la lluvia.

**PROPORCION**  
La proporción de este mercado es de escala monumental. este se realizó para generar amplitud a los compradores al ingresar al mercado.



	Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.		Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alberto	
	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - ARQUITECTURA	SEMESTRE ACADÉMICO 2023 - 2	Curso: Desarrollo de proyecto de investigación II	Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi



OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES				
	DIMENSIÓN	FUNCIONAL	INDICADORES	Distribución Zonificación Circulación	
<p><b>DISTRIBUCION</b></p> <p>La distribución del Mercado Tres Estrellas se caracteriza en su mayoría por la presencia de áreas destinadas a la venta de abarrotes, tubérculos y carnes. Esta disposición refleja la intención de ofrecer a los visitantes una amplia variedad de productos esenciales en un solo lugar, lo que facilita la adquisición de alimentos.</p>	<p><b>LEYENDA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de abarrotes</li> <li>• Área de juguería</li> <li>• Área de carne y pescado</li> <li>• Área de verduras</li> <li>• Área de repostería</li> <li>• Tienda de ropa y calzado</li> <li>• Área de lácteos</li> <li>• Puestos secundarios</li> <li>• Congelados</li> <li>• Área de comida</li> <li>• Florería</li> </ul>	<p><b>ZONIFICACION</b></p> <p>Los proyectistas al edificar este mercado pensaron en el consumidor, ya que sus zonas se encuentran distribuidas correctamente, y no se mezclan áreas de alimentos como los abarrotes con las secciones de pescados o tubérculos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Administrativo</li> <li>● Bloque de carnes</li> <li>● Bloque tubérculos</li> <li>● Bloque abarrotes</li> <li>● Bloque de pescados</li> <li>● Parqueo</li> </ul>	<p><b>CIRCULACION</b></p> <p>El mercado mayorista 3 Estrellas cuenta con 3 accesos por su fachada principal. Recorrido interno posee una circulación interna que se divide en 4 ejes, 12 secundarias que se encuentran dentro de cada bloque comercial y 4 principales al interior.</p>	<p><b>LEYENDA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>INGRESO →</li> <li>ACCESOS: PRINCIPAL →</li> <li>SECUNDARIO →</li> </ul>
		<p>Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.</p>		<p>Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alberto</p>	
<p>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - ARQUITECTURA</p>	<p>SEMESTRE ACADÉMICO 2023 - 2</p>	<p>Curso: Desarrollo de proyecto de investigación II</p>	<p>Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi</p>		



**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

**DIMENSIÓN**

**CONTEXUAL**

**INDICADORES**

**Perfil urbano**  
**Percepción espacial**

## PERFIL URBANO

El perfil urbano del Mercado Tres Estrellas se caracteriza por un muro que circunda todo el perímetro del mercado, creando una barrera arquitectónica que rodea sus instalaciones. Este muro no solo cumple una función práctica de delimitar el espacio del mercado, sino que también tiene un impacto en la apariencia y la sensación general del área circundante. En términos de seguridad, el muro puede ayudar a proteger el mercado de intrusiones no deseadas o vandalismo cuando está cerrado. Además, puede brindar un sentido de privacidad y separación entre el mercado y el entorno urbano circundante.



PLANO DE ELEVACION



## PERCEPCION ESPACIAL

La percepción espacial del Mercado Tres Estrellas se ve notablemente influenciada por la presencia de bloques comerciales en su interior, diseñados con una doble altura. Esta característica arquitectónica aporta una dimensión adicional al mercado, tanto en términos de funcionalidad como de estética.

Los techos más altos permiten la entrada de más luz natural, lo que contribuye a una sensación de amplitud y luminosidad en el interior del mercado. Esto no solo mejora la experiencia de compra, sino que también crea un ambiente más agradable y acogedor para los visitantes.



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alberto

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES			
	DIMENSIÓN	FORMAL	INDICADORES	Estética de las obras Conceptualización



**ESTETICA DE OBRA**



Se observa la fachada frontal y lateral derecha que colinda con la A.V Pardo y el mercado La Perla



**CONCEPTUALIZACIÓN**  
IDEA RECTORA

La conceptualización aplicada para el centro comercial Megaplaza es "Unidad", esta idea busca crear una experiencia completa y unificada en cuanto a las sensaciones que los visitantes experimentan al recorrer el centro comercial. Se trata de la creación de una atmósfera que cautiva los sentidos y promueve la diversidad y la inclusión, y que culmina en un núcleo de sociabilización y convivencia.



**TEXTURA**  
Se caracteriza por la presencia de muros recubiertos de Drywall que muestran tonalidades de gris y cenizo. Además de los muros, las superficies acristaladas crean una atmósfera abierta. En conjunto existe un contraste entre la pesadez de los materiales.

**PROPORCION**  
El equipamiento está distribuido por 6 volúmenes de 10 a 15 m de que están en torno a un núcleo.



Se observa la fachada frontal y lateral izquierda que colinda con la A.V Pardo y el mercado La Perla



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

<b>OBJETIVO:</b> Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	<b>VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES</b>			Distribución Zonificación Circulación
	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>FUNCIONAL</b>	<b>INDICADORES</b>	

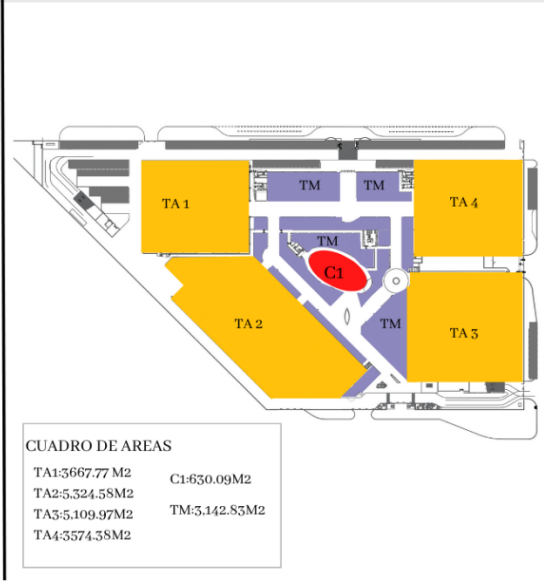
### DISTRIBUCION

Al interior de Megaplaza existen áreas dispuestas alrededor de un espacio central de entretenimiento, el cual es el patio de comidas. Y está rodeado por cuatro tiendas ancla ubicadas en los extremos opuestos del complejo, lo que facilita que los visitantes puedan explorar el lugar en su totalidad.



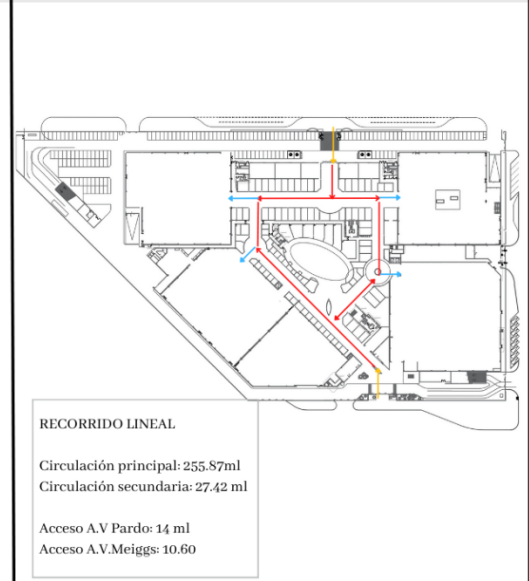
### ZONIFICACION

La zonificación presente al interior de megaplaza se divide en : Patio de comida( el area central) , tiendas menores , tiendas anclas( ubicadas a los extremos) y la zona de estacionamiento en los exteriores y el segundo nivel.



### CIRCULACION

Cuenta con dos accesos en las dos avenidas principales Enrique Meiggs y Jose Pardo. Este complejo dispone de vías de circulación que se entrecruzan en áreas de recreación, y estas rutas circulan alrededor del núcleo central, que es el patio de comidas





**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

DIMENSIÓN

CONTEXTUAL

INDICADORES

Perfil urbano  
Percepción espacial

## PERFIL URBANO

El equipamiento comparte linderos con la edificación del Mercado Los Ferroles, se destaca visualmente en comparación con las estructuras cercanas, por la espacialidad que maneja, al ser un conjunto de volúmenes que alcanzan los 10 a 15 mts de altura.



## PERCEPCION ESPACIAL

Se ha implementado un juego de alturas que oscila entre 4 y 6 metros entre diferentes volúmenes, asimismo la cobertura de tensoestructura añade altura sin resultar pesada visualmente, lo que aporta un poco de dinamismo al equipamiento. Sin embargo en conjunto resulta monotonó a la vista del espectador por la pesadez y rigidez de los bloques del complejo comercial



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

DIMENSIÓN

FORMAL

INDICADORES

Estética de las obras  
Conceptualización



**ESTETICA DE OBRA**



Se observa la fachada frontal y lateral izquierda que colinda con Inversiones OSLO SAC



**CONCEPTUALIZACIÓN**

IDEA RECTORA

Como concepto se abordó la "Funcionalidad", puesto que abordaron un diseño lógico que facilite la circulación de las personas y la exposición de productos que el diseño propio del establecimiento.



**TEXTURA**

La materialidad utilizada en la parte superior son muros recubiertos de Drywall color azul marino y bloques de concreto en la parte inferior. El volumen en sí mismo es rígido y tiene una textura visual aspera y rugosa.

**PROPORCION**

El equipamiento esta conformado por un solo volumen de 9 mts de altura y resulta significativamente alto en proporción a la altura humana.



Se observa la fachada frontal y lateral derecha que colinda con un local astillero



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

**DIMENSIÓN**

**FUNCIONAL**

**INDICADORES**

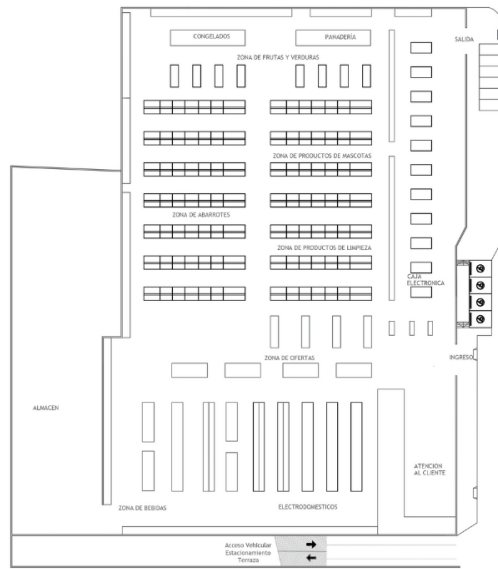
**Distribución  
Zonificación  
Circulación**

## DISTRIBUCION

El establecimiento se divide por áreas, al ingresar tenemos la zona de cajas electronicas y la atención al cliente, al continuar se encuentran anaqueles organizados por la variedad de productos entre los que están: Abarrotes , congelados , panadería y frutas y verduras, etc.

Distribución:

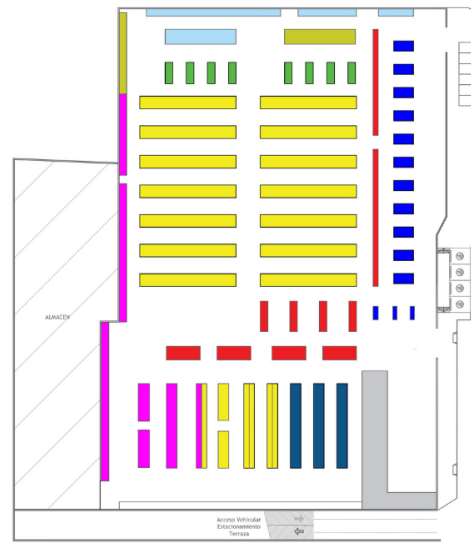
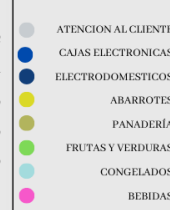
- Cajas electronicas
- Atención al cliente
- Z. Abarrotes
- P. Limpieza
- P. Mascotas
- Panadería
- Congelados
- Frutas y verduras
- Electrodomesticos



## ZONIFICACION

La zonificación presente al interior de MAKRO se divide en : Atención al cliente, caja electronica, Abarrotes, limpieza, panadería, congelados, frutas y verduras, electrodomesticos, bebidas

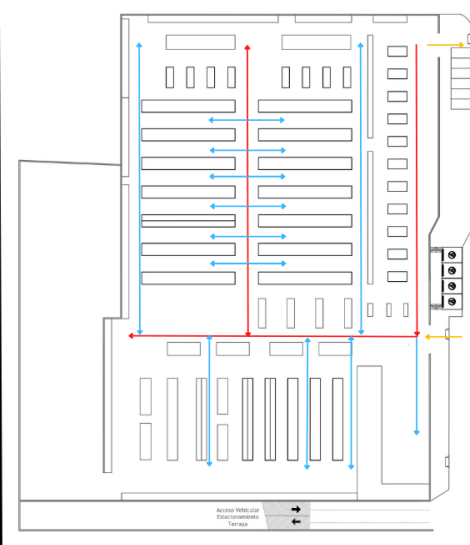
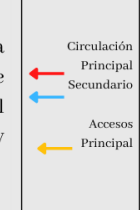
**LEYENDA**



## CIRCULACION

Cuenta con un ingreso principal en la fachada frontal , el recorrido interno se da a través de una circulación principal que se despliega en forma de una "L" y reparte a cada sección de anaqueles.

**LEYENDA**



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

DIMENSIÓN

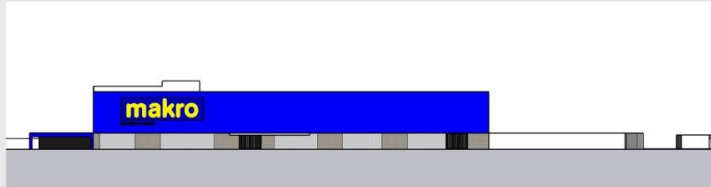
CONTEXTUAL

INDICADORES

Perfil urbano  
Percepción espacial

## PERFIL URBANO

El equipamiento comparte linderos con la empresa "J.C. Astilleros" y con la empresa Inversiones OSLO SAC. Makro destaca visualmente en comparación con las edificaciones colindantes, debido a la superioridad de altura y presencia.



## PERCEPCION ESPACIAL

La edificación no logra generar una impresión particularmente impactante, ya que está formada por un volumen pesado y sin movimiento. Desde la perspectiva del espectador, se percibe como imponente debido a la solidez de su textura y a la escala de la edificación en comparación a la proporción humana. No obstante, gracias a su longitud, se evita una sensación abrumadora, permitiendo así que el espectador aprecie su presencia sin sentirse abrumado."



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi



**Tabla 2.** Resumen de los resultados del objetivo específico 1

<b>Variable: Equipamientos comerciales</b>		
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultados</b>
<b>Formal</b>	Estética de las obras	Con respecto en la estética de los equipamientos en conjunto, se puede observar una tendencia hacia la adhesión a volúmenes cuadrados o formas puras, siguiendo la tradición arquitectónica de la ciudad que ha perdurado hasta la actualidad. Esta elección de diseño está en armonía con el contexto arquitectónico y estilístico de la ciudad de Chimbote.
	Conceptualización	La conceptualización de estos equipamientos se enfoca en la integración y la unión del espacio urbano o el volumen envolvente con el público y la trama de la ciudad. Esto significa que se busca diseñar estos elementos urbanos de manera que estén en armonía con el entorno circundante.
<b>Funcional</b>	Distribución	En la distribución de los equipamientos analizados, se ha observado una diferencia significativa entre tres de los cuatro equipamientos estudiados y el Mercado Modelo. Mientras que los primeros tres cuentan con una buena distribución en su interior, el Mercado Modelo no ha tenido una buena planificación en cuanto a su funcionalidad interna.
	Zonificación	En la evaluación de la zonificación de los equipamientos analizados, se destaca también una marcada diferencia entre tres de los cuatro equipamientos y el Mercado Modelo. Mientras que los primeros tres presentan una zonificación interna efectiva, el Mercado Modelo parece haber sido objeto de una planificación inadecuada en cuanto a su funcionamiento interno.



	Circulación	En cuanto a la circulación, es evidente que el Mercado Modelo tiene problemas de flujo interno, esto se ve reflejado en los pasadizos estrechos interiormente en su circulación, en contraste con los demás equipamientos, que muestran una circulación interna eficiente.
<b>Contextual</b>	Perfil urbano	En el aspecto contextual, se aprecia una diferencia significativa entre los dos mercados estudiados y el centro comercial y el supermercado en términos de su perfil urbano y percepción espacial. Los dos mercados mantienen un perfil urbano que se integra de manera armoniosa con sus colindantes. Esto significa que están en sintonía con el entorno urbano circundante, posiblemente reflejando un enfoque en la preservación de la identidad y la estética de la zona.
	Percepción espacial	En la percepción espacial, el centro comercial y el supermercado se destacan en su volumetría imponente a comparación con sus colindantes. Esto se da a su diseño arquitectónico más monumental o a la adopción de un estilo arquitectónico que se diferencia del entorno circundante.

Fuente: Elaboración propia

**Objetivo específico 2:** Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Beneficio social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficio directo</li> <li>• Beneficio indirecto</li> </ul>	Entrevista-Listado de preguntas
Costo social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo directo</li> <li>• Costo indirecto</li> </ul>	

De esta manera, se pueden exponer los resultados que se han recopilado mediante

la técnica de la entrevista, la cual fue diseñada con el propósito de estructurar los datos sobre el beneficio social y costo social de los equipamientos comerciales objeto de estudio.

**Tabla 3.** Listado de preguntas a expertos:

INDICADORES	Ítem
Beneficio directo	¿Qué cambios económicos positivos ha visto desde que se inauguró el centro comercial Megaplaza?
	¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito y se considerara un "elefante blanco"?
Beneficio indirecto	¿Cómo influye la competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona?
	¿Cuáles son los principales beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación en la ciudad de Chimbote?
Costo directo	¿Qué complicaciones en cuanto al tráfico vehicular surgieron debido a la implementación del centro comercial Megaplaza?
	¿Considera usted que si no hubiera habido problemas de accesibilidad y ubicación en el mercado 3 estrellas se podría haber generado un impacto económico positivo para la ciudad?
Costo indirecto	¿Considera que la implementación de un centro comercial altera el valor del suelo de la zona circundante?
	¿Considera usted que desde la implementación del mercado Modelo, se han aperturado nuevos negocios comerciales circundantes?

A continuación, los resultados:

**Tabla 4.** Resultados de la pregunta N° 1 de la entrevista

Pregunta N° 1	
1: ¿Qué cambios económicos positivos ha visto desde que se inauguró el centro comercial Megaplaza?	
Profesionales	Respuesta
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	Se pueden tomar en cuenta dos cambios importantes: Competencia y la revalorización de los terrenos circundantes. Cuando la competencia entra en juego en un mercado, las empresas se esfuerzan al máximo para atraer la demanda y se ven obligadas a elevar la calidad de los productos y servicios que

---

ofrecen, además de la mejora en la calidad. La existencia de un centro comercial como Megaplaza puede aumentar el valor de la zona circundante.

---

**Arq. Miriam Pérez  
Poemape**

Desde la implementación de Megaplaza, ha surgido una zona de gran importancia en el entorno urbano que es designado como centralidad urbana por el PDU. Esta área también se ha transformado en un espacio de esparcimiento familiar, promoviendo la actividad económica a través de diversas actividades recreativas. Además, el impacto económico se extiende al transporte público urbano, ya que Megaplaza se encuentra estratégicamente ubicado entre dos avenidas principales y finalmente, el valor del suelo en los alrededores, generando una plusvalía en la zona.

---

**Arq. Marcos Alberto  
Angulo Cisneros**

Desde que se implementó el centro comercial Megaplaza, se formó un núcleo comercial que revitalizó la zona y aumentó la economía local, asimismo también se vio favorecido el valor del suelo de los alrededores, puesto que, al ser denominado centralidad urbana, los predios del entorno aumentaron su valor.

---

**Descripción:** En cuanto a los impactos económicos positivos observados desde la apertura de Megaplaza, los dos arquitectos entrevistados coinciden en un aspecto fundamental: la creación de una centralidad urbana. La ubicación de este centro comercial ha dado lugar a un núcleo comercial que ha impulsado los negocios locales circundantes. Este efecto se ha visto beneficiado por su ubicación entre dos avenidas principales y su atractivo como área de entretenimiento familiar, lo que ha contribuido al crecimiento de la economía local. Además, comparten la opinión del economista Pérez en relación a la plusvalía, ya que la existencia de un centro comercial como Megaplaza ha incrementado el valor de la zona circundante, generando un aumento en el valor del suelo de los alrededores, especialmente al

ser designado como centralidad urbana. Y como último punto a considerar, el economista Pérez comenta que la competencia desempeña un papel significativo, ya que cuando varias empresas compiten en un mercado, se ven motivadas en atraer a los consumidores y a elevar el nivel de excelencia de los productos y servicios que proporcionan.

