



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

“Arquitectura comercial como estrategia a la actividad  
agraria y económica del Distrito de Cacatachi,  
2023”

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

Arquitecta

**AUTORAS:**

Trigozo Grandez, Sandy Anita ([orcid.org/0000-0002-7542-5893](https://orcid.org/0000-0002-7542-5893))

Ramirez Bardales, Olenka Mazzarella ([orcid.org/0000-0001-6397-9664](https://orcid.org/0000-0001-6397-9664))

**ASESORES:**

Mg. Chafloque Pinedo, Luisa Enith ([orcid.org/0000-0002-0639-5571](https://orcid.org/0000-0002-0639-5571))

Mg. Campos López, Tadeo Segundo ([orcid.org/0000-0002-4743-1065](https://orcid.org/0000-0002-4743-1065))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TARAPOTO – PERÚ**

**2023**

## DEDICATORIA

“Dedicado a nuestros queridos padres, cuyo apoyo inquebrantable y valiosa educación nos han guiado en el camino hacia la culminación de esta excelente carrera. También, a nuestras amadas familias, por confiar en nosotros y permitirnos ser parte de su orgullo. Este logro es un reflejo de su amor y respaldo constante”.

Sandy Anita & Olenka Mazzarella.

## **AGRADECIMIENTO**

Especial agradecimiento a nuestros queridos docentes, cuyo apoyo inquebrantable fue fundamental para lograr la realización de esta tesis de titulación y por ser parte esencial de nuestro desarrollo profesional. Este logro es un testimonio de su compromiso y dedicación”.

Las autoras.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, CHAFLOQUE PINEDO LUISA ENITH , CAMPOS LOPEZ TADEO SEGUNDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesores de Tesis titulada:

"ARQUITECTURA COMERCIAL COMO ESTRATEGIA A LA ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONOMICA DEL DISTRITO DE CACATACHI, 2023"

", cuyos autores son TRIGOZO GRANDEZ SANDY ANITA, RAMIREZ BARDALES OLENKA MAZZARELLA, 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.

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

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

TARAPOTO, 23 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CAMPOS LOPEZ TADEO SEGUNDO <b>DNI:</b> 45973940 <b>ORCID:</b> 0000-0002-4743-1065	Firmado electrónicamente por: TCAMPOSLO el 23-12-2023 10:16:55
CHAFLOQUE PINEDO LUISA ENITH <b>DNI:</b> 45356489 <b>ORCID:</b> 0000-0002-0639-5571	Firmado electrónicamente por: CHAFLOQUEP10 el 23-12-2023 10:16:58

Código documento Trilce: TRI - 0707322



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, TRIGOZO GRANDEZ SANDY ANITA, RAMIREZ BARDALES OLENKA MAZZARELLA estudiantes de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "

"ARQUITECTURA COMERCIAL COMO ESTRATEGIA A LA ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONOMICA DEL DISTRITO DE CACATACHI, 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>
OLENKA MAZZARELLA RAMIREZ BARDALES <b>DNI:</b> 62738199 <b>ORCID:</b> 0000-0001-6397-9664	Firmado electrónicamente por: RBARDALESO el 23-12-2023 12:51:42
SANDY ANITA TRIGOZO GRANDEZ <b>DNI:</b> 74600333 <b>ORCID:</b> 0000-0002-7542-5893	Firmado electrónicamente por: TGRANDEZS16 el 23-12-2023 11:35:49