**Tabla 5.** *Resultas de la pregunta N° 2 de la entrevista*

<b>Pregunta N° 2</b>	
2: ¿Cuáles son los principales beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación en la ciudad de Chimbote?	
<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	Lo más notable es el desarrollo del comercio en las proximidades. Un ejemplo claro es el posicionamiento del mercado La Perla y la llegada del supermercado Makro después de que Megaplaza se estableciera en la zona. Esto impulsó la formación de un núcleo comercial que revitalizó esa zona. Además, es importante destacar que esta situación generó crecimiento económico y oportunidades de empleo en la zona.
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	De manera indirecta sería el transporte público, pero a nivel interdistrital e interprovincial, dado que Megaplaza también recibe visitantes de otros distritos. Por otra parte, también ha generado comercio alrededor y el interés de otras entidades comerciales por asentarse cerca al centro comercial Megaplaza. También se vio el resurgimiento de comercios debido a la cercanía del Megaplaza, como el caso del mercado “Los Ferroles.”
<b>Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros</b>	Los beneficios económicos indirectos qué podría considerar es el resurgimiento de la economía en ese sector, ya que esa zona se ha revitalizado a tal punto qué negocios cercanos se han visto beneficiados.

**Descripción:** En cuanto a los beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación, la arquitecta Pérez comenta que de manera indirecta se ha visto en aumento el transporte interdistrital e interprovincial, puesto que existen compradores fuera de la ciudad que acuden a este centro comercial para realizar compras al por mayor. Así mismo ambos arquitectos opinan que existe un resurgimiento de la economía en el sector, puesto que desde que se inauguró Megaplaza, se han visto en aumento las visitas al mercado “Los Ferroles” que antes del centro comercial mencionado se encontraba aislado de movimiento comercial cercano. Por último, los 3 especialistas coincidieron en un punto importante que es la aparición de comercio en las proximidades, Un caso evidente es el posicionamiento del mercado La Perla y la aparición del supermercado Makro después de que Megaplaza se estableciera en el área. Esto generó la creación de un centro comercial que reavivó y revitalizó la zona.

**Tabla 6.** *Resultas de la pregunta N° 3 de la entrevista*

<b>Pregunta N° 3</b>	
3: ¿Cómo influye la competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona?	
<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	Makro ofrece ventajas notables en términos de servicio y calidad en comparación con los comercios locales. Esta situación fomenta la competencia y motiva a los comerciantes a mejorar su calidad de servicio, precios, presentación y calidad de los productos que ofrecen. Entonces podemos decir que la competencia actúa como un motor de crecimiento y mejora en la calidad del servicio en cualquier negocio.
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	En mi opinión, la competencia comercial en Makro no ha tenido un gran impacto debido a que la mayoría de los compradores cuentan con transporte propio para acceder al establecimiento. Así mismo también suelen adquirir productos

	al por mayor para su uso mensual o para abastecer sus negocios. En consecuencia, el público en general sigue prefiriendo los comercios locales, ya que son fácilmente accesibles mediante el transporte público.
<b>Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros</b>	Desde mi punto de vista no influye debido a que estos negocios atraen a grupos de clientes diferentes. El factor clave que marca la diferencia es la accesibilidad. El acceso a Makro a través del transporte público es notablemente más complicado en comparación con sus competidores cercanos.

**Descripción:** En cuanto a la influencia de competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona, tanto la arquitecta Pérez como el arquitecto Ángulo coinciden en que no ha tenido mayor relevancia por el factor de la accesibilidad, dado que la mayoría de los clientes de Makro tienen sus propios medios de transporte para llegar al lugar y a menudo compran productos al por mayor para su consumo mensual o para el negocio que posean. La situación de la accesibilidad crea una brecha para el público en general que sigue eligiendo los negocios locales, ya que prefieren consumir en un establecimiento que sea fácilmente accesible a través del transporte público. Por otro lado, el economista Pérez tiene otro punto de vista con respecto a esta competencia, él plantea que Makro al proporcionar beneficios evidentes en cuanto a calidad y atención en contraste con los establecimientos locales, se origina una rivalidad que impulsa a los comerciantes a elevar su nivel de servicio con el fin de no disminuir sus ventas.

**Tabla 7. Resultados de la pregunta N° 4 de la entrevista**

<b>Pregunta N° 4</b>	
4. ¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito y se considerara un "elefante blanco"?	
<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez</b>	En primer lugar y fundamental se debe tener en cuenta la

<b>Roncal</b>	accesibilidad, vías anchas para la circulación de camiones y transporte público que llegará a esa zona, y como segundo punto a tomar en cuenta es la afluencia de personas en el área, para tener en cuenta si va a existir demanda y movimiento económico.
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	Principalmente la accesibilidad, ya que no había ninguna línea de colectivos o transporte que te lleve a ese mercado. Como segundo factor está el aspecto social, puesto que existía sentimiento de indignación y resentimiento por parte de los comerciantes y no aceptaron ninguna propuesta de la municipalidad. Según mi opinión esos serían los dos factores.
<b>Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros</b>	Fueron dos factores principales, la accesibilidad y la ubicación. Fue un proyecto sin éxito por estar ubicado en una zona alejada del público en general y no ser accesible por la inexistencia de transporte público que circulara en esa zona.

**Descripción:** En cuanto los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito. Existe un acuerdo mutuo entre los 3 profesionales en que uno de los factores principales fue la accesibilidad y la ubicación, ya que no había ninguna línea de colectivos o transporte que te lleve a la zona donde está ubicado el mercado, por lo que las personas no podían acceder a menos que sea a través de un transporte privado u otros medios, esta situación resultó crítica para el éxito del mercado. Así mismo la arquitecta Pérez nos comenta que también existe el factor social, ya que debido al conflicto originado por el traslado forzoso que se hizo a los comerciantes, se generó un sentimiento de indignación y resentimiento que provocó el rechazo a la propuesta de la municipalidad y por último el economista Pérez agrega que no se tomó en cuenta el factor económico, en donde se debió evaluar si el mercado iba a tener afluencia de personas, para considerar la existencia de demanda y movimiento económico.

**Tabla 8.** *Resultas de la pregunta N° 5 de la entrevista*

---

**Pregunta N° 5**

---

5 ¿Considera usted qué desde la implementación del mercado Modelo, se han aperturado nuevos negocios comerciales circundantes?

<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	La presencia y éxito de negocios circundantes no habrían sido posibles sin la existencia del mercado Modelo. En consecuencia, la actividad comercial en una determinada área que actúa como un polo de desarrollo, atrae a otros negocios a establecerse en las proximidades
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	El mercado Modelo, uno de los más antiguos de Chimbote, ha tenido un impacto importante en su desarrollo comercial. Originalmente, se planificó como un punto focal para el comercio en una manzana específica de la ciudad. Con el tiempo, su influencia se expandió, impulsando un crecimiento en la zona circundante de manera informal. Antes, el centro de la ciudad era el epicentro del comercio, pero el mercado Modelo marcó un cambio significativo.
<b>Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros</b>	La implementación del mercado modelo en la ciudad no solo resultó en la apertura de nuevos negocios, sino también en la creación de emporios comerciales, galerías y edificios comerciales. Este mercado tuvo un impacto significativo en el crecimiento de la zona circundante, principalmente en forma informal, lo que ha disminuido en la actualidad.

**Descripción:** Las tres respuestas de los expertos subrayan la influencia trascendental del mercado Modelo en el desarrollo comercial de Chimbote. El primer entrevistado destaca cómo la actividad comercial en un área central atrae a otros negocios circundantes, evidenciando su papel como polo de desarrollo. Asimismo, la Arq. Miriam Pérez Poemape subraya la evolución del mercado Modelo desde su planificación como punto focal, generando un crecimiento informal en la zona y cambiando el epicentro del comercio en la ciudad. Por su parte, Marcos Alberto Angulo Cisneros resalta que la implementación del mercado no solo dio



lugar a nuevos negocios, sino también a emporios y galerías, impulsando un crecimiento en la zona circundante, aunque esta tendencia informal ha disminuido con el tiempo. En conjunto, los expertos enfatizan la importancia histórica y actual del mercado Modelo en la transformación económica y comercial de la ciudad.

**Tabla 9.** *Resultas de la pregunta N° 6 de la entrevista*

<b>Pregunta N° 6</b>	
6 ¿Qué complicaciones en cuanto al tráfico vehicular surgieron debido a la implementación del centro comercial Megaplaza?	
<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	Es probable que se produzcan congestiones en las zonas de desarrollo comercial, especialmente en horas pico. Esto se debe a la alta demanda de consumidores y la actividad económica intensa en esos lugares.
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	Cuando se construyó Mega plaza, la misma empresa también desarrolló carriles de acceso en la avenida Pardo para vehículos y peatones, junto con zonas de estacionamiento. Sin embargo, surgieron problemas cuando el mercado "La Perla" se ubicó frente a Megaplaza, ya que carecía de una infraestructura adecuada, lo que resultó en aglomeraciones. Además, el mercado tenía solo dos puntos de acceso, lo que causó problemas en el transporte público de la zona.
<b>Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros</b>	El centro comercial Mega plaza no es la principal causa de congestión vehicular en su entorno; en cambio, el mercado mayorista frente a Mega plaza es el principal generador de problemas de tráfico debido a la alta afluencia de vehículos hacia allí. Mega plaza ha implementado soluciones para mitigar este impacto, incluyendo vías auxiliares y amplio estacionamiento en áreas exteriores e interiores.

**Descripción:** Las tres respuestas de los expertos se centran en el tema de la congestión vehicular en zonas de desarrollo comercial. El economista Alan Pérez

reconoce que es probable que haya congestiones en áreas comerciales debido a la alta demanda de consumidores y la intensa actividad económica en esas áreas, especialmente en horas pico. La Arq. Miriam Pérez Poemape destaca cómo la falta de infraestructura adecuada en el mercado "La Perla" frente a Mega plaza provocó aglomeraciones y problemas de transporte público, a pesar de los esfuerzos de Megaplaza para mejorar el acceso y estacionamiento. Por su parte, Marcos Alberto Angulo Cisneros señala que Megaplaza no es la principal fuente de congestión, sino que el mercado mayorista frente a él genera problemas de tráfico debido a la alta afluencia de vehículos. En conjunto, estos expertos enfatizan los desafíos de la congestión vehicular en áreas comerciales y las medidas necesarias para abordar este problema.

**Tabla 10.** *Resultas de la pregunta N° 7 de la entrevista*

<b>Pregunta N° 7</b>	
7 ¿Considera que la implementación de un centro comercial altera el valor del suelo de la zona circundante?	
<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	El desempeño de un centro comercial es determinante en la revalorización de la zona en la que se ubica. La implementación de un centro comercial suele incrementar el valor de la zona, pero esto depende en gran medida del fracaso o el éxito de los centros comerciales, lo que hace posible que se revalorice o disminuya su valor.
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	La noticia de un proyecto, incluso antes de su ejecución, a menudo genera un aumento en el valor del suelo, conocido como "plusvalía". Este incremento en el valor del suelo no se limita solo a la presencia de centros comerciales; por ejemplo, la renovación de la Plaza Mayor en Chimbote generó un aumento considerable en el valor de las propiedades circundantes de manera significativa.
<b>Arq. Marcos Alberto</b>	La implementación de un centro comercial tiende a

<b>Angulo Cisneros</b>	incrementar significativamente el valor del suelo en la zona cercana. Esto se debe a la atracción de consumidores, lo que impulsa la demanda de propiedades comerciales y residenciales. Además, la generación de empleo por parte de los centros comerciales atrae a residentes en busca de viviendas cercanas, lo que aumenta aún más la demanda de propiedades en la zona.
------------------------	---

**Descripción:** Los especialistas entrevistados enfatizan el impacto del desempeño de los centros comerciales en la revalorización de la zona circundante. Todos coinciden en que la implementación de centros comerciales suele aumentar significativamente el valor del suelo en la zona, ya que atraen consumidores, generan empleo y, en consecuencia, aumentan la demanda de propiedades comerciales y residenciales en esa área. Además, tanto Arq. Miriam Pérez como Arq. Marcos Alberto Angulo destacan que la noticia de un proyecto o la renovación de áreas urbanas también puede generar una "plusvalía" en el valor del suelo, lo que sugiere que los desarrollos comerciales no son los únicos impulsores de esta revalorización. En resumen, estas respuestas subrayan la importancia de los centros comerciales y otros proyectos en la revalorización del suelo, y cómo estos factores influyen en el mercado inmobiliario local.

**Tabla 11.** *Resultas de la pregunta N° 8 de la entrevista*

<b>Pregunta N° 8</b>	
8 ¿Considera usted qué si no hubiera habido problemas de accesibilidad y ubicación en el mercado 3 estrellas se podría haber generado un impacto económico positivo para la ciudad?	
<b>Profesionales</b>	<b>Respuesta</b>
<b>Mg. Alan Pierre Pérez Roncal</b>	Si este mercado se hubiera planificado correctamente, hubiera funcionado. Cuando se hacen las cosas de una manera ordenada están destinadas a funcionar, sin embargo, en este

	mercado no se tomaron buenas decisiones, no se convirtió en el polo de desarrollo que debía ser para Chimbote y Nvo Chimbote.
<b>Arq. Miriam Pérez Poemape</b>	Estoy de acuerdo en que una ciudad no debe depender de unas pocas centralidades y que promover múltiples polos de desarrollo es crucial para un crecimiento equitativo. En Chimbote y Nuevo Chimbote, el último PDU identifica tres centralidades distintas: entidades públicas en Chimbote, Mega plaza con un centro comercial, terminal y mercados, y la Plaza Mayor en Nuevo Chimbote con una catedral y bancos. Sin embargo, es esencial fomentar la creación de nuevas centralidades para lograr un desarrollo más equilibrado en la ciudad.
<b>Arq. Marcos Alberto Angulo Cisneros</b>	A mi parecer considero que la accesibilidad es un factor crucial para el éxito de cualquier mercado o centro comercial. Si el mercado 3 estrellas hubiera tenido una mejor accesibilidad, es muy probable que su funcionamiento hubiera tenido éxito y no se hubiera encontrado abandonado como lo está actualmente.

**Descripción:** Las tres respuestas apuntan a la importancia de una planificación y desarrollo adecuados en el contexto de la ciudad de Chimbote. El economista Alan Pérez sugiere que el fracaso del mercado se debió a decisiones inadecuadas de planificación y ejecución. Mientras que la arquitecta Miriam Pérez enfatiza la necesidad de diversificar los polos de desarrollo en la ciudad para lograr un crecimiento más equilibrado, considerando la existencia de tres centralidades identificadas en el último PDU. Por último, el Arq. Angulo destaca la importancia de la accesibilidad en el éxito de cualquier mercado o centro comercial y sugiere que una mejor planificación y accesibilidad podrían haber evitado el abandono del mercado 3 estrellas. En conjunto, estas respuestas resaltan la relevancia de una planificación adecuada, la diversificación de los polos de desarrollo y la accesibilidad para el desarrollo exitoso de proyectos en la ciudad.

**Tabla 12.** Resumen de los resultados del objetivo específico 2

<b>Variable: Impacto social</b>		
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultados</b>
<b>Beneficio social</b>	Beneficio directo	De acuerdo a los resultados descritos por los 3 profesionales entrevistados, existen notorios beneficios directos en el aspecto económico. Puesto que la implementación de un equipamiento comercial exitoso denota beneficios económicos directos como: Crecimiento económico en la zona y la creación de un núcleo comercial e indirectamente se obtiene la revalorización de los predios circundantes, la aparición de comercio en las proximidades y aumento de transporte.
	Beneficio indirecto	Los tres especialistas señalan que, en cuanto a los beneficios económicos indirectos, el centro comercial Mega plaza ha generado un aumento en el transporte interdistrital e interprovincial desde su implementación. Esto se debe a que atrae a compradores de fuera de la ciudad que visitan el centro comercial para realizar compras al por mayor.
<b>Costo social</b>	Costo directo	Según lo señalado en los resultados expuestos por los tres expertos que participaron en las entrevistas, es evidente la presencia de costo social tanto directo. En cuanto a costo directo se puede decir que la presencia de un equipamiento genera más comercio alrededor, sin embargo, esto puede denotar en la informalidad y el desorden público y a su vez un problema social, así mismo es común que se genere alta congestión en el tráfico si no se ha previsto una estrategia vial.
	Costo indirecto	En cuanto a costos indirectos se puede señalar que la noticia de un proyecto nuevo puede generar interés en la zona en la que se ubicara y por ende aumentar el valor del suelo, sin embargo, es probable que la zona se vea afectado por los problemas antes mencionados sino se toma en cuenta una estrategia.

**Objetivo específico 3:** Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote

DIMENSIÓN	INDICADORES	HERRAMIENTA
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peatonal</li> <li>• Vehicular</li> <li>• Inclusión</li> </ul>	Ficha de observación
Percepción social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinión pública</li> <li>• Valoración social.</li> </ul>	Cuestionario

De esta manera, se pueden exponer los resultados que se han recopilado mediante el uso de cuestionario y fichas de observaciones, los cuales fueron diseñados con el propósito de estructurar los datos sobre el aspecto de la accesibilidad y la percepción social sobre los equipamientos comerciales objeto de estudio.

Resultados de la dimensión accesibilidad del objetivo específico 3

**Variable 1:** Equipamientos comerciales

**Dimensión 1:** Accesibilidad

**Indicadores:** Peatonal, vehicular e inclusión

El modelo de ficha de observación está dividido en varias secciones:

- Objetivo:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.
- VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES**
  - DIMENSION:** ACCESIBILIDAD
  - INDICADORES:** Peatonal, Vehicular, Inclusión
- Sección Peatonal:** Incluye un recuadro para "Texto informativo".
- Sección Vehicular:** Incluye un recuadro para "Texto informativo".
- Sección Inclusión:** Incluye un recuadro para "Texto informativo".
- PLANO DE ACCESIBILIDAD:** Un espacio grande para el plano, con un recuadro para "LEYENDA".

En la parte inferior del modelo, se encuentra información institucional:

- Logo de la Universidad César Vallejo - Arquitectura.
- Título: Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.
- Semestre Académico: 2023 - 2.
- Curso: Desarrollo de proyecto de investigación II.
- Autores: Baca Guevara, Yvonne Alessandra - Roman Barreto Luis Alberto.
- Docente: Arq. Roberto Carlos González Macassi.

**Figura 3:** Modelo de ficha de observación

**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

**DIMENSIÓN**

**ACCESIBILIDAD**

**INDICADORES**

Peatonal  
Vehicular  
Inclusión

### Peatonal

Cuenta con 4 ingreso primordiales peatonales que tiene el mercado modelo se encuentra en las esquinas para la fácil circuición.

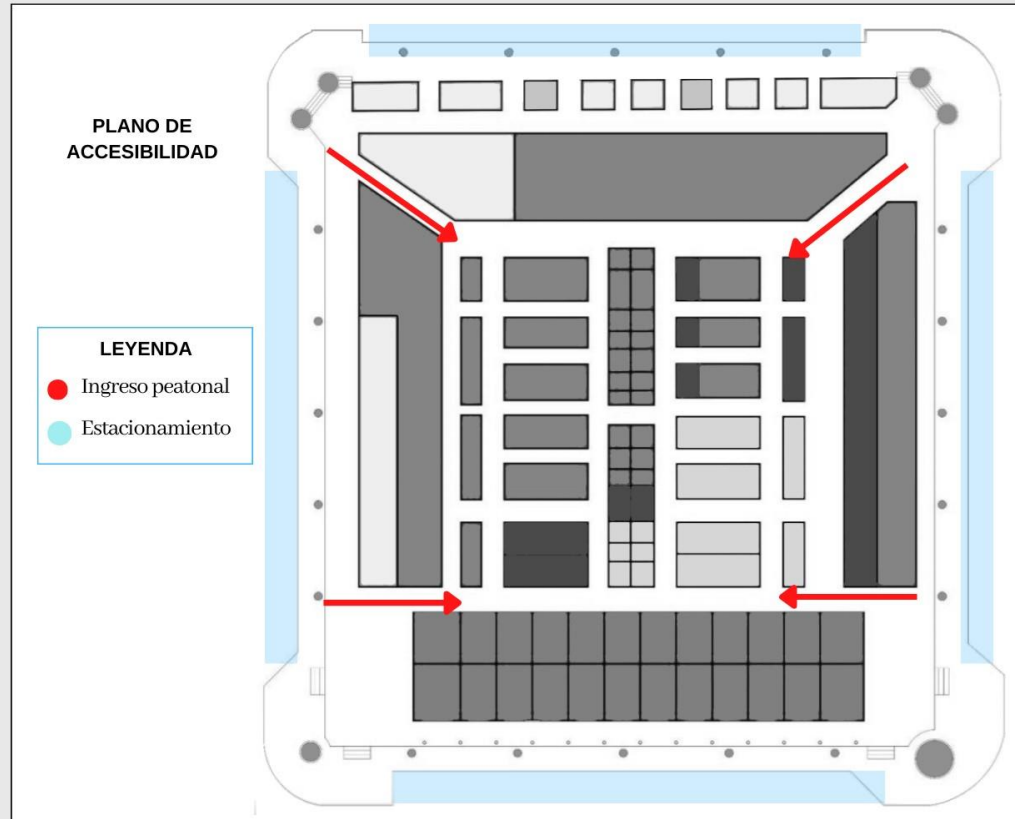
Al ingresar nos encontramos rápidamente con los puestos de comercio, sus rutas son tan verticales, horizontales y diagonales. Que los espacios son reducidos por compradores que diariamente van al consumo.

### Vehicular

El mercado modelo no cuenta con área de estacionamiento en sus interiores, pero gracias a que ocupa un manzana completa cuenta con areas de parqueo. Ciertamente esto influye en un lado positivo pero viendo en la demanda poblacional y la de transito esto son ocupado rápidamente por carros particulares que dejan estacionado temporalmente perjudicando a los compradores.

### Inclusion

Es importante destacar que, si bien el Mercado Modelo ha incorporado rampas de accesibilidad en su vereda circundante, lamentablemente no ha extendido esta preocupación por la accesibilidad hacia el interior del mercado., cabe mencionar tambien que no cuenta con con corredores adecuados interiormente para que se desplacen las personas con discapacidad



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

**DIMENSIÓN**

**ACCESIBILIDAD**

**INDICADORES**

Peatonal  
Vehicular  
Inclusión

## Peatonal

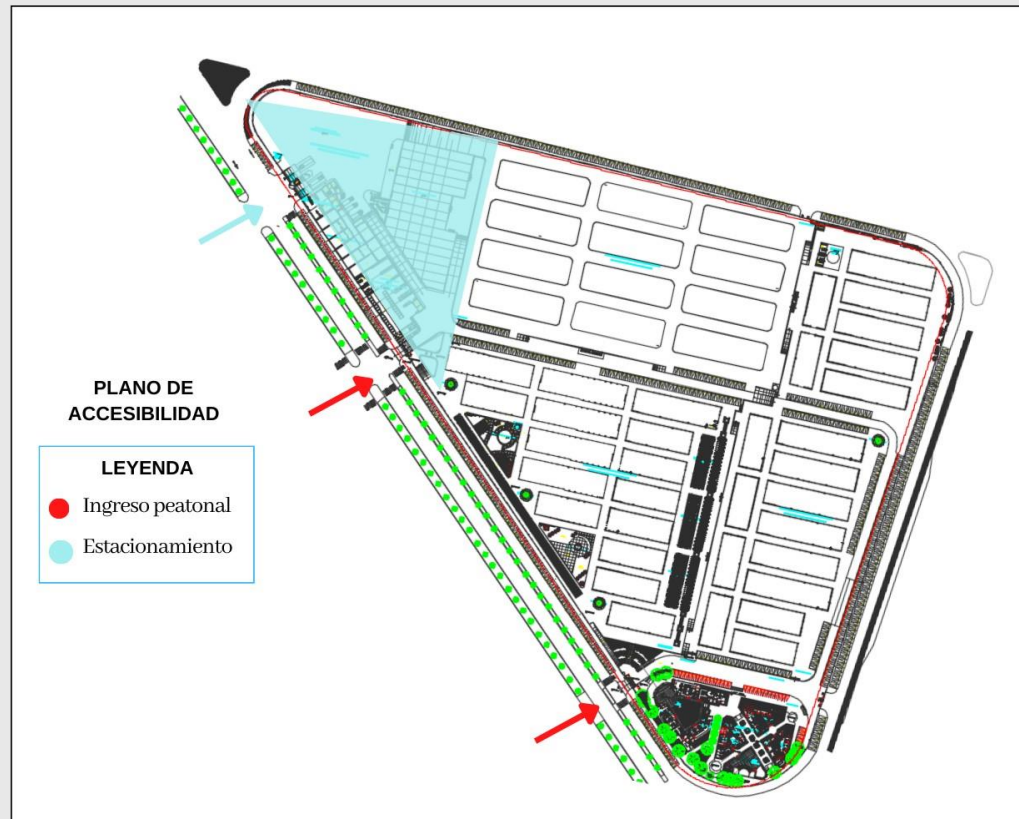
Cuenta con 3 ingresos primordiales peatonales que tiene el mercado modelo, se encuentra en la fachada principal del mercado. Al ingresar, nos encontramos rápidamente con los puestos de comercio. Sus rutas son tan verticales, horizontales y diagonales. Esto hubiera facilitado al consumidor a comprar sus provisiones al ingresar al equipamiento.

## Vehicular

En el Mercado Tres Estrellas, se ha dispuesto un espacioso estacionamiento destinado a los consumidores, lo cual agrega comodidad a la experiencia de compra al proporcionar un lugar adecuado para que los clientes estacionen sus vehículos. Además, el mercado ha planificado un patio de maniobras específico para los trailers de carga pesada que suministran productos al mercado.

## Inclusión

Es importante destacar que, aunque el interior del mercado dispone de amplias circulaciones para facilitar el desplazamiento de personas con sillas de ruedas, se nota una carencia significativa en cuanto a la accesibilidad completa. La falta de baños diseñados específicamente para personas con discapacidades y la ausencia de pisos podotáctiles para guiar a las personas que no cuentan con visión.



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi



**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES**

**DIMENSIÓN**

**ACCESIBILIDAD**

**INDICADORES**

**Peatonal  
Vehicular  
Inclusión**

**Peatonal**

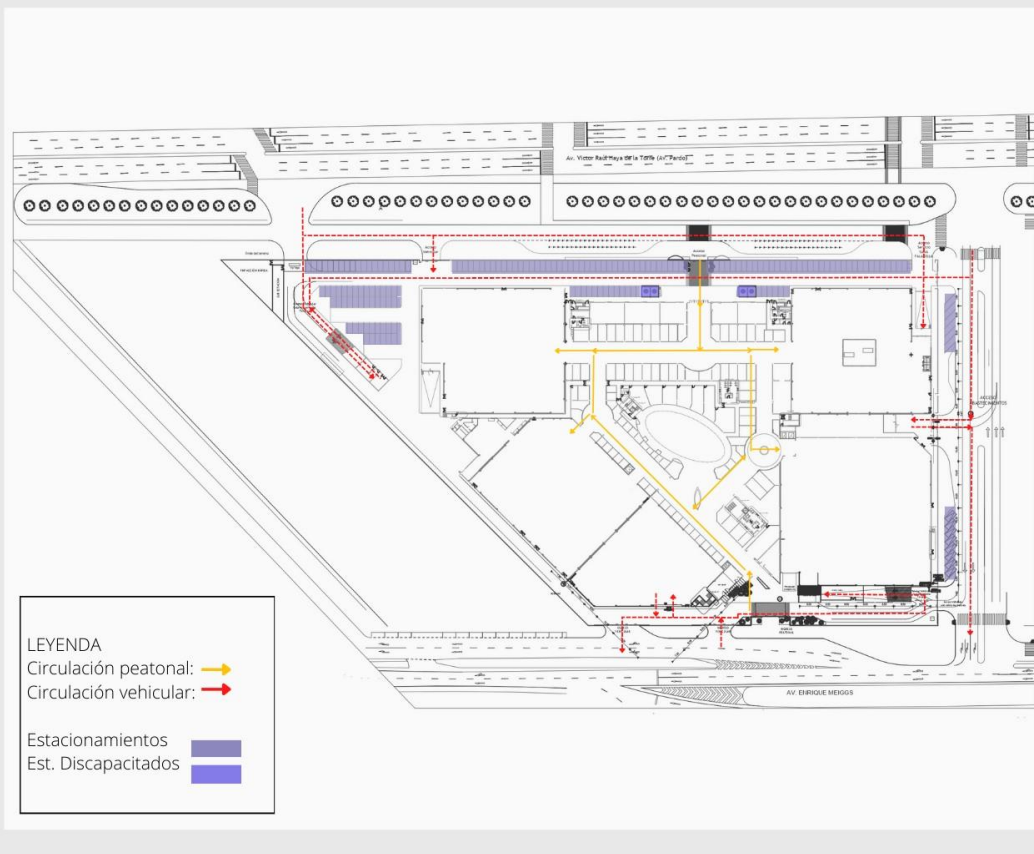
El acceso peatonal se da a través de dos ingresos ubicados en las avenidas principales, Enrique Meiggs y Jose Pardo. La circulación se desarrolla alrededor del núcleo central. Esta circulación se distingue por la presencia de nodos que funcionan como áreas de esparcimiento, tornando un recorrido de forma triangular. Cada uno de los extremos de este recorrido triangular conduce a una tienda ancla, con el propósito de permitir a los visitantes realizar un recorrido completo.

**Vehicular**

El area de estacionamiento se encuentra a los exteriores del complejo. En la avenida Jose Pardo y Enrique Meiggs, se encuentra una zona de estacionamiento y una vía auxiliar para la circulación vehicular. Asimismo tambien se cuenta con un aparcamiento en el segundo nivel del establecimiento. Para el abastecimiento de las tiendas ancla de Sodimac y Tottus , se tienen ingreso secundari en la avenida Jose Pardo y otro en el Pasaje SN.

**Inclusión**

El establecimiento cuenta con rampas peatonales y ascensores dentro del establecimiento . Sí se tiene previsto lo siguiente: De 21 a 50 estacionamientos, 2 deben ser destinados a personas discapacitadas, como indica la Norma A-120 ( RNE), el equipamiento cuenta con 4 estacionamientos para discapacitados en su exterior.



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

**OBJETIVO:** Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

**VARIABLE:** EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

**DIMENSIÓN**

**ACCESIBILIDAD**

**INDICADORES**

**Peatonal  
Vehicular  
Inclusión**

## Peatonal

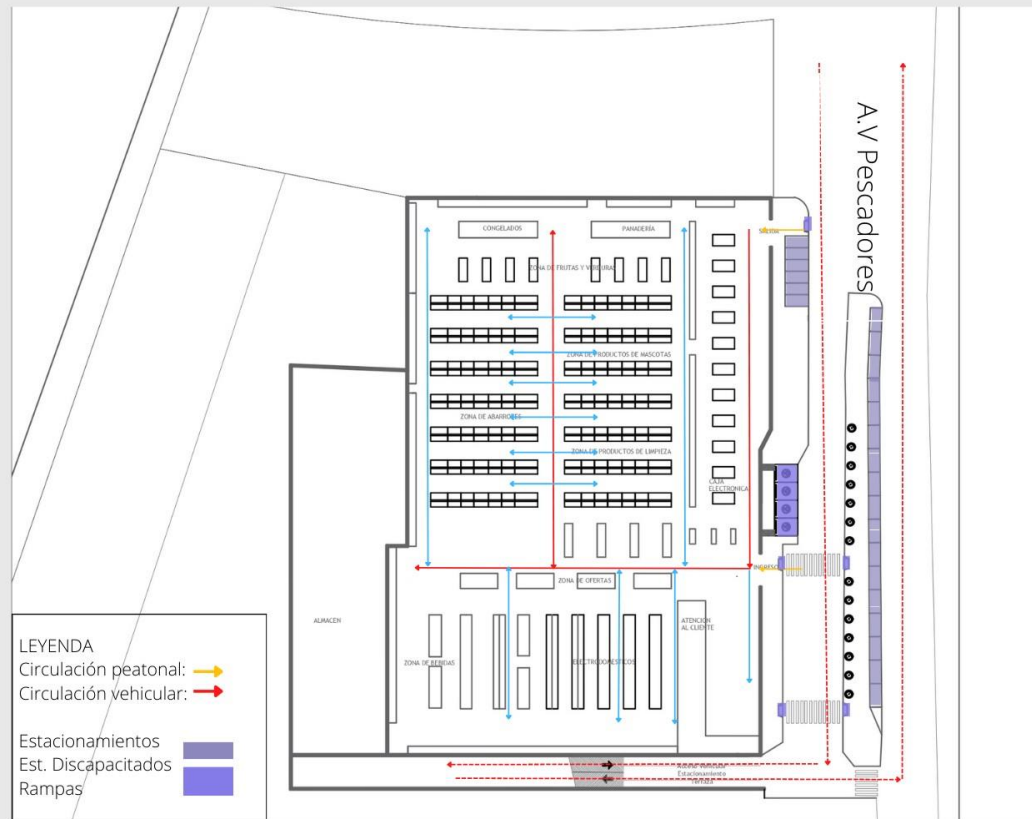
Para llegar al equipamiento a través de transporte público se debe partir desde la intersección de la A.V Pescadores y la auxiliar de la Panamericana Norte y caminar una cuadra hasta el ingreso principal en la fachada frontal. El recorrido interno tiene una circulación principal que se despliega en forma de una "L" y reparte a cada sección de anaqueles.

## Vehicular

Para poder acceder vehicularmente se debe ingresar desde la auxiliar Panamericana Norte e ingresar a la A.V Pescadores hasta llegar al establecimiento. El ingreso vehicular se encuentra en la esquina del lateral izquierdo del equipamiento, donde hay una rampa vehicular que dirige al aparcamiento ubicado en el segundo nivel. Asimismo también existe estacionamiento en el exterior del equipamiento.

## Inclusión

El establecimiento cuenta con rampas peatonales y ascensores dentro del establecimiento. Si se tiene previsto lo siguiente: De 21 a 50 estacionamientos, 2 deben ser destinados a personas discapacitadas, como indica la Norma A-120 (RNE), puesto que en el equipamiento se encuentran 4 estacionamientos para discapacitados cerca del ingreso principal.



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

**Tabla 13.** Resumen de los resultados de la dimensión accesibilidad del objetivo específico 3

<b>Variable: Equipamientos comerciales</b>		
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultados</b>
	Peatonal	Según lo observado en los 4 equipamientos comerciales a nivel peatonal. Se puede apreciar la fácil accesibilidad en establecimientos como Megaplaza y el Mercado modelo puesto que el transporte público circula directamente por todos sus frentes. Sin embargo, en equipamientos como el mercado mayorista 3 estrellas y Makro, existe dificultad al acceder peatonalmente debido a que las líneas de transporte llegan como máximo a una distancia de una cuadra del ingreso de Makro, y en el caso del Mercado 3 Estrellas, a unas cinco cuerdas desde la Vía Camino Real.
<b>Accesibilidad</b>	Vehicular	De acuerdo a lo observado en los 4 equipamientos comerciales a nivel vehicular, es posible el acceso mediante un vehículo puesto que existen vías de acceso en estado regular a bueno.
	Inclusión	En cuanto al aspecto de la inclusión en los 4 equipamientos comerciales, se puede destacar el cumplimiento de la normativa en 3 de estos: Centro comercial Megaplaza, supermercado mayorista Makro y mercado mayorista 3 estrellas se observa un cumplimiento de la norma a-120 puesto que sus espacios son accesibles y se tiene en cuenta el número de estacionamientos para discapacitados, sin embargo en el mercado Modelo no existe una circulación cómoda para las personas discapacitados

---

y solo se cuenta con rampas peatonales.

---

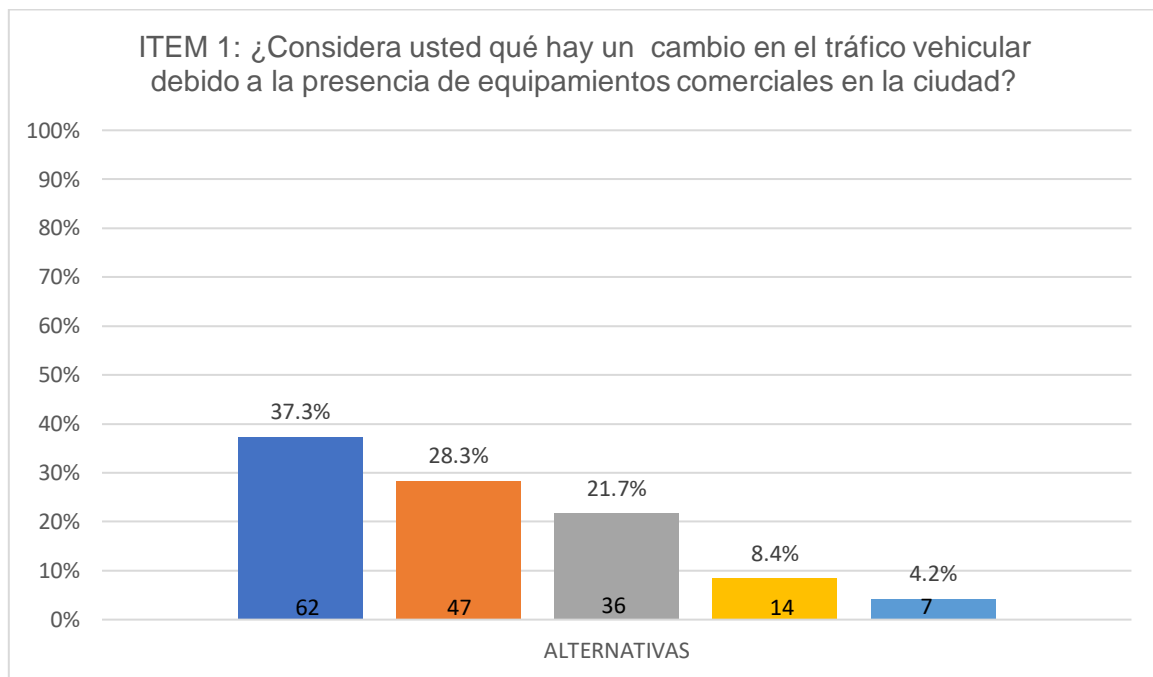
Fuente: Elaboración propia

Resultados de la dimensión percepción social del objetivo específico 3

**Variable 2:** Impacto social

**Dimensión 2:** Percepción social

**Indicadores:** Valoración social y opinión pública

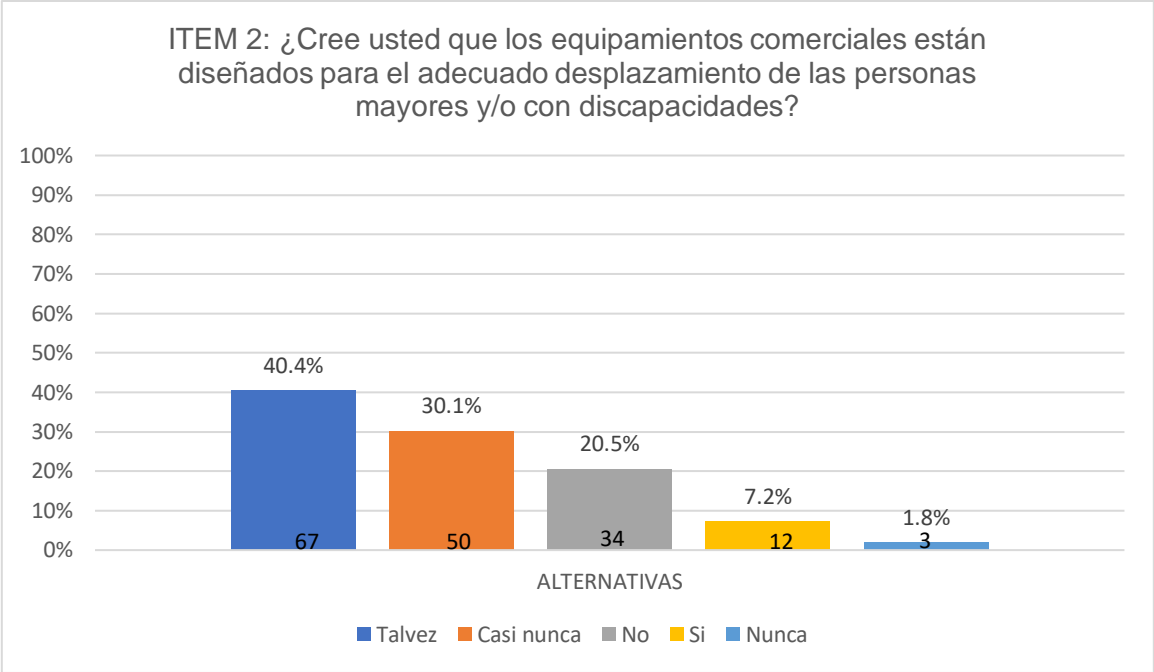


**Figura 4:** Cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales.

Descripción:

Según los resultados obtenidos se pudo observar que el 37,3% de las personas encuestadas considera que hay un cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales en la ciudad de manera regular, mientras que el 28,3% manifiesta que se evidenciaba cambio en el tráfico vehicular, por otro lado, el 21,7% indica que influyo poco en el tráfico vehicular, mientras que el

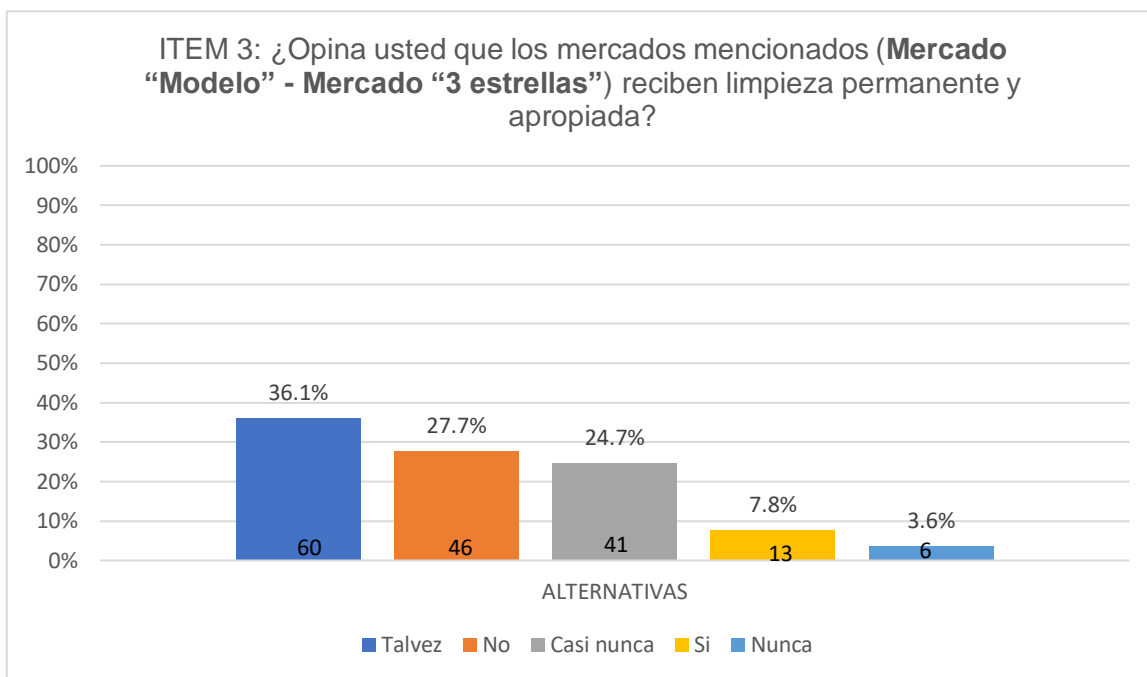
8,4% indica que influyó mucho en el tráfico vehicular , finalmente el 4,2% de los encuestados indica que el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales no influyó en nada.