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>CARÁTULA</b> .....	i
<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>Declaratoria de Autenticidad de Asesor</b> .....	iv
<b>Declaratoria de Originalidad de Autores</b> .....	v
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	vii
<b>RESUMEN</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. MARCO TEÓRICO</b> .....	4
<b>III. METODOLOGÍA</b> .....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2. Categoría, subcategoría y matriz de categorización.....	16
3.3. Escenario de estudio .....	16
3.4. Participantes .....	18
3.5. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.6. Procedimiento.....	19
3.7. Rigor científico.....	20
3.8. Método de análisis.....	20
3.9. Aspectos Éticos.....	21
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	22
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	72
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	75
<b>REFERENCIAS:</b> .....	77
<b>ANEXO</b> .....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 01:</b> <i>Descripción de los participantes de estudio.</i> .....	18
<b>Tabla 02:</b> <i>Objetivos, Técnicas e Instrumentos.</i> .....	19
<b>Tabla 03:</b> <i>Categoría funcional, equipo técnico de la Municipalidad Distrital de Cacatachi.</i> .....	22
<b>Tabla 04:</b> <i>Categoría Funcional, especialistas de arquitectura.</i> .....	25
<b>Tabla 5:</b> <i>Categoría espacialidad parte técnica de la municipalidad del distrito de Cacatachi.</i> .....	31
<b>Tabla 6:</b> <i>Categoría Espacialidad, especialistas en arquitectura.</i> .....	33
<b>Tabla 7:</b> <i>Resultados de entrevista a los comerciantes, categoría socioeconómica.</i> .....	43
<b>Tabla 8:</b> <i>Resultados de entrevista a la población, categoría socioeconómica.</i> 44	
<b>Tabla 9:</b> <i>Resultados de entrevista a los comerciantes, categorías técnicas de comercialización.</i> .....	67
<b>Tabla 10:</b> <i>Resultados de entrevista a la población, categorías técnicas de comercialización.</i> .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> <i>Mapa referencial de la ubicación del Distrito de Cacatachi.</i> .....	17
<b>Figura 2:</b> <i>Ficha de observación de los lugares de sectores agrícola de acuerdo con la categoría socioeconómico.</i> .....	37
<b>Figura 3:</b> <i>Ficha de observación afluencia de comerciantes de acuerdo con la categoría socioeconómico.</i> .....	39
<b>Figura 4:</b> <i>Ficha de observación de informalidad de comercio agrícola de acuerdo con la categoría socioeconómico.</i> .....	40
<b>Figura 5:</b> <i>Ficha de observación de articulación de sectores rurales de acuerdo con la categoría socioeconómico.</i> .....	42
<b>Figura 6:</b> <i>Resultados de entrevista a los comerciantes, categoría socioeconómica.</i> .....	43
<b>Figura 7:</b> <i>Resultados de entrevista a la población, categoría socioeconómica.</i> .....	45
<b>Figura 8:</b> <i>Ficha de observación como comercializan sus productos agrícolas de acuerdo con la técnica de comercialización.</i> .....	49
<b>Figura 9:</b> <i>Ficha de observación de productos comerciales con mayor demanda de acuerdo con la categoría técnicas de comercialización.</i> .....	62
<b>Figura 10:</b> <i>Resultados de entrevista a los comerciantes, categorías técnicas de comercialización.</i> .....	68
<b>Figura 11:</b> <i>Resultados de entrevista a la población, categorías técnicas de comercialización.</i> .....	69

## RESUMEN

La investigación realizada abarca el tema arquitectura comercial como estrategia a la actividad agraria y económica del distrito de Cacatachi, 2023, como objetivo general determinar de qué manera la arquitectura comercial sería una estrategia a la actividad agraria y económica del distrito de Cacatachi, 2023. La metodología empleada tipo básica descriptiva de diseño de estudio de casos, con un enfoque cualitativo. Dentro de los resultados se revelaron el déficit de una arquitectura comercial de un mercado de abastos, además, sectores rurales agrícolas, entre ellos: Rumizapa, Chirapa, Pachilla que cuentan con productos principales como: Legumbres y cítricos, por consiguiente, el comercio ambulante se manifiesta en las calles pavimentadas, plazas y veredas, generando obstáculos para la circulación y contribuyendo a un eventual desorden con el paso del tiempo. Esta investigación concluye conforme a los resultados que las características de un equipamiento de mercado de abastos deben ser aspectos formales como funcionales, de tal modo sean ventilados e iluminados, incluyendo un diseño sustentable que estén acorde a la tipología y al plan de desarrollo urbano de la localidad, beneficiando mejorar el confort a la población del Distrito de Cacatachi.