**Figura 5:** *Los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores y/o con discapacidades*

**Descripción:**

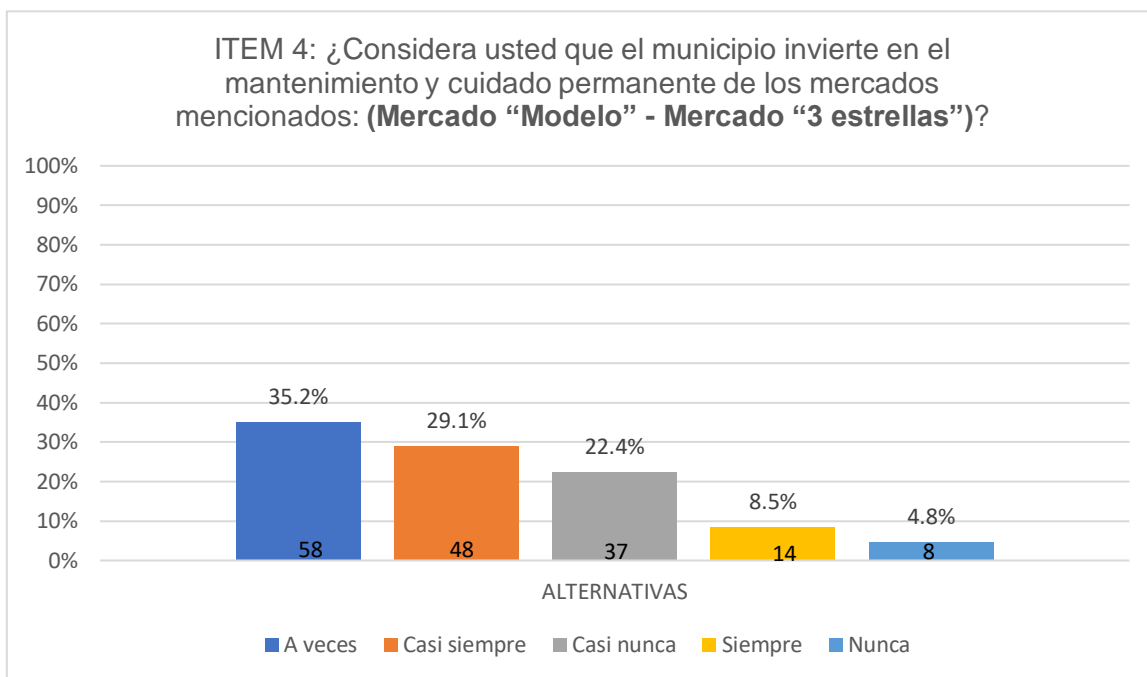
Según los resultados obtenidos se pudo observar que el 40,4% de las personas encuestadas considera que tal vez los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores, el 30,1% considera que casi nunca los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento, el 20,5% considera que los equipamiento no están diseñados para el adecuado desplazamiento, mientras que 7,2% considera que los equipamiento si estas diseñados para el adecuado desplazamiento y en cuanto a la accesibilidad de los equipamientos comerciales para personas mayores, solo un pequeño porcentaje del 1,8% indican que nunca se tuvo en cuenta su adecuado desplazamiento.



**Figura 6:** *Los mercados mencionados (Mercado “Modelo” - Mercado “3 estrellas”) reciben limpieza permanente y apropiada*

**Descripción:**

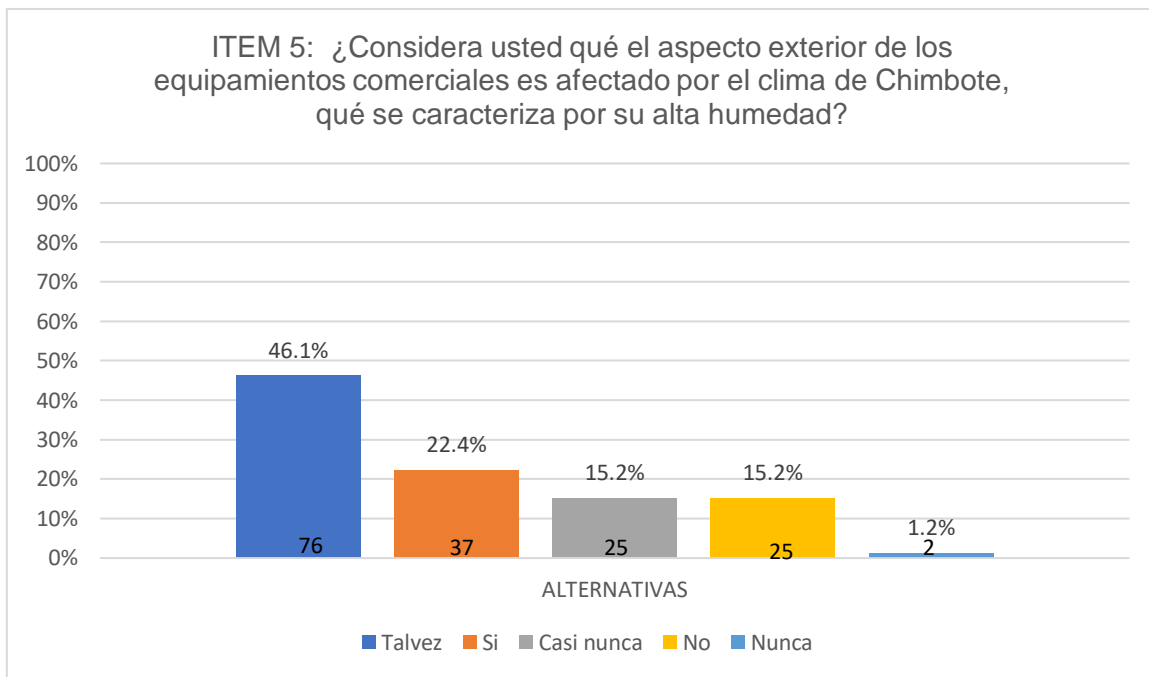
Según los resultados obtenidos se puede observar que el 36.1 % considera que tal vez estos mercados reciben una limpieza permanente y apropiada, el 27.7 % considera que estos mercados no reciben una limpieza apropiada, el 24,7% considera que casi nunca reciben una limpieza apropiada, mientras que el 7,8% opina que si reciben una limpieza permanente y apropiada y finalmente el 3,6% considera que estos mercados nunca reciben una limpieza permanente y apropiado.



**Figura 7:** *El municipio invierte en el mantenimiento y cuidado permanente de los mercados mencionados: (Mercado “Modelo” - Mercado “3 estrellas”)*

Descripción:

Según los resultados obtenidos se puede observar que el 35.2% de las personas encuestada considera que “a veces” el municipio invierte en el mantenimiento de los mercados mencionados, el 29.1% opina que “casi siempre” el municipio invierte en el mantenimiento y cuidado, mientras que el 22.4% considera que “casi nunca” el municipio invierte en el mantenimiento de los mercados, el 8.5% creen que el municipio “siempre” invierte en el mantenimiento. Finalmente, el 4,8% considera que el municipio “nunca” invierte en el mantenimiento y cuidado de los mercados mencionados.

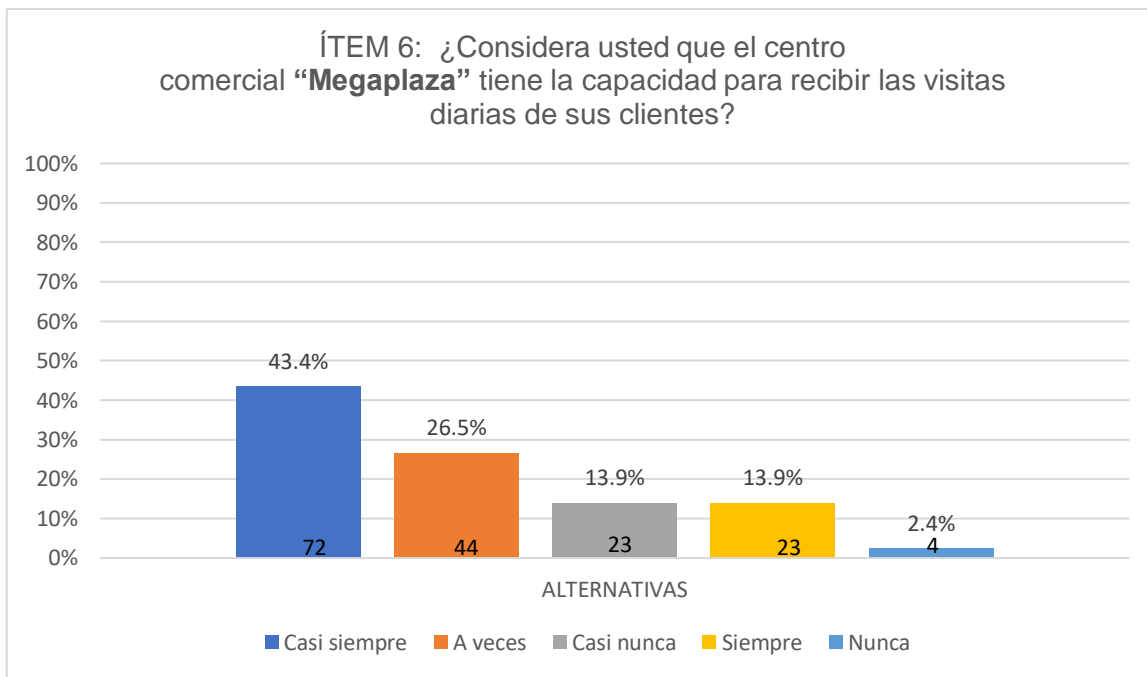


**Figura 8:** *El aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por el clima de Chimbote*

**Descripción:**

De acuerdo a la encuesta se obtuvo que el 46.1% considera que “tal vez” el aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por la alta humedad de Chimbote, por otro lado el 22.4% “ si “ considera que el exterior de estos equipamientos se ve afectado por el clima de la ciudad, mientras que el 15.2% indican que el clima no impacta en el exterior de estos equipamientos, mientras que el otro 15.2% cree que casi nunca el clima afecta el exterior de dichos equipamientos y finalmente el 1,2% de los encuestados considera que el clima por su alta humedad nunca afecta en el aspecto exterior de estos equipamientos.

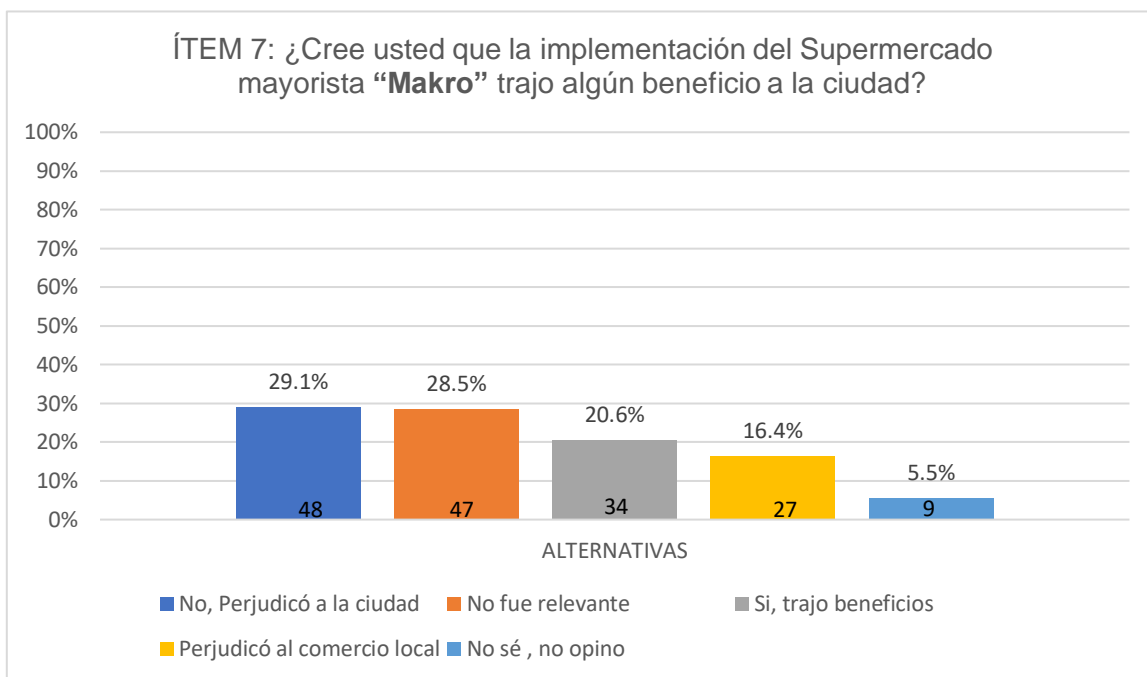




**Figura 9:** *El centro comercial “Megaplaza” tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes*

**Descripción:**

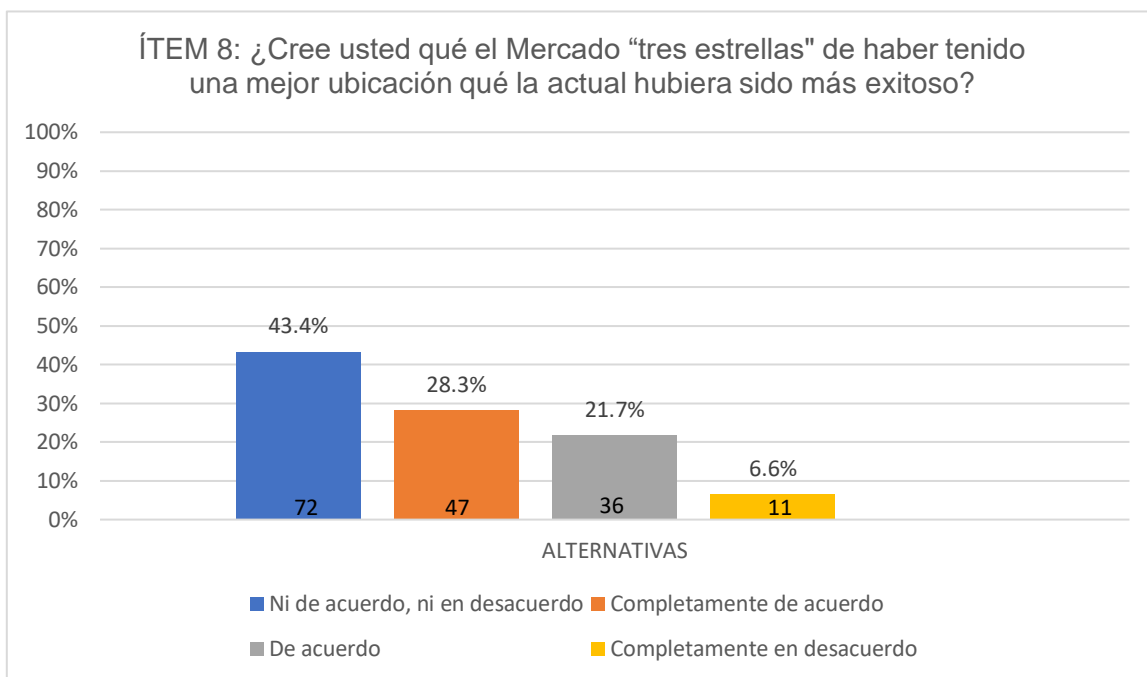
De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta, el 43,4% opina que “casi siempre” el centro comercial tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes, mientras que el 26.5% considera que el centro comercial a veces tiene la capacidad para recibir dichas visitas , en contraste del 13,9% indica que el Mega plaza casi nunca cuenta la capacidad necesaria para recibir a sus clientes , así mismo el otro 13,9% considera que el centro comercial siempre suele tener la capacidad necesaria para recibir a sus clientes y finalmente el 2,4% consideran que nunca tienen la capacidad para recibir las visitas diarias.



**Figura 10:** *La implementación del Supermercado mayorista “Makro” trajo algún beneficio a la ciudad*

**Descripción:**

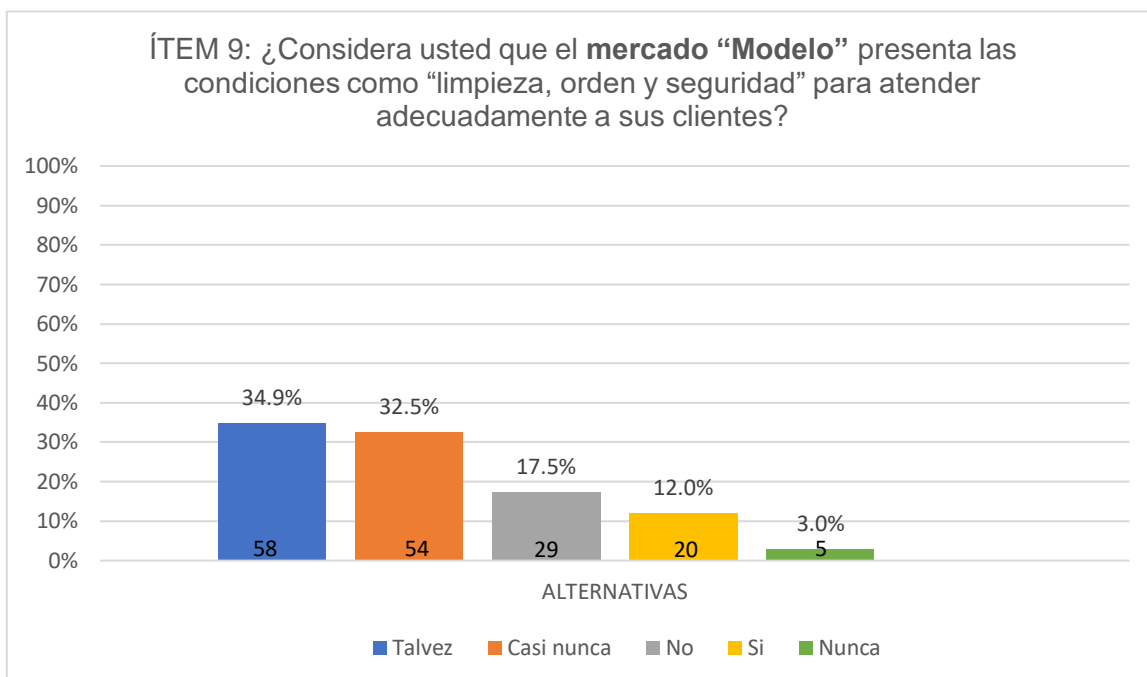
El 29,1% consideran que no trajo beneficio a la ciudad la implementación del super mercado mayorista Makro incluso opinan que perjudico a la ciudad, por otro lado el 28,5% consideran que la implementación del supermercado Makro no fue de gran relevancia en la ciudad, en contraste el 20,6% consideran que si trajo algún beneficio a la ciudad su implementación, el 16,4 % consideran que la implementación del super mercado perjudico al comercio local desde su implementación en la ciudad y finalmente el 5,5% no opinan sobre la implementación de este supermercado.