**Palabras clave:** Mercado de abastos, producción agrícola, desarrollo económico.

## **ABSTRACT**

The research covered commercial architecture as a strategy for agricultural and economic activity in the district of Cacatachi, 2023, as a general objective to determine how the commercial architecture would be a strategy to the agricultural and economic activity of the district of Cacatachi, 2023. The methodology used is the basic descriptive type of case study design, with a qualitative approach. Among the results were revealed the deficit of a commercial architecture of a food market, in addition, rural agricultural sectors, among them: Rumizapa, Chirapa, Pachilla that have main products such as: Legumes and citrus fruits, Consequently, the street trade manifests itself in paved streets, squares and sidewalks, generating obstacles to circulation and contributing to an eventual disorder with the passage of time. This investigation concludes according to the results that the characteristics of a supply market equipment must be both formal and functional aspects, so that they are ventilated and illuminated, including a sustainable design according to the typology and urban development plan of the town, benefiting the population of Cacatachi District.

Keywords: Food market, Agricultural production, Economic development.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, el mercado de abastos desempeña una función económica vital, siendo el epicentro de la transacción comercial de productos agrícolas, además constituye un nexo esencial que conecta directamente a productores y consumidores.

Según las estadísticas al nivel mundial, la Organización de las Naciones Unidas para alimentación y la agricultura (FAO) indica que el crecimiento de la actividad agraria en el mercado de abastos internacional se ha estimado en un 2,5% anual durante la última década. Esta cifra se ha visto impulsada por un mayor crecimiento en los países en desarrollo, donde la población está creciendo rápidamente y los ingresos están aumentando, así mismo en la Unión Europea y los Estados Unidos representaron conjuntamente el 53% de las exportaciones agrícolas a nivel mundial. En las últimas décadas, la participación del Tercer Mundo en estas exportaciones disminuyó del 40% al 30%. Para 2017, los PMD ya destinaban más del doble en importaciones agrícolas que lo que obtenían por sus exportaciones, representando estas importaciones alrededor del 25% de sus importaciones totales.

En 1996, Perú contaba con un total de 1,097 mercados, incluyendo tanto mayoristas como minoristas, con un conjunto de 155,765 puestos de venta. Para el año 2016, se evidenció un incremento significativo, alcanzando la cifra de 2,621 mercados y 328,946 puestos de venta. Sin embargo, cabe destacar que solo el 54.2% de estos mercados cuenta con instalaciones que cumplen con los estándares adecuados de infraestructura (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017).

Hernández (2018) destaca la importancia crucial de la infraestructura en la conformación de una arquitectura comercial efectiva. Este elemento, que sirve como el espacio físico para la comercialización de bienes y servicios, debe adaptarse a los cambios temporales, contextuales, económicos y culturales de la sociedad en la que se encuentra. La interacción armoniosa de estos elementos no solo proporciona beneficios significativos para aquellos directamente involucrados, sino que también repercute en la imagen urbana y, por ende, en la calidad de vida de la población en general, como señala (Cotado, 2019).

En la región San Martín la conducta económica de la actividad productiva agropecuaria, tiene como característica la relevante participación de cultivos con importancia comercial y elevados consumos masivos de la población, siendo también jornadas rurales de mayor tiempo. De manera que se desarrollan actividades encaminadas a restaurar la estructura productiva, dando mayor énfasis en el desarrollo y transformación de productos agrícolas con mayores oportunidades de comercialización y mejor acceso a los mercados (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2018).

En la actualidad, en el Distrito de Cacatachi, se ha experimentado un notable aumento en la productividad comercial, especialmente en los sectores rurales durante los últimos años. Este incremento subraya la importancia de intensificar el interés en el seguimiento y análisis de la problemática relacionada con el déficit de equipamiento comercial y el desarrollo urbano en la mencionada localidad. Este problema se intensifica con el aumento del comercio ambulatorio, una consecuencia directa del déficit en el mercado de abastos. La ausencia de un espacio adecuado para la comercialización de productos agrícolas ha dado lugar a la proliferación de vendedores ambulantes. Aunque estos comerciantes buscan subsistir en un entorno económico adverso, su presencia contribuye a la saturación del espacio público, ocupando veredas, pistas pavimentadas y plazas. Este fenómeno no solo genera una notable falta de orden, sino que también impulsa un crecimiento desorganizado en la ciudad.

Es así que, se formula como problema general: ¿De qué manera la arquitectura comercial sería una estrategia a la actividad agraria y económica Distrito de Cacatachi 2023?, Además los problemas específicos: ¿Cuáles son las características funcionales para el diseño de un mercado de abastos en el distrito de Cacatachi?, ¿Cuáles son las características espaciales para el diseño de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?, ¿Cuáles son los aspectos sociales de la actividad agraria del Distrito de Cacatachi?, ¿Cuáles son las técnicas de comercialización agraria del Distrito de Cacatachi?.

El presente estudio de investigación se justificó por conveniencia, debido al déficit del mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi, donde la actividad agrícola desempeña un papel fundamental en el desarrollo local, es particularmente relevante porque la falta de un mercado está directamente

relacionada con el gran potencial de la actividad agrícola en la región y por ende el desarrollo del distrito; desde su relevancia social, la arquitectura comercial radica en su capacidad para impulsar la exportación nacional, especialmente en el ámbito de la producción agrícola. Su propósito es generar un impacto positivo no solo en la seguridad alimentaria, sino también en la creación de empleo y el desarrollo económico sostenible del distrito.

En cuanto a sus implicaciones prácticas, el enfoque de arquitectura comercial de mercado de abastos como estrategia a la actividad agraria y económica, es esencial que la planificación de los espacios en el mercado de abastos incorpore puestos, zonas y pasillos amplios, en estricta conformidad con las pautas estipuladas en el reglamento, esto garantizará el cumplimiento de los niveles requeridos en términos de higiene, eficiencia y confort tanto para los comerciantes como para los clientes. Por otro lado, su valor teórico, contribuirá con teorías y perspectiva de autores sustanciales que respalden de manera científica el tema objeto de investigación, además, estas teorías podrían ser aplicadas en investigaciones adicionales vinculadas a la arquitectura comercial como estrategia para potenciar la actividad agraria. Por consiguiente, en su utilidad metodológica, se sugiere emplear fichas de observación, análisis de casos y entrevistas como instrumentos para recopilar información esencial en una investigación efectiva. Estas herramientas son versátiles y pueden ser aplicadas en diversos estudios.

Así mismo, se tiene como objetivos los siguientes, como objetivo general Determinar de qué manera la arquitectura comercial es una estrategia en la actividad agraria y económica del Distrito de Cacatachi 2023; como objetivos específicos: Conocer las características funcionales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi, conocer las características espaciales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi, identificar los aspectos socioeconómicos de la actividad agraria del Distrito de Cacatachi, Conocer las técnicas de comercialización agraria del Distrito de Cacatachi.

## II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de la presente investigación, hemos analizado los antecedentes nacionales e internacionales, enfocado en tesis, artículos científicos y libros que ayudaran a determinar el valor teórico de las variables.

A nivel internacional, Dunin (2021) en su artículo titulada, Análisis y Soluciones para el Déficit del Mercado de Abastos en Salamanca, Madrid. Su objetivo fue analizar las características de un mercado de abastos en Salamanca, Madrid. En cuanto a su metodología, se realizó investigación de enfoque cualitativa, con la descripción de las características para un mercado. Por lo que en sus resultados expresa que es esencial que el mercado garantice una circulación externa eficiente, requiriendo una integración efectiva con la trama urbana y el sistema vial. Esta integración implica una conexión adecuada con vías amplias para facilitar un acceso y movimiento adecuados tanto para peatones como para vehículos. Por lo tanto, es necesario realizar un análisis exhaustivo de las vías cercanas y del flujo de tráfico en las proximidades del mercado. Por lo que se concluye que, la eficiencia y éxito de un mercado se encuentran intrínsecamente ligados a su capacidad para asegurar una circulación externa fluida. La integración efectiva con la trama urbana y el sistema vial desempeña un papel crucial en este aspecto. La necesidad de una conexión adecuada con vías amplias subraya la importancia de facilitar tanto el acceso como el movimiento tanto para peatones como para vehículos.