**Figura 11:** *El Mercado "tres estrellas" de haber tenido una mejor ubicación que la actual hubiera sido más exitoso*

**Descripción:**

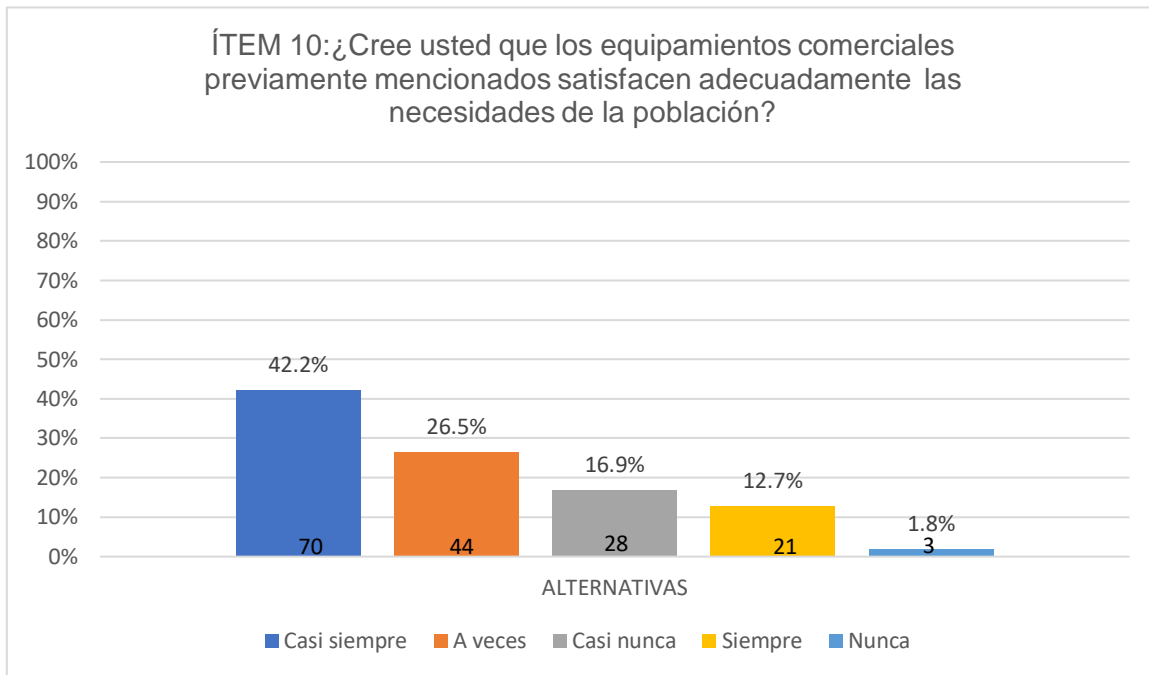
El 43,4% opina que no está de acuerdo ni desacuerdo que la ubicación actual hubiera influido a su éxito, por otro lado, el 28,3% está completamente de acuerdo que de haber tenido una mejor ubicación de la actual hubiera sido más exitosa, por otro lado, el 21,7% si está de acuerdo que de haber tenido una mejor ubicación tendría más éxito y finalmente el 6,6% está completamente en desacuerdo que su ubicación no hubiera influido en cuanto al éxito.



**Figura 12:** *El mercado “Modelo” presenta las condiciones como “limpieza, orden y seguridad”*

**Descripción:**

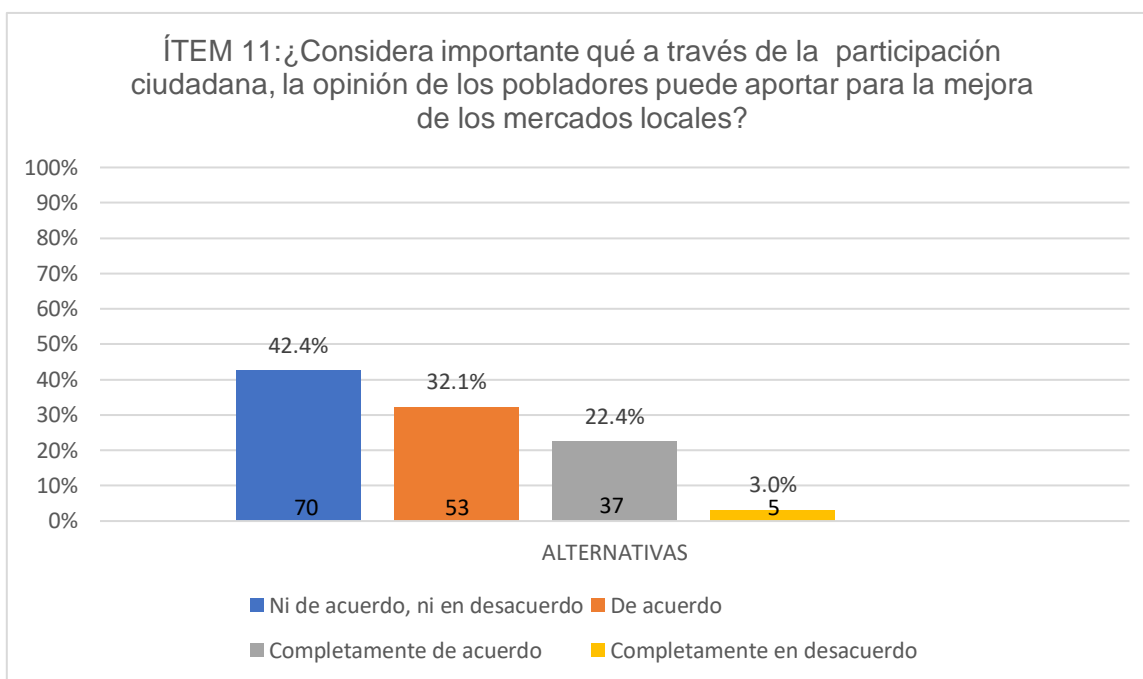
De acuerdo a la encuesta se evidencian los siguientes resultados , el 34,9% considera que el mercado modelo presentan condiciones como limpieza, orden y seguridad para atender adecuadamente a sus clientes, por otro lado el 32,5% indican que el mercado casi nunca presentan estas condiciones para la atención de sus clientes , el 17,5% consideran que el mercado modelo no presentan dichas condiciones , mientras que el 12 % consideran que sí las presentan y finalmente el 3% considera que el mercado modelo nunca presentan las condiciones mencionadas para la atención a sus clientes.



**Figura 13:** *Los equipamientos comerciales satisfacen adecuadamente las necesidades de la población*

**Descripción:**

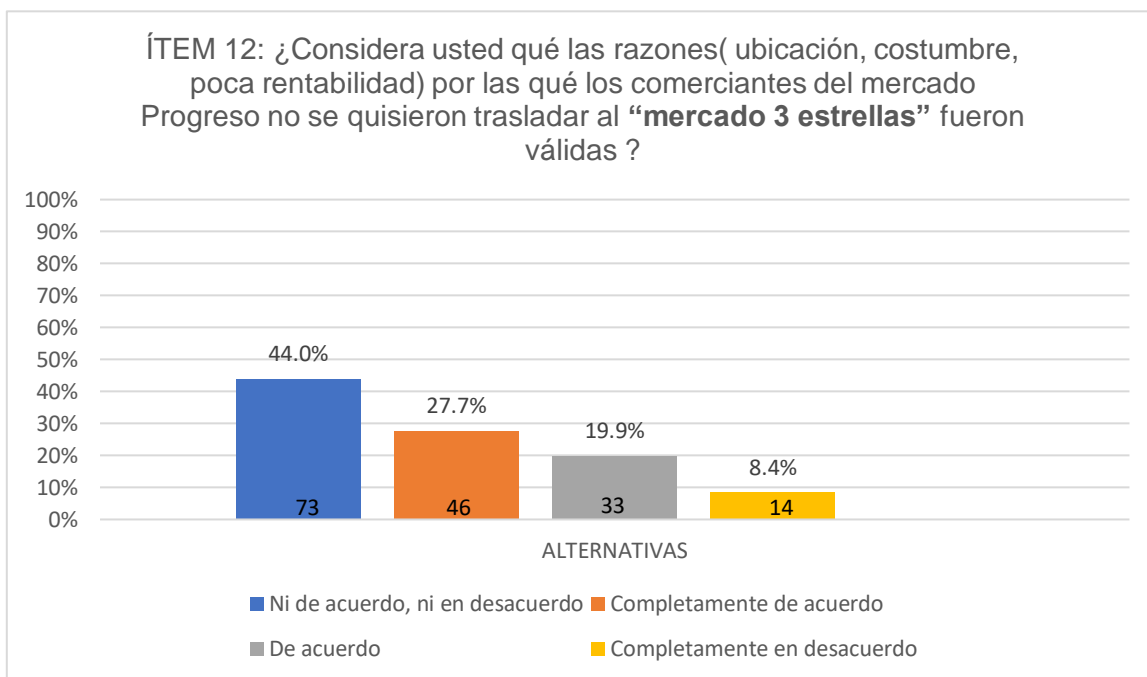
De acuerdo a los datos obtenidos , el 42,2% opina que los equipamientos comerciales mencionados casi siempre satisfacen adecuadamente las necesidades de la población , por otro lado el 26,5% considera que a veces satisfacen dichas necesidades, mientras que el 16,9% indican que casi nunca satisfacen dichas necesidades , el 12,7% considera que los equipamientos comerciales siempre cubren dichas necesidades y finalmente el 1,8% consideran que nunca son satisfechas las necesidades de los habitante de la ciudad.



**Figura 14:** *La opinión de los pobladores puede aportar para la mejora de los mercados locales*

**Descripción:**

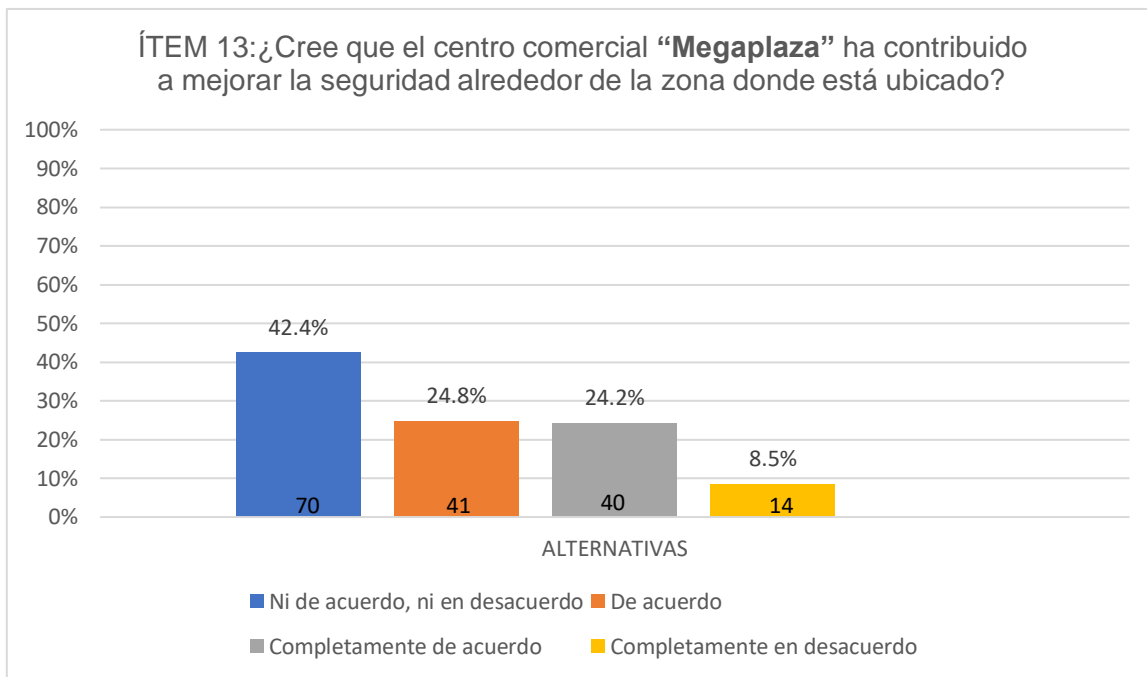
De acuerdo a los datos obtenidos, el 42,4% considera que no está de acuerdo ni desacuerdo la importancia de la participación de la población siendo clave para la mejoría , por otro lado el 32,1% considera que si es importante la participación ciudadana en cuanto a la mejora local de los mercados, el 22,4% están completamente de acuerdo que la opinión puede aportar en la mejoría y finalmente el 3% de los encuestados menciona que están completamente desacuerdo que la participación ciudadana influya en su mejora.



**Figura 15:** Las razones (ubicación, costumbre, poca rentabilidad) por las que los comerciantes del mercado Progreso no se quisieron trasladar al “mercado 3 estrellas” fueron válidas

Descripción:

De acuerdo a los datos obtenidos , el 44% indican que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo que las razones de los comerciantes del mercado progreso fueron válidas para no querer trasladarse al mercado 3 estrellas, por otro lado el 27,7% mencionan que están completamente de acuerdo que las razones de los comerciantes si fueron validad, por otro lado el 19,9% si están de acuerdo en cuanto a las razones para el no traslado de los comerciantes y finalmente el 8,4% están completamente en desacuerdo que esas razones eran validad de los comerciantes del mercado “El Progreso.”

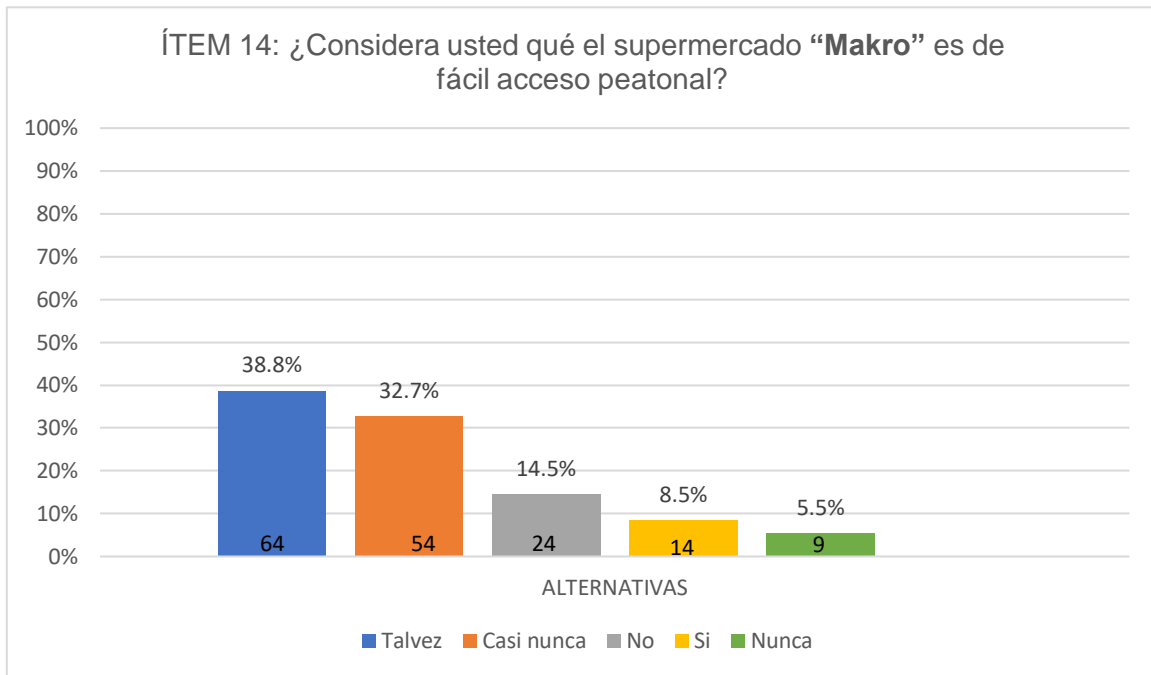


**Figura 16:** *El centro comercial “Megaplaza” ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado*

**Descripción:**

De acuerdo a los datos obtenidos, el 42,4% opina que no está de acuerdo ni en desacuerdo que el centro comercial Mega plaza ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado, el 24,8% si está de acuerdo que la ubicación del Mega plaza si ha contribuido en la seguridad de sus alrededores, por otro lado el 24,2% están completamente de acuerdo que la ubicación del Mega plaza contribuyo en cuanto a la seguridad y finalmente el 8,5% está en completo desacuerdo que el centro contribuyo en la seguridad a sus alrededores.

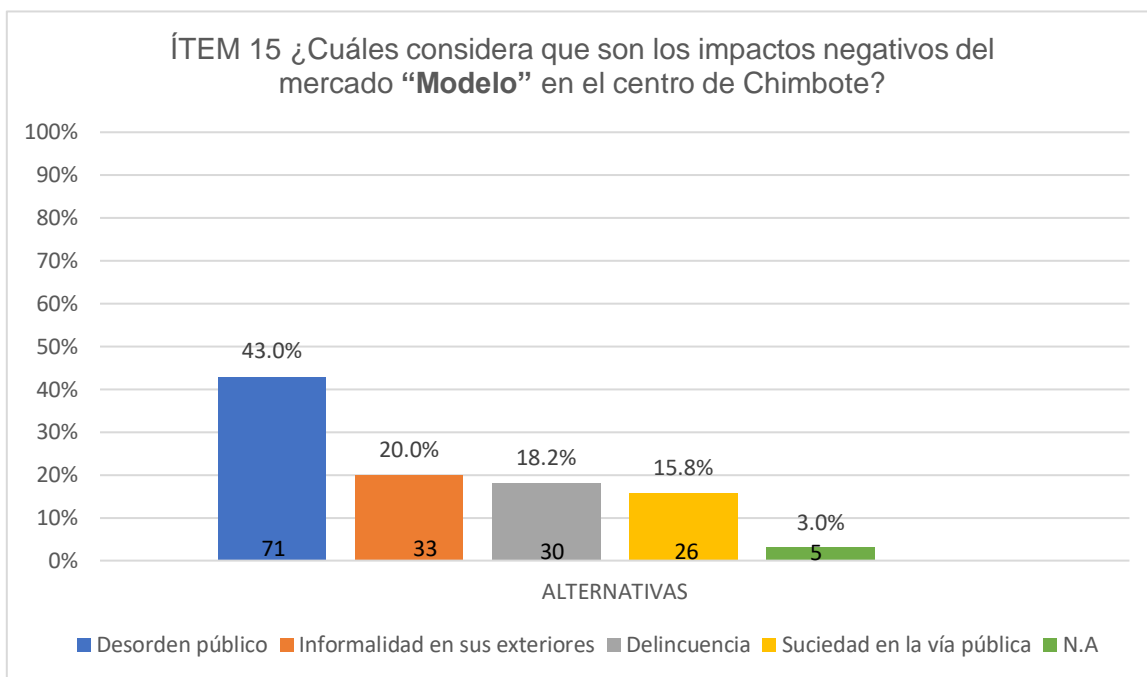




**Figura 17:** *Accesibilidad peatonal del supermercado “Makro”*

**Descripción:**

De acuerdo a los datos obtenidos, el 38,8% considera que tal vez el supermercado Makro es de fácil acceso peatonal, mientras que el 32,7% opina que casi nunca se puede acceder peatonalmente, por otro lado, el 14,7% considera que no es de fácil acceso peatonal, mientras que el 8,5% considera que el supermercado Makro es de fácil acceso peatonal y finalmente el 5,5% mencionan que nunca se consideró su fácil acceso peatonal.



**Figura 18:** Impactos negativos del mercado “Modelo” en el centro de Chimbote

*Nota: Elaboración propia*

**Descripción:**

De acuerdo con los datos obtenidos, el 43% considera que el mercado modelo genera desorden público en el centro de la ciudad, por otro lado, el 18,2% consideran que el mercado Modelo genera delincuencia en el centro de la ciudad, así mismo el 15,8% consideran que genera suciedad en la vía pública y finalmente el 3% de los encuestados no tienen en cuenta ninguna de las anteriores como impactos negativos que ocasiona el mercado.

**Tabla 14.** Resumen de los resultados de la dimensión percepción social del objetivo específico 3

<b>Variable: Equipamientos comerciales</b>		
<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultados</b>
<b>Percepción social</b>	Valoración social	<p>Los resultados revelan que la población, en su mayoría, no percibe que los equipamientos evaluados sean adecuados para la ciudad. Esto se debe a que muchos de los encuestados mencionan que algunos de estos equipamientos no están ubicados de manera apropiada. Además, aquellos que se encuentran en la zona céntrica de la ciudad generan desorden y contaminación en sus alrededores. Esta discrepancia evidencia la necesidad imperante de implementar mejoras significativas en los equipamientos que se implementan en la ciudad.</p>
	Opinión pública	<p>A pesar de que los centros comerciales y mercados de la ciudad son servicios más utilizados por la población en su rutina diaria, es importante resaltar que los encuestados también otorgan gran importancia a la calidad de atención que reciben dentro de estos establecimientos comerciales. En este sentido, la mayoría de los encuestados subrayó que algunos de estos equipamientos, especialmente los mercados, carecen de espacios adecuados para los consumidores, y muchos de ellos no son sometidos a un mantenimiento ni a una limpieza apropiados. Esto pone de manifiesto la relevancia de que el municipio de la ciudad asuma un mayor compromiso con el mantenimiento del orden y la limpieza en estos locales, ya que, además de ser lugares de consumo esenciales, son espacios donde la comunidad interactúa de manera constante.</p>

## **4.2 DISCUSIÓN**

El estudio realizado sobre el análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023 permitió una aproximación a la situación actual de dichos establecimientos, revelando múltiples puntos de vista en cuanto a su influencia en la población. La investigación involucró la utilización de diversas metodologías de recopilación de datos, como fichas de observación, encuestas y entrevistas, las cuales permitieron obtener información desde diversas perspectivas tanto de la población como profesionales en el área acerca del impacto que estos establecimientos han tenido en la ciudad de Chimbote.

### **Objetivo específico 1**

Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote. Para el presente objetivo se realizaron fichas de observación las cuales permitieron conocer la realidad actual y diagnosticar el estado actual de los siguientes equipamientos comerciales: Centro comercial Megaplaza, supermercado Mayorista Makro, mercado mayorista 3 estrellas y mercado minorista modelo. En base a 3 aspectos (Funcional, formal y contextual.)

En relación a la dimensión funcional, se ha notado una clara diferencia entre tres de los cuatro establecimientos evaluados y el Mercado Modelo, ubicado en el centro de la ciudad. El equipamiento mencionado ha enfrentado desafíos en lo que respecta a la planificación de su funcionalidad interna, esto fue debido a la necesidad urgente de la implementación de un mercado en los años 90s, lo cual llevó a decisiones precipitadas y falta de una planificación exhaustiva, que tuvo como consecuencia la existencia de complicaciones en cuanto a la circulación interna del mercado, lo cual viene generando hasta el día de hoy, incomodidad para los compradores. No obstante, los otros tres equipamientos comerciales muestran una organización y distribución interna superior debido a que se construyeron con una planificación más adecuada y siguiendo las normas de edificación. La funcionalidad del Centro Comercial Mega plaza, el Supermercado Makro y el Mercado Tres Estrellas concuerda con la perspectiva de Daroca Bruño, F. (2017),

que destaca la importancia de la organización, zonificación y circulación como elementos fundamentales en la arquitectura para crear espacios que no solo cumplan su propósito, sino que también funcionen de manera efectiva.

En cuanto a la dimensión formal, los resultados recopilados en la ficha de observación 01 revelan que, en lo que respecta a la forma de los establecimientos comerciales, se pudo observar que existe una preferencia por la utilización de volúmenes cuadrados o formas geométricas simples en cada uno de los equipamientos mencionados. Esto refleja una continuidad con las formas arquitectónicas que se mantiene a tendencia a pesar de los años, prevaleciendo en la ciudad de Chimbote. Este diseño que se utilizó en edificación de cada equipamiento edificado guarda relación con la forma arquitectónica que comúnmente se puede observar en las construcciones en la ciudad. Estos hallazgos se alinean con la perspectiva de Pinós, C. (2019), quien enfatiza la importancia de la dimensión formal, que radica en la relación esencial entre la relación un bloque y su contexto inmediato. Su enfoque se centra en la creación de conexiones visuales y espaciales entre los espacios interiores y el entorno urbano circundante.

En relación a la dimensión contextual, los datos obtenidos en la recopilación de información en la ficha de observación número 03, se observa en el ámbito contexto urbano, se observa una marcada diferencia entre los dos mercados estudiados y el centro comercial y el supermercado en lo que respecta a su apariencia y percepción espacial. Los dos mercados se fusionan de manera armónica con su entorno, en sintonía con la estética y la identidad de la zona circundante, lo que refleja posiblemente una intención de preservar la cohesión urbana. Por contraste, el centro comercial y el supermercado sobresalen visualmente en comparación con sus alrededores, ya sea debido a su diseño arquitectónico más imponente o a la adopción de un carácter particular como la forma y/o color que contrasta con el entorno circundante. Los dos últimos equipamientos comerciales mencionados coinciden con lo que menciona Jacobs, J. (2018) que nos habla que los equipamientos urbanos a deben destacar o ser visibles en contraste con su entorno

urbano, menciona que es importante que estos elementos se destaquen y se diferencien del paisaje urbano circundante, ya que puede facilitar la identificación de lugares específicos, mejorar la accesibilidad para los ciudadanos o visitantes, y realzar la apariencia visual de la ciudad.

**Objetivo específico 2:**

Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote. Para alcanzar este objetivo, se llevaron a cabo entrevistas con tres especialistas en el campo, lo que nos brindó la oportunidad de obtener una perspectiva profesional en relación con los impactos positivos y negativos que han generado en Chimbote los siguientes establecimientos comerciales: el centro comercial Megaplaza, el supermercado Mayorista Makro, el mercado mayorista 3 estrellas y el mercado minorista modelo." En base a 2 aspectos (Costo social y beneficio social.)

Con respecto a la dimensión beneficio social, el arquitecto Angulo y la arquitecta Pérez comentaron que existen beneficios tanto directos como indirectos en el aspecto económico. Esto se debe a que la implementación exitosa de un establecimiento comercial trae consigo un crecimiento económico en la zona y el surgimiento de un núcleo comercial. Además, se observa un aumento en el valor de las propiedades circundantes, la aparición de más comercios en las proximidades y un incremento en la oferta de servicios de transporte. Asimismo, el economista Pérez, hace hincapié en que la competencia entre entidades comerciales impulsa la mejora en la calidad de los productos y servicios, este análisis concuerda con lo dicho por Luis Miguel, G. y Maritza. P (2017) que abordan al beneficio social a través de los impactos económicos y sociales de alguna actividad económica sobre la sociedad en su conjunto. El beneficio social puede manifestarse en diversas teniendo en cuenta el impacto que tiene sobre la sociedad en conjunto social. De igual manera los autores Andrew, C. Dirk, M. y Laura. J (2018) señalan que una entidad empresarial puede generar beneficios sociales a través de sus actividades y prácticas, así mismo también se habla de un beneficio

directo para las personas, puesto que toda actividad pública puede generar tanto beneficios indirectos como directos.

Con respecto a la dimensión de costo social, según lo expuesto en los resultados de las entrevistas por los tres especialistas, se observa claramente la presencia de costos sociales, tanto de manera directa como indirecta. La instalación de un establecimiento comercial genera un mayor nivel de actividad económica en los alrededores; sin embargo, esto puede dar lugar a la informalidad y al caos en el espacio público, lo que, a su vez, constituye un problema de índole social. Además, es común que se produzca una alta congestión de tráfico. De igual manera la noticia de un nuevo proyecto puede generar interés en la zona donde se ubicará, incrementando así el valor de los terrenos; no obstante, es plausible que la zona se vea afectada por los problemas mencionados previamente si no se considera una estrategia apropiada. Esta realidad se refleja en lo expresado por Nina, N. y Herbert, B. (2018), quienes investigan el costo social en la toma de decisiones económicas en la población, especialmente en relación con la evaluación de proyectos de desarrollo, por lo tanto, se analiza la influencia indirecta y directa que sobrecae en las personas al evaluar el éxito y el impacto de cualquier medida de desarrollo en las personas.

### **Objetivo específico 3**

Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote. Para alcanzar este objetivo, se llevaron a cabo encuestas realizadas a la población para poder saber la percepción social del público en cuanto a los 4 equipamientos mencionados: Mercado minorista modelo, mercado mayorista 3 estrellas, centro comercial Megaplaza y supermercado mayorista Makro. Asimismo, se realizaron fichas de observación los cuales permitieron conocer la realidad actual y diagnosticar el estado actual de los siguientes equipamientos comerciales con respecto al aspecto de la accesibilidad

Con respecto a la dimensión de accesibilidad. Según lo observado en los 4 equipamientos comerciales a nivel peatonal existe una accesibilidad fluida en

establecimientos como el centro comercial Megaplaza y el mercado minorista modelo debido a que el transporte público como líneas de colectivos y microbuses circulan directamente por todos sus frentes. Sin embargo, en equipamientos como el mercado mayorista 3 estrellas y Makro, existe dificultad al acceder peatonalmente debido a que las líneas de transporte llegan como máximo a una distancia de una cuadra del ingreso de Makro, y en el caso del Mercado 3 Estrellas, a unas cinco cuabras desde la Vía Camino Real, esta situación denota un problema puesto que la accesibilidad se ve dificultada por la distancia que hay que recorrer para llegar a los accesos principales de ambos establecimientos. Esta situación concuerda en lo abordado por García-Asenjo, D. (2018) que afirma que la accesibilidad en la arquitectura es un aspecto importante, puesto que hay que diseñar entornos accesibles para todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades físicas o cognitivas. Por lo tanto, existe un problema que limita el éxito de estos últimos equipamientos al ser poco accesibles. No obstante, en el aspecto de la accesibilidad vehicular es posible acceder a los equipamientos comerciales estudiados mediante un vehículo debido a la disponibilidad de vías de acceso.

Sin embargo, en cuanto al aspecto de la inclusión de los cuatro equipamientos comerciales mencionados, tres (Centro comercial Megaplaza, supermercado mayorista Makro y mercado mayorista 3 estrellas) cumplen con la normativa de accesibilidad (A-120) al proporcionar espacios accesibles y estacionamientos para discapacitados. No obstante, en el mercado Modelo, la circulación para personas discapacitadas no es cómoda y solo se cuentan con rampas peatonales, esta realidad contrasta con lo dicho por autores como Steinfeld, E., & Danford, G. (2017) que expresan que el diseño universal se ha promovido como un enfoque clave para la accesibilidad en un edificio. Los autores resaltan la importancia de diseñar entornos que sean utilizables por todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas. Esto implica considerar la diversidad humana y anticipar las necesidades de todos los usuarios desde el principio del proceso de diseño. Por lo tanto, el fundamento teórico que expresan los autores mencionados no concuerda con la realidad del equipamiento comercial mercado Modelo.



Con respecto a la dimensión de percepción social según la opinión de la mayoría de las personas encuestadas, los equipamientos evaluados no son considerados apropiados para la ciudad. Esto se debe a que muchos de los encuestados expresaron que algunos de estos equipamientos no están ubicados de forma adecuada. Asimismo, los que están situados en el centro de la ciudad provocan desorden y contaminación en sus alrededores. Asimismo, la mayoría de los encuestados subrayó que algunos de estos equipamientos, especialmente los mercados, carecen de espacios adecuados para los consumidores, y muchos de ellos no son sometidos a un mantenimiento ni a una limpieza apropiados. Esta realidad concuerda con lo expresado por Ruiz (2019) que busca examinar la opinión pública respecto a las zonas con riesgo social donde se ve comprometida la vulnerabilidad urbana, el autor se concentra en examinar como problemas urbanos pueden tener un impacto negativo en la calidad de vida de los habitantes de la ciudad.

#### **IV. CONCLUSIONES**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar el impacto social de estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023. A través de la interpretación y discusión de las fichas de observación, encuestas y entrevistas con nuestra base teórica, se puede concluir que los equipamientos comerciales dentro de la ciudad de Chimbote, en su mayoría si tienen impacto significativo y positivo en el ámbito social.

Con respecto al objetivo específico 1, se diagnosticó el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote, para este objetivo se hizo uso de fichas de observación para poder verificar el estado: Funcional, contextual y formal de los equipamientos objeto de estudio. Los resultados revelaron que la mayoría de estos equipamientos se encuentran en condiciones aptas. Esta realidad es evidente en el caso del centro comercial Megaplaza y el supermercado Makro, donde sus instalaciones cumplen con las normativas establecidas y reflejan una planificación eficiente. En el caso del mercado 3 estrellas, a pesar de no contar con una ubicación óptima se observó que se logró cumplir satisfactoriamente con la funcionalidad interna, la volumetría empleada y su relación con el exterior. En contraste, al analizar el mercado minorista Modelo se evidenció que no se cumplen en su mayoría los aspectos previamente mencionados, y su funcionamiento se desarrolla en malas condiciones. Por lo tanto, se determinó que 3 de los 4 equipamientos estudiados se encuentran en condiciones aptas para operar.

Con respecto al objetivo específico 2, se evaluó el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote, para este propósito se realizaron entrevistas a dos arquitectos y un economista que determinaron el impacto de estos equipamientos en el área del costo y beneficio social. Se determinó a partir de la opinión profesional de los entrevistados lo siguiente: La llegada de la mayoría de los equipamientos mencionados ha generado un impacto social mayormente positivo que negativo. La implementación de estos establecimientos ha dado lugar a beneficios notables como: El crecimiento económico, el surgimiento de nuevas

oportunidades comerciales y la revalorización de propiedades, entre otros. En lo que respecta al costo social, se observa que los mercados objeto de estudio han presentado problemas relacionados con la informalidad y el desorden público en mayor medida que los otros equipamientos. Por otro lado, se destaca que establecimientos como el supermercado Makro y el centro comercial Megaplaza han logrado mitigar los costos sociales ya que se implementaron estrategias viales efectivas que contrarrestaron la aglomeración de personas y otros problemas asociados. Por lo tanto, se concluye que la llegada de la mayoría de los equipamientos mencionados ha provocado predominantemente un impacto social positivo en lugar de negativo.

Con respecto al objetivo específico 3, analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chiclaya, en primer lugar, se hizo uso de fichas de observación para verificar la accesibilidad de los equipamientos y el segundo método empleado fue realizar encuestas para conocer la percepción social que tiene la población de estos equipamientos. En lo que respecta a la accesibilidad vehicular, se llega a la conclusión de que es relativamente buena, ya que todos los equipamientos son accesibles por vehículos. Sin embargo, en cuanto a la accesibilidad peatonal, se han identificado problemas significativos, especialmente en el mercado mayorista 3 estrellas y Makro. Estas dificultades impactan negativamente en el flujo de visitantes y clientes hacia estos establecimientos. Según la perspectiva profesional, los equipamientos mencionados han generado un impacto social positivo en el ámbito económico y han contribuido al desarrollo de la ciudad. Sin embargo, a partir de las encuestas realizadas, se ha identificado que la opinión general de la población encuestada es negativa hacia los equipamientos comerciales. Factores como la ubicación inadecuada de algunos establecimientos, el desorden y la contaminación en el centro de la ciudad, han contribuido a una percepción desfavorable por parte de la población. Finalmente se concluye que los equipamientos comerciales influyen en la opinión pública y generan un problema social, puesto que, debido a los resultados antes mencionados, se ha obtenido un impacto social desfavorable para los ciudadanos.

## V. RECOMENDACIONES

Considerando los resultados obtenidos mediante nuestra investigación, que incluyó encuestas, entrevistas y fichas de observación, se han tenido en cuenta las siguientes recomendaciones para mejorar el funcionamiento y servicio de los equipamientos comerciales mencionados:

A la Municipalidad provincial del Santa, en la dependencia de Subgerencia de Obras públicas.

- La implementación de un plan de gestión efectiva para el servicio de mantenimiento y limpieza periódica en los mercados locales. Esta medida contribuirá a mejorar el estado físico de estos espacios y también optimizará su funcionalidad, proporcionando entornos más limpios para los usuarios y comerciantes por igual.
- En el ámbito de planificación urbana, se recomienda colaborar activamente con la opinión de los pobladores mediante la participación ciudadana. Esta colaboración permitirá obtener información sobre las necesidades y preferencias de la comunidad, especialmente en lo que respecta a la ubicación de mercados minoristas o mayoristas propuestos para la ciudad. La participación ciudadana en la planificación urbana puede generar proyectos más inclusivos y aceptados por la población.
- Promover líneas de comunicación abiertas y efectivas con los dirigentes del comercio informal. Establecer un diálogo continuo facilitará el proceso de formalización y la implementación de regulaciones adecuadas. Esto contribuirá a prevenir problemas como el desorden, la acumulación de basura en los espacios exteriores y la posible aparición de delincuencia derivada de aglomeraciones, asegurando así que los transeúntes se sientan seguros y cómodos en su entorno.

- Gestionar las adaptaciones necesarias dentro del mercado minorista Modelo para que cumpla con la normativa actual R.N.E A-120 (Accesibilidad para Personas con Discapacidad y Personas Adultas Mayores). Garantizar la accesibilidad en estas instalaciones permitirá a todos los usuarios circular de manera independiente, independientemente de sus capacidades físicas y cognitivas, promoviendo así la inclusión y la igualdad.

#### A los usuarios

- Asumir un papel activo en el cuidado y preservación de nuestros espacios públicos y tengan responsabilidad compartida hacia estos espacios compartidos. Es importante evitar las aglomeraciones peatonales y contribuir al mantenimiento de un entorno ordenado y limpio. Se insta especialmente a evitar que estos lugares se conviertan en vertederos de basura, promoviendo el adecuado manejo de residuos y el respeto por el medio ambiente. Además, se alienta a cuidar los espacios verdes.
- Contribuir en la implementación de soluciones para abordar problemas identificados, como la congestión vehicular o la falta de accesibilidad peatonal. La comunicación abierta y constructiva con las autoridades y otros actores involucrados puede ayudar a encontrar soluciones efectivas que beneficien tanto a la comunidad como a los comerciantes.

#### A la Universidad Cesar Vallejo

- Fortalecer su vinculación con la comunidad local estableciendo programas de extensión universitaria que involucren a estudiantes y profesores en proyectos que beneficien a la comunidad, como asesoramiento en planificación urbana o participación en procesos de desarrollo local, puede ser una forma efectiva de aplicar el conocimiento académico en el ámbito práctico.
- Desarrollar programas de educación cívica destinados a la comunidad. Estos programas podrían incluir charlas, talleres y materiales educativos que

informen a la población sobre temas urbanos, planificación, y los beneficios y desafíos asociados con el desarrollo comercial en la ciudad.

A futuros investigadores

- Valorar la importancia de la opinión pública en relación con los proyectos locales. La participación activa de la comunidad en la gestión de proyectos es esencial para evaluar la viabilidad y aceptación social. En este sentido, es importante otorgar mayor importancia al factor social en obras públicas, fomentando la colaboración y participación de la población en los proyectos que afectarán su entorno.
- Enfocar estrategias específicas para mejorar la integración de equipamientos comerciales en el tejido urbano de Chimbote. Incluyendo la planificación urbana y la ubicación estratégica de nuevos proyectos comerciales para minimizar impactos negativos en la accesibilidad peatonal y la percepción ciudadana.

## REFERENCIAS

- ANGULO, C. El impacto social del mall aventura plaza en la urbanización la Esmeralda. Tesis (Posgrado en ingeniería). Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo, 2017. Disponible en <https://repositorioslatinoamericanos.uhile.cl/handle/250/1426846?show=fullc>
- ALVIRA, L. y GIRONZA, D. Centros comerciales: creación y redefinición de centralidades urbanas en Girardot y sus impactos en los otros centros. (Título de ingeniero civil). Girardot: Universidad piloto de Colombia, 2020 [ Fecha de consulta: 18 de mayo del 2018]. Disponible en: <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/5928>
- BABBIE, E. The Practice of Social Research. Cengage Learning. no experimental (2017) pp 109-129 [ fecha de consulta: marzo del 2017] ISBN13: 978-0-357-36076-7
- BAMBAREN-ALATRISTA, Celso y ALATRISTA-GUTIERREZ DE BAMBAREN, María del Socorro. Impacto ambiental de un hospital público en la ciudad de Lima, Perú (2014). Rev. perú. med. exp. salud publica [online]. 2023, vol.31, n.4, pp.712-715. ISSN 1726-4634. Disponible en: <https://rpmesp.ins.gob.pe/index.php/rpmesp>
- BORGEAT, M. Significado del valor social como requisito ético en investigación biomédica con seres humanos: visión de los miembros de comités ético-científicos. Tesis (Magíster en Bioética). Santiago: Universidad de Chile, 2016[ fecha de consulta: 10 de julio de 2016]. Disponible en: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/184468/Borgeat%20Meza%2C%20Marjorie%20%28Tesis%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- CALDERÓN, O. Impacto de la atractividad del centro comercial Real Plaza Primavera en la lealtad de sus consumidores de 18 a 55 años residentes de Lima

Metropolitana. Tesis (Pregrado en Administración). Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2019. Disponible en: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626092/Calderon\\_OA.pdf?sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626092/Calderon_OA.pdf?sequence=1)

CALLE, P. Diseño arquitectónico centro comercial tipo mall, potenciador del sector comercio para la provincia de Ilo. Tesis (Pregrado en Arquitectura). Perú: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, 2017. Disponible en: <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3164>

CHUMIOQUE, K. Impacto de la arquitectura comercial en el desarrollo socioeconómico de Chimbote a partir del estudio de las galerías comerciales “Espinar” y “Bahía Plaza Center. Tesis (Pregrado en Arquitectura). Perú: Universidad Cesar Vallejo, 2018. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31275>

CARRETERO, J. Metodología para rehabilitación de grandes centros comerciales, mediante el análisis del contexto y la sostenibilidad urbana. Tesis (Postgrado en Arquitectura). Madrid: Universidad Politécnica de Madrid, 2019. Disponible en: <https://oa.upm.es/48059/>

CASTILLO, E. y VÁSQUEZ, L. El rigor metodológico en la investigación cualitativa. Revista Colombia Médica [ En línea] abril 2003 [ Fecha de consulta: 6 de mayo del 2002] Disponible en: <https://colombiamedica.univalle.edu.co/index.php/comedica/article/view/269>

CULLEN, Z. y HOPE, S. (2017) Artículo científico: "The Political Economy of Refugee Migration and Foreign Aid" Revista: Annual Review of Political Science Volumen: 20 Páginas: 123-143

CHINEN, Carlos. Principios para el diseño, operación y puesta en valor de centros comerciales. Carlos Chinen Arquitectos y Consultores SAC. 12 de agosto de 2020 (En sección Arquitectura). Disponible en: <http://chinenarquitectos.com/principios->



[basicosparacomerciale?fbclid=IwAR02PN5oVZlv6Rj1pyazzxqpY39y5pKbz\\_hMeM  
CfzJvpWRN9kuBaO3bSk8](https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/7681/TAQ00114C68.pdf?sequence=5&isAllowed=y)

CLAUDIO, J. Modelo de equipamiento comercial e integración urbana en la ciudad menor de Uchiza-San Martín 2021-203. Tesis (Posgrado en arquitectura) Huanuco: Universidad nacional Hermilio Valdizán, 2021. Disponible en: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/7681/TAQ00114C68.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

CRUZ, E. Impacto de Megaproyectos comerciales en zonas urbanas. Tesis (Postgrado en arquitectura) Tecamachalco: Instituto Superior de Ingeniería y Arquitectura, 2016. Disponible en: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20948/Tesis%20%20Evelin%20Cruz%20Contreras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

DAROCA BRUÑO, F. Córdoba 1950. Rafael de la Hoz como motor de la modernidad. Tesis (Pregrado en Arquitectura). Sevilla: Universidad de Sevilla, 2017. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/63998>

DIAZ, E. Análisis arquitectónico para el diseño de un centro de investigación a fin de integrar el desarrollo de la orquídea. Tesis (Pregrado en Arquitectura). Perú: Universidad Cesar Vallejo, 2018. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31275>

DOMENECH, S. Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. Revista Dearq [en línea] 10 de agosto de 2015, pp. 26-39 [Diciembre del 2015]. ISSN 2011-3188. Disponible en: <https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/dearq/article/view/3276/2103>

ESPINOZA, F. La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico [en línea]. Abril del 2020. Revista Conrado, 16(75), 103-110.

Disponible en: <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1392f>

FERIA, H., MATILLA, M. y MANTECÓN, S. La entrevista y la encuesta ¿métodos o técnicas de indagación empírica? Revista Didascalía [En línea] Julio-septiembre 2021 **pág.** 62-79 [ Fecha de consulta:12 de enero 2020] ISSN-e2224-2643 Disponible en: <https://revistafarmaciahospitalaria.sefh.es/gdcr/index.php/fh/article/view/10411>

Foro económico mundial (WEF) Medición del impacto de las empresas sociales (2018) Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/measuring-the-impact-of-social-enterprises>

GARCÍA, O., CRUZ, S. & ACEVEDO. Evaluación de impacto social: análisis de conceptos y métodos. Revista de Evaluación de Programas y Políticas Públicas, 2019.Vol 10(19), 113-133.

GONZÁLEZ, P. Hacia un nuevo modelo de centro comercial. El país-5 Días.1 de septiembre del 2016(En sección Crónica) Disponible en: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/08/31/sentidos/1472668363\\_988474.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/08/31/sentidos/1472668363_988474.html)

GONZALES, M. Aspectos éticos de la investigación cualitativa. Revista Iberoamericana [ En línea] Mayo-agosto 2002 [ Fecha de consulta: 15 de julio del 2001] Disponible en: <https://rieoei.org/historico/documentos/rie29a04.htm>

GUINEA, L. y PALERMO, M. Extractivismo y beneficio social en América. Revista Nueva Sociedad [en línea]. Julio, 2017. Disponible en: <https://uniandes.edu.co/es/noticias/ambienteysostenibilidad/preocupacion-que-america-latina-opte-por-el-extractivismo-para-su-recuperacion-economica>

GUILLÉN, C. El rigor científico en la investigación. Consideraciones desde el área de Didáctica de la Lengua y la Literatura. Revista el Guiniguada [ En línea]Julio 2021 [Fecha de consulta: 7 de julio del 2021] Disponible en: <https://acceda.cris.ulpgc.es/handle/10553/110254?mode=full>

JACOBS, J. The Death and Life of Great American Cities (2019). Editorial: Vintage [en línea] Julio del 2018 Disponible en:<https://revistascientificas.us.es/index.php/ppa/article/view/174>

KRAUSE, Martin. Ronald Coase y el problema del costo social, o más bien, de las externalidades negativas. Revista: El foro y el bazar[ en línea]. Junio,2020. Disponible en: <https://bazar.ufm.edu/ronald-coase-problema-del-costo-social-mas-bien-las-externalidades-negativas/>

MOYANO, M., LÓPEZ, B. Percepción Social: Conceptos y Perspectivas (2018). Editorial UOC, 2018[fecha de consulta: 11 de abril de 2018]. Disponible en:<https://digibug.ugr.es/handle/10481/50398>

MORAL, C. Criterios de validez en la investigación cualitativa actual. Revista de Investigación Educativa [ En línea] junio 2006 [ Fecha de consulta: 12 de agosto del 2005] Disponible en: <https://revistas.um.es/rie/article/view/97351>

MORAES, P. Impacto social de asentamientos: Una revisión de metodologías. California: Revisión de la Evaluación de Impacto Ambiental, 2017. 67, 1-12. ALDEA, M. & del Río, P. (2018). Evaluación de impacto social: Revisión y reflexión crítica. Nuevo México: Sostenibilidad, 10(4), 1091.

---

MORALES, Dionicio, ROUX RODRÍGUEZ Ruth. ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL: ANTECEDENTES Y LÍNEA BASE PARA SAN FERNANDO, TAMAULIPAS. Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM [en línea]. 2017, XXV(1), 111-130[fecha de Consulta 20 de Noviembre de 2020]. ISSN: 1405-3543. Disponible en: <https://sociotam.uat.edu.mx/index.php/SOCIOTAM/article/view/154>

MONEO, Rafael. La soledad de los edificios y otros escritos. En Ángel Martínez García-Posada; Pablo Blázquez Jesús (ed. lit.), 2020, ISBN 978-84-949663-4-7, págs. 179-186

MOYA, M. (2019). Psicología Social: Una perspectiva Iberoamericana. Editorial Médica Panamericana. Editorial: Médica Panamericana. [ fecha de consulta: 12 de mayo de 209] ISBN: 9788491108238

OROZCO, M. Impacto de la atractividad de un centro comercial en la satisfacción y lealtad de sus consumidores: el rol moderador de las motivaciones y la frecuencia de visita. Tesis (Doctorado en Arquitectura). España: Universidad Autónoma de Barcelona, 2016.  
Disponible en:<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31275>

NEUBECKER, N. y BRÜCKER B. Welfare Use and Social Integration of Migrants in Europe. Revista: International Migration Volumen: 56 Número: 5 Páginas:148-164:Disponible en:[https://ec.europa.eu/migrant-integration/library-document/immigration-and-welfare-state\\_en](https://ec.europa.eu/migrant-integration/library-document/immigration-and-welfare-state_en)

PIÑEIRO, E. Observación participante, una introducción. Revista San Gregorio [ En línea Enero 2015 [Fecha de consulta : 30 de julio del 2016] ISSN:1390-7247.Disponible en:<https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/116>.

ROVIRA, E. ¿Qué es la accesibilidad? [en línea] Bogotá: Universidad Piloto de Colombia, 2019[ Fecha de consulta 25 de octubre 2021]. Disponible en: <https://www.unipiloto.edu.co/que-es-la-accesibilidad/>

RUIZ, A. El potencial de la percepción social aplicada al análisis de la vulnerabilidad en planificación urbana. Revista EURE [En línea] Julio del 2019.ISSN0250-7161 Disponible en:[https://www.researchgate.net/publication/335874727\\_El\\_potencial\\_de\\_la\\_percepcion\\_social\\_aplicada\\_al analisis\\_de\\_la\\_vulnerabilidad\\_en\\_planificacion\\_urbana](https://www.researchgate.net/publication/335874727_El_potencial_de_la_percepcion_social_aplicada_al analisis_de_la_vulnerabilidad_en_planificacion_urbana)

STEINFIELD, E. & DANDFOR, G. Accessibility in Buildings: Analysis of Regulations and Architectural Design Strategies (2017). Revista Building and

Environment.[en.línea] diciembre de 2018, vol 206, ISSN 108352.  
Disponibile en:<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360132321007496>

VILLAMAÑÁN, E., RUANO, M., FERNÁNDEZ, M. y GONZÁLEZ, D. El consentimiento informado en investigación clínica; ¿Entienden los pacientes lo que firman? Revista Farmacia Hospitalaria [En línea]. Mayo-junio 2016 vol.40 no 3 [ Fecha de consulta: 24 de noviembre 2015] ISSN21718695. Disponible en:<https://revistafarmaciahospitalaria.sefh.es/gdcr/index.php/fh/article/view/10411>

WEISS, C. Impact evaluation: An introduction, 2018 [fecha de consulta :14 de febrero del 2023].Disponibile en:[https://www.unicef.org/evaluation/files/Impact\\_Evaluation\\_-\\_An\\_Introduction.pdf](https://www.unicef.org/evaluation/files/Impact_Evaluation_-_An_Introduction.pdf)

## **ANEXOS**

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DERIVADAS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUBINDICADORES	Técnica de Recolección de datos	Instrumento de recolección		
Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.	¿Cuál es el impacto social que generan estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote?	Determinar el impacto social de estos equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023.	<b>OE.1</b> Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	<b>PE.1</b> ¿Cuál es el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote?	Los equipamientos comerciales de Chimbote se encontrarán en perfecto estado	<b>V1.</b> Equipamientos Comerciales	FORMAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estética de las obras</li> <li>Conceptualización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Textura</li> <li>Proporción</li> <li>Idea rectora</li> </ul>	Observación	Ficha de observación		
							FUNCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución</li> <li>Zonificación</li> <li>Circulación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jerarquía</li> <li>Eficacia espacial</li> <li>Compatibilidad</li> <li>Adaptabilidad</li> <li>Señalización</li> <li>Densidad peatonal</li> </ul>			Observación	Ficha de observación
								CONTEXTUAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perfil urbano</li> <li>Percepción espacial</li> </ul>				
			<b>OE.2</b> Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote	<b>PE.2</b> ¿Cuál es el impacto social que tuvieron los equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote?	Los equipamientos comerciales en su mayoría tuvieron un impacto social favorecedor en la ciudad de Chimbote	<b>V2.</b> Impacto Social	BENEFICIO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beneficio directo</li> <li>Beneficio indirecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento de empleo</li> <li>Aumento de productividad</li> </ul>	Entrevista	Listado de preguntas		
							COSTO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Costo directo</li> <li>Costo indirecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Congestión de tráfico</li> <li>Impacto inmobiliario</li> <li>Apertura de negocios locales</li> </ul>			Entrevista	Listado de preguntas
			<b>OE.3</b> Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote	<b>PE.3</b> ¿Cuál es la influencia de los equipamientos comerciales y su impacto social en la ciudad de Chimbote?	La influencia de los equipamientos comerciales y su impacto social fue relevante para la población.	<b>V1.</b> Equipamientos Comerciales  <b>V2.</b> Impacto Social	ACCESIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peatonal</li> <li>Vehicular</li> <li>Inclusión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Señalización peatonal</li> <li>Desplazamiento peatonal</li> <li>Estacionamientos</li> <li>Señalización vehicular</li> <li>Diseño inclusivo</li> </ul>	Observación	Ficha de observación		
							PERCEPCIÓN SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opinión pública</li> <li>Valoración social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación ciudadana</li> <li>Índice de satisfacción</li> <li>Índice de aprobación</li> </ul>			Encuesta	Cuestionario

ANEXO 2: Cuadro de operacionalización de la variable 1: Equipamiento comercial

Variable 1	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica de Recolección de datos	Instrumento de recolección
Equipamiento comercial	Los equipamientos comerciales son áreas que impulsan el crecimiento económico y social de la población, así como promueven la renovación y la vitalidad de las zonas urbanas.	Para esta variable se realizará la medición empleando 4 dimensiones, compuesta por 9 indicadores.	FORMAL	-Estética de los equipamientos -Conceptualización	Observación	Ficha de observación
			FUNCIONAL	-Distribución -Zonificación -Circulación	Observación	Ficha de observación
		Las categorías de la variable son:	ACCESIBILIDAD	-Peatonal -Vehicular -Inclusión	Observación	Ficha de observación
		-Formal -Funcional -Accesibilidad -Contextual	CONTEXTUAL	-Perfil urbano -Percepción espacial	Observación	Ficha de observación










ANEXO 3: Cuadro de operacionalización de la variable 2: Impacto social

Variable 2	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica de Recolección de datos	Instrumento de recolección
Impacto social	El impacto social se refiere a los cambios positivos o negativos que una iniciativa, proyecto, programa o política pública genera en la vida de las personas, comunidades y la sociedad en general, esto implica el beneficio social. Moraes Moura (2017)	Para esta variable se realizará la medición empleando 3 dimensiones, compuesta por 6 indicadores.	BENEFICIO SOCIAL	- Beneficio directo -Beneficio indirecto	Entrevista	Listado de preguntas
			COSTO SOCIAL	-Costo directo -Costo indirecto	Entrevista	Listado de preguntas
		Las categorías de la variable son:  ● Beneficio social ● Costo social ● Percepción social				Entrevista
		PERCEPCIÓN SOCIAL	-Opinión pública -Valoración social	Encuesta	Cuestionario	

ANEXO 4: Instrumentos de recolección de datos

Fichas de observación- Objetivo 1

<b>OBJETIVO:</b> Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	<b>VARIABLE:</b> EQUIPAMIENTOS COMERCIALES			
	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>FORMAL</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>Estética de las obras</b> <b>Conceptualización</b>
 <p>IMAGEN 1 (FACHADA DE EQUIPAMIENTO)</p>			 <p>IMAGEN 4 PERSPECTIVA 1</p> <p>DESCRIPCION</p>	
<b>ESTETICA DE OBRA</b>				
 <p>IMAGEN 2 CONCEPTUALIZACION DEL EQUIPAMIENTO</p>	<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b> IDEA RECTORA	 <p>IMAGEN 3 TEXTURA</p>	<b>TEXTURA</b>	 <p>IMAGEN 5 PERSPECTIVA 2</p> <p>DESCRIPCION</p>
	TEXTO INFORMATIVO		TEXTO INFORMATIVO	
	Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.		Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo	
	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - ARQUITECTURA	SEMESTRE ACADÉMICO 2023 - 2	Curso: Desarrollo de proyecto de investigación II	Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.	VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES			
	DIMENSIÓN	FUNCIONAL	INDICADORES	Distribución Zonificación Circulación
<b>DISTRIBUCION</b>		<b>ZONIFICACION</b>		<b>CIRCULACION</b>
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 150px; height: 100px; margin-bottom: 5px;">Texto informativo</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 50px; height: 100px; margin-bottom: 5px;">LEYENDA</div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 150px; height: 100px; margin-bottom: 5px;">Texto informativo</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 50px; height: 100px; margin-bottom: 5px;">LEYENDA</div>		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 150px; height: 100px; margin-bottom: 5px;">Texto informativo</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 50px; height: 100px; margin-bottom: 5px;">LEYENDA</div>
PLANO DE DISTRIBUCION		PLANO DE ZONIFICACION		PLANO DE CIRCULACION
	Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.		Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo	
	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - ARQUITECTURA	SEMESTRE ACADÉMICO 2023 - 2	Curso: Desarrollo de proyecto de investigación II	Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

OBJETIVO: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

VARIABLE: EQUIPAMIENTOS COMERCIALES

DIMENSIÓN

CONTEXUAL

INDICADORES

Perfil urbano  
Percepción espacial

## PERFIL URBANO

Texto informativo

PLANO DE ELEVACIÓN  
PERFIL URBANO

IMAGEN 1 (PERFIL URBANO DEL  
EQUIPAMIENTO)

## PERCEPCION ESPACIAL

Texto informativo

IMAGEN 2 ( PERCEPCION ESPACIAL)



Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023.

Autores: Baca Guevara, Vyveka Alessandra - Roman Barreto Luis Alfredo

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO -  
ARQUITECTURA

SEMESTRE ACADÉMICO  
2023 - 2

Curso: Desarrollo de proyecto de  
investigación II

Docente: Arq. Roberto Carlos Gonzales Macassi

## Listado de preguntas/entrevista- Objetivo 2



### ENTREVISTA A ESPECIALISTAS SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DE LOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES EN LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2023

Nombre y apellidos: .....

Profesión:.....

#### **Dimensión: Beneficio Social**

1: ¿Qué cambios económicos positivos ha visto desde que se inauguró el centro comercial Megaplaza?

---

---

---

2: ¿Cuáles son los principales beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación en la ciudad de Chimbote?

---

---

---

3: ¿Cómo influye la competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona?

---

---

---

4: ¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito y se considerara un "elefante blanco"?

---

---

---

#### **Dimensión: Costo Social**

5: ¿Considera usted que desde la implementación del mercado Modelo, se han aperturado nuevos negocios comerciales circundantes?

---

---

---

6 ¿Qué complicaciones en cuanto al tráfico vehicular surgieron debido a la implementación del centro comercial Megaplaza ?

---

---

---

---

---

7 ¿Considera que la implementación de un centro comercial altera el valor del suelo de la zona circundante ?

---

---

---

---

---

8 ¿Considera usted que si no hubieran habido problemas de accesibilidad y ubicación en el mercado 3 estrellas se podría haber generado un impacto económico positivo para la ciudad ?

---

---

---

---

---





## ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN CIRCUNDANTE A 4 EQUIPAMIENTOS COMERCIALES -CHIMBOTE 2023.

La encuesta que llevaremos a cabo será una herramienta valiosa para comprender la opinión pública acerca de los siguientes equipamientos comerciales: **El Mercado Mayorista 3 Estrellas, el Supermercado Mayorista Makro, el Mercado Minorista Modelo y el Centro Comercial Megaplaza**. Esta encuesta se realizará de manera completamente anónima, por lo que no será necesario proporcionar ningún dato personal

DATOS GENERALES					
Sexo:	Mujer		Hombre		Edad:
ITEMS					
<b>Indicador: Valoración social</b>					
1. ¿Considera usted que hay un cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales en la ciudad?					
a) Mucho   b) Bastante   c) Regular   d) Poco   e) Nada					
2. ¿Cree usted que los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores y/o con discapacidades?					
a) Si   b) No   c) Tal Vez   d) Casi nunca   e) Nunca					
3. ¿Opina usted que los mercados mencionados ( <b>Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas"</b> ) reciben limpieza permanente y apropiada?					
a) Si   b) No   c) Tal Vez   d) Casi nunca   e) Nunca					
4. ¿Considera usted que el municipio invierte en el mantenimiento y cuidado permanente de los mercados mencionados: ( <b>Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas"</b> )?					
a) Siempre   b) Casi siempre   c) A veces   d) Casi nunca   e) Nunca					
5. Considera usted que el aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por el clima de Chimbote, que se caracteriza por su alta humedad?					
a) Si   b) No   c) Tal Vez   d) Casi nunca   e) Nunca					
6. ¿Considera usted que el centro comercial " <b>Megaplaza</b> " tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes?					
a) Siempre   b) Casi siempre   c) A veces   d) Casi nunca   e) Nunca					
7. ¿Cree usted que la implementación del Supermercado mayorista " <b>Makro</b> " trajo algún beneficio a la ciudad?					
a) Si, trajo beneficios   b) No, perjudicó a la ciudad   c) No fue relevante   d) Perjudicó al comercio local e) No sé, no opino					
8. ¿Cree usted que el Mercado "tres estrellas" de haber tenido una mejor ubicación que la actual hubiera sido más exitoso?					



- a) De acuerdo      b) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo      c) Completamente de acuerdo  
d) Completamente en desacuerdo

9. ¿Considera usted que el **mercado “Modelo”** presenta las condiciones como “limpieza, orden y seguridad” para atender adecuadamente a sus clientes?

- a) Si      b) No      c) Tal Vez      d) Casi nunca      e) Nunca

**Indicador: Opinión pública**

10. ¿Cree usted que los equipamientos comerciales previamente mencionados satisfacen adecuadamente las necesidades de la población?

- a) Siempre      b) Casi siempre      c) A veces      d) Casi nunca      e) Nunca

11. ¿Considera importante que a través de la participación ciudadana, la opinión de los pobladores puede aportar para la mejora de los mercados locales?

- a) De acuerdo      b) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo      c) Completamente de acuerdo  
d) Completamente en desacuerdo

12. ¿Considera usted que las razones (ubicación, costumbre, poca rentabilidad) por las que los comerciantes del mercado Progreso no se quisieron trasladar al **“mercado 3 estrellas”** fueron válidas ?

- a) De acuerdo      b) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo      c) Completamente de acuerdo  
d) Completamente en desacuerdo

13. ¿Cree que el centro comercial **“Megaplaza”** ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado?

- a) De acuerdo      b) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo      c) Completamente de acuerdo  
d) Completamente en desacuerdo

14. ¿Considera usted que el supermercado **“Makro”** es de fácil acceso peatonal?

- a) Si      b) No      c) Tal Vez      d) Casi nunca      e) Nunca

15. ¿Cuáles considera que son los impactos negativos del mercado **“Modelo”** en el centro de Chimbote?

- a) Informalidad en sus exteriores      b) Delincuencia      c) Desorden público      d) Suciedad en la vía pública  
e) N.A

ANEXO 4: Documentos de validación por juicio de expertos



**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Carlos Bardales Ordóñez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es grato dirigirnos a usted para expresarle nuestros saludos así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (UCV), sede de Chimbote, requerimos validar los instrumentos para la recolección de datos con los cuales recogeremos la información para desarrollar nuestra investigación titulada:

**Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023**

En esta etapa es indispensable contar con la aprobación de investigadores expertos, hemos considerado conveniente recurrir a usted por su experiencia en el área para la revisión, evaluación y validación de instrumentos de investigación.

El siguiente documento que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Anexo 2
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Instrumentos

Expresamos nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, agradecemos su atención por el tiempo pertinente.

Atentamente.

Firma

Baca Guevara, Vyveka Alesandra  
D.N.I.: 71329099

Firma

Román Barreto, Luis Alfredo  
D.N.I.: 70168894

## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la tesis titulada "Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la ciudad de Chimbote, 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:	Carlos Bardales Orduña		
Grado profesional:	Maestría ( )	Doctor	(X)
Área de formación académica:	Clínica ( )	Social	( )
	Educativa (X)	Organizacional	( )
Áreas de experiencia profesional:	DOCENCIA UNIVERSITARIA		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		
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

Nombre de la Prueba:	-Encuesta dirigida a la población circundante a 4 equipamientos comerciales Chimbote 2023. -Entrevista a especialistas sobre el impacto social de los equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023. -Fichas de observación		
Autora:	Baca Guevara Vyvika Alessandra Roman Barreto Luis Alberto		
Procedencia:	Chimbote		
Administración:	Ciudadanos		
Tiempo de aplicación:	20 min		
Nombre de la prueba	Cuestionario-Encuesta	Listado de preguntas-Entrevista	Fichas de observación
Ámbito de aplicación:	Plaza de Armas de Chimbote	Medio virtual	Mercado Modelo, Centro comercial Megaplaza, Mercado 3 estrellas y supermercado Makro.
Significación:	-El cuestionario-Encuesta	-El listado de preguntas-Entrevista	-Fichas de observación que aborda las

**PRIMER INSTRUMENTO: cuestionario**
**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Percepción social
- Objetivos de la Dimensión: Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Valoración social	¿Considera usted que hay un cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales en la ciudad?	4	4	4	
	¿Cree usted que los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores y/o con discapacidades?	4	4	4	
	¿Opina usted que los mercados mencionados (Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas") reciben limpieza permanente y apropiada?	4	4	4	
	¿Considera usted que el municipio invierte en el mantenimiento y cuidado permanente de los mercados mencionados: (Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas")?	4	4	4	
	Considera usted que el aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por el clima de Chimbote, que se caracteriza por su alta humedad?	4	4	4	
	¿Considera usted que el centro comercial "Megaplaza" tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes?	4	4	4	
	¿Cree usted que la implementación del Supermercado mayorista "Makro" trajo algún beneficio a la ciudad?	4	4	4	
	¿Cree usted que el Mercado "tres estrellas" de haber tenido una mejor ubicación que la actual hubiera sido más exitoso?	4	4	4	
Opinión pública	¿Considera usted que el mercado "Modelo" presenta las condiciones como "limpieza, orden y seguridad" para atender adecuadamente a sus clientes?	4	4	4	
	¿Cree usted que los equipamientos comerciales previamente mencionados satisfacen adecuadamente las necesidades de la población?	4	4	4	
	¿Considera importante que a través de la participación ciudadana, la opinión de los pobladores puede aportar para la mejora de los mercados locales?	4	4	4	
	¿Considera usted que las razones( ubicación, costumbre, poca rentabilidad) por las que los comerciantes del mercado Progreso no se quisieron trasladar al "mercado 3 estrellas" fueron válidas ?	4	4	4	





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

¿Cree que el centro comercial "Megaplaza" ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado?	4	4	4	
¿Considera usted que el supermercado "Makro" es de fácil acceso peatonal?	4	4	4	
¿Cuáles considera que son los impactos negativos del mercado "Modelo" en el centro de Chimbote?	4	4	4	

  
Firma del evaluador

DNI 18090405

**SEGUNDO INSTRUMENTO: Listado de pregunta- Entrevista**

**Dimensiones del instrumento:**

- Dimensiones: Beneficio social y Costo social
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Beneficio directo	¿Qué cambios económicos positivos ha visto desde que se inauguró el centro comercial Megaplaza?	4	4	4	
	¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito y se considerara un "elefante blanco"?	4	4	4	
Beneficio indirecto	¿Cómo influye la competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona?	4	4	4	
	¿Cuáles son los principales beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación en la ciudad de Chimbote?	4	4	4	
	¿Qué complicaciones en cuanto al tráfico vehicular surgieron debido a la implementación del centro comercial Megaplaza ?	4	4	4	

 INVESTIGA  
UCV



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Costo directo	¿Considera usted qué si no hubieran habido problemas de accesibilidad y ubicación en el mercado 3 estrellas se podría haber generado un impacto económico positivo para la ciudad ?	4	4	4	
Costo indirecto	¿Considera que la implementación de un centro comercial altera el valor del suelo de la zona circundante ?	4	4	4	
	¿Considera usted qué desde la implementación del mercado Modelo, se han aperturado nuevos negocios comerciales circundantes?	4	4	4	

  
Firma del evaluador

DNI 18090405

**TERCER INSTRUMENTO: Fichas de observación**

**Dimensiones del instrumento:**

- Dimensiones: Formal , funcional, contextual y accesibilidad
- Objetivos de la Dimensión: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

DIMENSIONES / Ítems		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ recomendaciones
VARIABLE: Equipamiento Recreativo					
Dimensiones	Indicadores				
Formal	Estética de obra	4	4	4	
	Conceptualización	4	4	4	

 **INVESTIGA  
UCV**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Funcional	Distribución	4	4	4	
	Zonificación	4	4	4	
	Circulación	4	4	4	
Contextual	Perfil urbano	4	4	4	
	Percepción Espacial	4	4	4	
Accesibilidad	Peatonal	4	4	4	
	Vehicular	4	4	4	
	Inclusión	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI 18090405

 INVESTIGA  
UCV



## CARTA DE PRESENTACIÓN

MELISSA LECCA PONCE

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es grato dirigirnos a usted para expresarle nuestros saludos así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (UCV), sede de Chimbote, requerimos validar los instrumentos para la recolección de datos con los cuales recogeremos la información para desarrollar nuestra investigación titulada:

### **Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023**

En esta etapa es indispensable contar con la aprobación de investigadores expertos, hemos considerado conveniente recurrir a usted por su experiencia en el área para la revisión, evaluación y validación de instrumentos de investigación.

El siguiente documento que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Anexo 2
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Instrumentos

Expresamos nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, agradecemos su atención por el tiempo pertinente.

Atentamente.

Firma

Baca Guevara, Vyveka Alesandra  
D.N.I: 71329099

Firma

Román Barreto, Luis Alfredo  
D.N.I:70168894



## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la tesis titulada "Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la ciudad de Chimbote, 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:	MELISSA KATHERINE LECCA PONCE		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	( )
Área de formación académica:	Clinica ( )	Social	( )
	Educativa (X)	Organizacional	( )
Áreas de experiencia profesional:	DISEÑO ARQUITECTÓNICO - DOCENCIA UNIVERSITARIA		
Institución donde labora:	UCV		
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

Nombre de la Prueba:	-Encuesta dirigida a la población circundante a 4 equipamientos comerciales Chimbote 2023. -Entrevista a especialistas sobre el impacto social de los equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023. -Fichas de observación		
Autora:	Baca Guevara Vyveka Alessandra Roman Barreto Luis Alberto		
Procedencia:	Chimbote		
Administración:	Ciudadanos		
Tiempo de aplicación:	20 min		
Nombre de la prueba	Cuestionario-Encuesta	Listado de preguntas-Entrevista	Fichas de observación
Ámbito de aplicación:	Plaza de Armas de Chimbote	Medio virtual	Mercado Modelo, Centro comercial Megaplaza, Mercado 3 estrellas y supermercado Makro.
Significación:	-El cuestionario-Encuesta	-El listado de preguntas-Entrevista	-Fichas de observación que aborda las

**PRIMER INSTRUMENTO: cuestionario**
**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Percepción social
- Objetivos de la Dimensión: Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Valoración social	¿Considera usted que hay un cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales en la ciudad?	4	4	4	
	¿Cree usted que los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores y/o con discapacidades?	4	4	4	
	¿Opina usted que los mercados mencionados (Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas") reciben limpieza permanente y apropiada?	4	4	4	
	¿Considera usted que el municipio invierte en el mantenimiento y cuidado permanente de los mercados mencionados: (Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas")?	4	4	3	
	Considera usted que el aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por el clima de Chimbote, que se caracteriza por su alta humedad?	4	4	3	
	¿Considera usted que el centro comercial "Megaplaza" tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes?	4	4	3	
	¿Cree usted que la implementación del Supermercado mayorista "Makro" trajo algún beneficio a la ciudad?	4	4	4	
	¿Cree usted que el Mercado "tres estrellas" de haber tenido una mejor ubicación que la actual hubiera sido más exitoso?	4	4	4	
Opinión pública	¿Considera usted que el mercado "Modelo" presenta las condiciones como "limpieza, orden y seguridad" para atender adecuadamente a sus clientes?	4	4	4	
	¿Cree usted que los equipamientos comerciales previamente mencionados satisfacen adecuadamente las necesidades de la población?	4	4	4	
	¿Considera importante que a través de la participación ciudadana, la opinión de los pobladores puede aportar para la mejora de los mercados locales?	4	4	4	
	¿Considera usted que las razones( ubicación, costumbre, poca rentabilidad) por las que los comerciantes del mercado Progreso no se quisieron trasladar al "mercado 3 estrellas" fueron válidas ?	4	4	4	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

¿Cree que el centro comercial "Megaplaza" ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado?	4	4	4	
¿Considera usted que el supermercado "Makro" es de fácil acceso peatonal?	4	4	4	
¿Cuáles considera que son los impactos negativos del mercado "Modelo" en el centro de Chimbote?	4	4	4	

Firma del evaluador

DNI 44966704

**SEGUNDO INSTRUMENTO: Listado de pregunta- Entrevista**

**Dimensiones del instrumento:**

- Dimensiones: Beneficio social y Costo social
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Beneficio directo	¿Qué cambios económicos positivos ha visto desde que se inauguró el centro comercial Megaplaza?	4	4	4	
	¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito y se considerara un "elefante blanco"?	4	4	4	
Beneficio indirecto	¿Cómo influye la competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona?	3	4	4	
	¿Cuáles son los principales beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación en la ciudad de Chimbote?	4	4	4	
	¿Qué complicaciones en cuanto al tráfico vehicular surgieron debido a la implementación del centro comercial Megaplaza ?	4	3	4	



Costo directo	¿Considera usted qué si no hubieran habido problemas de accesibilidad y ubicación en el mercado 3 estrellas se podría haber generado un impacto económico positivo para la ciudad?	4	4	4	
Costo indirecto	¿Considera que la implementación de un centro comercial altera el valor del suelo de la zona circundante?	4	4	4	
	¿Considera usted qué desde la implementación del mercado Modelo, se han aperturado nuevos negocios comerciales circundantes?	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI 44966704

**TERCER INSTRUMENTO: Fichas de observación**

**Dimensiones del instrumento:**

- Dimensiones: Formal, funcional, contextual y accesibilidad
- Objetivos de la Dimensión: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

DIMENSIONES / Ítems		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ recomendaciones
VARIABLE: Equipamiento Recreativo					
Dimensiones	Indicadores				
Formal	Estética de obra	4	4	4	
	Conceptualización	4	4	4	



Funcional	Distribución	4	4	4	
	Zonificación	4	4	4	
	Circulación	4	3	4	
Contextual	Perfil urbano	4	4	4	
	Percepción Espacial	4	4	3	
Accesibilidad	Peatonal	4	4	4	
	Vehicular	4	4	4	
	Inclusión	3	4	4	

  
Firma del evaluador

DNI 44966704



## CARTA DE PRESENTACIÓN

Arq. Evelyn Alejandra Garmaza

### Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es grato dirigirnos a usted para expresarle nuestros saludos así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo (UCV), sede de Chimbote, requerimos validar los instrumentos para la recolección de datos con los cuales recogeremos la información para desarrollar nuestra investigación titulada:

### **Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la Ciudad de Chimbote, 2023**

En esta etapa es indispensable contar con la aprobación de investigadores expertos, hemos considerado conveniente recurrir a usted por su experiencia en el área para la revisión, evaluación y validación de instrumentos de investigación.

El siguiente documento que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Anexo 2
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Instrumentos

Expresamos nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, agradecemos su atención por el tiempo pertinente.

Atentamente.

Firma

Baca Guevara, Vyveka Alesandra  
D.N.I: 71329099

Firma

Román Barreto, Luis Alfredo  
D.N.I: 70168894

## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar los instrumentos de la tesis titulada "Análisis de los equipamientos comerciales y su impacto social en la ciudad de Chimbote, 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:	Edwin Alejandro Carrera Soria		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	( )
Área de formación académica:	Clinica	( )	Social ( )
	Educativa (X)		Organizacional ( )
Áreas de experiencia profesional:	Docente		
Institución donde labora:	UCV		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	( )	
	Más de 5 años	( X )	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	SI		

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Encuesta dirigida a la población circundante a 4 equipamientos comerciales Chimbote 2023. -Entrevista a especialistas sobre el impacto social de los equipamientos comerciales en la ciudad de Chimbote, 2023. -Fichas de observación		
Autora:	Baca Guevara Vyveka Alessandra Roman Barreto Luis Alberto		
Procedencia:	Chimbote		
Administración:	Ciudadanos		
Tiempo de aplicación:	20 min		
Nombre de la prueba	Cuestionario-Encuesta	Listado de preguntas-Entrevista	Fichas de observación
Ámbito de aplicación:	Plaza de Armas de Chimbote	Medio virtual	Mercado Modelo, Centro comercial Megaplaza, Mercado 3 estrellas y supermercado Makro.
Significación:	-El cuestionario-Encuesta	-El listado de preguntas-Entrevista	-Fichas de observación que abordan las



**PRIMER INSTRUMENTO: cuestionario**

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Percepción social
- Objetivos de la Dimensión: Analizar la influencia entre equipamiento comercial y el impacto social en la ciudad de Chimbote

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Valoración social	¿Considera usted que hay un cambio en el tráfico vehicular debido a la presencia de equipamientos comerciales en la ciudad?	4	3	3	
	¿Cree usted que los equipamientos comerciales están diseñados para el adecuado desplazamiento de las personas mayores y/o con discapacidades?	3	3	4	
	¿Opina usted que los mercados mencionados (Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas") reciben limpieza permanente y apropiada?	4	4	4	
	¿Considera usted que el municipio invierte en el mantenimiento y cuidado permanente de los mercados mencionados: (Mercado "Modelo" - Mercado "3 estrellas")?	3	4	4	
	Considera usted que el aspecto exterior de los equipamientos comerciales es afectado por el clima de Chimbote, que se caracteriza por su alta humedad?	4	4	4	
	¿Considera usted que el centro comercial "Megaplaza" tiene la capacidad para recibir las visitas diarias de sus clientes?	4	4	4	
	¿Cree usted que la implementación del Supermercado mayorista "Makro" trajo algún beneficio a la ciudad?	3	4	3	
	¿Cree usted que el Mercado "tres estrellas" de haber tenido una mejor ubicación que la actual hubiera sido más exitoso?	4	4	4	
	¿Considera usted que el mercado "Modelo" presenta las condiciones como "limpieza, orden y seguridad" para atender adecuadamente a sus clientes?	3	3	4	
Opinión pública	¿Cree usted que los equipamientos comerciales previamente mencionados satisfacen adecuadamente las necesidades de la población?	3	4	3	
	¿Considera importante que a través de la participación ciudadana, la opinión de los pobladores puede aportar para la mejora de los mercados locales?	4	4	3	
	¿Considera usted que las razones( ubicación, costumbre, poca rentabilidad) por las que los comerciantes del mercado Progreso no se quisieron trasladar al "mercado 3 estrellas" fueron válidas ?	4	4	3	





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

¿Cree que el centro comercial "Megaplaza" ha contribuido a mejorar la seguridad alrededor de la zona donde está ubicado?	3	4	4	
¿Considera usted que el supermercado "Makro" es de fácil acceso peatonal?	3	3	4	
¿Cuáles considera que son los impactos negativos del mercado "Modelo" en el centro de Chimbote?	4	5	4	

Firma del evaluador

DNI

32973357

**SEGUNDO INSTRUMENTO: Listado de pregunta- Entrevista**

**Dimensiones del instrumento:**

- Dimensiones: Beneficio social y Costo social
- Objetivos de la Dimensión: Evaluar el impacto social de los equipamientos comerciales de Chimbote

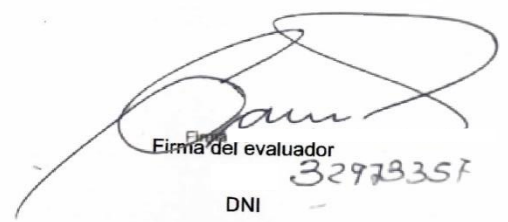
INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Beneficio directo	¿Qué cambios económicos positivos ha visto desde que se inauguró el centro comercial Megaplaza?	4	4	4	
	¿Cuáles fueron los factores que contribuyeron a que el mercado tres estrellas no tuviera éxito y se considerara un "elefante blanco"?	4	3	3	
Beneficio indirecto	¿Cómo influye la competencia comercial que introduce el supermercado mayorista Makro con respecto a los negocios locales de la zona?	4	4	3	
	¿Cuáles son los principales beneficios económicos indirectos que ha generado el centro comercial Megaplaza desde su implementación en la ciudad de Chimbote?	3	4	4	
	¿Qué complicaciones en cuanto al tráfico vehicular surgieron debido a la implementación del centro comercial Megaplaza ?	4	4	3	

**INVESTIGA**  
**UCV**



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Costo directo	¿Considera usted que si no hubieran habido problemas de accesibilidad y ubicación en el mercado 3 estrellas se podría haber generado un impacto económico positivo para la ciudad ?	3	4	4	
Costo indirecto	¿Considera que la implementación de un centro comercial altera el valor del suelo de la zona circundante ?	4	4	4	
	¿Considera usted que desde la implementación del mercado Modelo, se han aperturado nuevos negocios comerciales circundantes?	4	4	4	

  
 Firma del evaluador  
 32973357  
 DNI

**TERCER INSTRUMENTO: Fichas de observación**

**Dimensiones del instrumento:**

- Dimensiones: Formal , funcional, contextual y accesibilidad
- Objetivos de la Dimensión: Diagnosticar el estado actual de los equipamientos comerciales de Chimbote.

DIMENSIONES / Ítems		Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ recomendaciones
VARIABLE: Equipamiento Recreativo					
Dimensiones	Indicadores				
Formal	Estética de obra	4	4	3	
	Conceptualización	4	4	3	



Funcional	Distribución	4	4	3	
	Zonificación	3	3	3	
	Circulación	4	4	4	
Contextual	Perfil urbano	3	4	4	
	Percepción Espacial	4	4	4	
Accesibilidad	Peatonal	4	4	4	
	Vehicular	4	4	4	
	Inclusión	4	4	4	

  
Firma del evaluador

DNI 32973357