Asimismo, Esquivel (2019) en su investigación titulada, Técnicas de comercialización y diversificación de cultivos para exportación en el sector agroalimentario en México, tuvo como objetivo investigar las técnicas de mercadeo y diversificación de cultivos de exportación en el sector agroalimentario de México. En lo que respecta la metodología, fue de un estudio descriptivo y de enfoque cualitativo. Conforme a los resultados, demostraron diferentes técnicas de comercialización como la venta de productos en días estratégicos, seleccionando cuidadosamente los momentos para maximizar la visibilidad y la demanda; también participación en ferias de agricultores o eventos comunitarios para establecer conexiones directas con los consumidores y

además la diversificación de cultivos que están relacionados con los actores involucrados en el proceso de producción. Es así, que tuvo como conclusión, que en México existen políticas establecidas por el propio estado que definen técnicas de comercialización específicos para el sector agrícola.

Respecto a Bracamonte, (2019) en su artículo titulada: Propuesta arquitectónica del mercado municipal de San Juan La Laguna, Solola, Guatemala. Su objetivo Promover en el progreso comunitario mediante una propuesta de diseño arquitectónico para el mercado municipal, enfocada en mejorar la comercialización. La metodología de la investigación es de enfoque cualitativo de tipo básica, así mismo con Los resultados revelan la problemática derivada de la ausencia de planificación en un mercado, así como las 28 actividades económicas informales que los residentes emprenden para cubrir sus necesidades básicas. De esta manera, congestionan las vías vehiculares y peatonales al formar grupos para vender sus productos, transformando el área en un mercado informal sin instalaciones ni servicios esenciales para comerciantes y visitantes, generando preocupaciones de salud e inseguridad. En conclusión, esta investigación contribuye al cumplimiento de los estándares urbanos al proponer criterios apropiados en el diseño y establecimiento de diversas tipologías comerciales, específicamente en el caso de un mercado, para asegurar su eficiente funcionamiento.

En el entorno nacional, Medina, (2020) en su artículo titulado: Mercado de Abastos en San Juan de Miraflores, Lima. como objetivo de la investigación, Promover el desarrollo agrícola de un mercado local minorista, con áreas diseñadas para encuentros y disfrute, con el objetivo de fomentar la integración social en la comunidad y fortalecer el sentido de identidad y apego a un espacio compartido, su metodología empleada fue de enfoque cualitativo tipo descriptivo. Los resultados indican una evolución positiva en el ámbito agrícola del mercado local minorista, destacando beneficios tanto para los productores como para los consumidores y la comunidad en general, mejorando la diversidad de los productos, también generando impacto positivo en la economía y además de fortalecer los vínculos con agricultores locales. Se concluye atender las

necesidades esenciales de abastecimiento, al mismo tiempo que desempeña la función de espacio público urbano necesario para el distrito. Esto busca instaurar un sentimiento de comunidad y afecto hacia un espacio compartido. En consecuencia, la propuesta abre la puerta a una serie de estudios para el desarrollo de un nuevo concepto de mercado de abastos.

Asimismo, Niquen (2019) En su maestría presentó propuestas para la construcción de los catalizadores comerciales de la ciudad y la remodelación del mercado central de la ciudad de Chiclayo. en la Universidad César Vallejo de Lima. Su propuesta tiene como objetivo proponer un catalizador en las ciudades para cambiar el mercado central de Chiclayo en temas planteados en su investigación. En la metodología de investigación adopta un enfoque cualitativo y descriptivo simple con la intención de proponer un catalizador destinado a transformar el mercado central de Chiclayo, actuando como motor de cambio en la dinámica urbana de la ciudad. Cerca de 8 mil vendedores ambulantes operan dentro y fuera del mercado sin supervisión alguna, dando origen a dificultades relacionadas con la informalidad y cuestiones funcionales que afectan la circulación tanto peatonal como vehicular. Problemas adicionales incluyen cuestiones de contaminación y seguridad, lo que ha resultado en la percepción del mercado como una zona notablemente conflictiva. Como parte de la investigación los resultados, se planteó un modelo de Catalizador Urbano Arquitectónico, se concluye impulsar la reforma comercial del mercado, transformándolo en un referente regional en términos de equipamiento comercial, logrando mejorar las relaciones externas e internas con nuevos espacios públicos internos y eliminar estos focos de aumento informal y el desorden vial en las calles.

Por lo tanto, Failoc, (2019) en su artículo titulado: Dinamismo comercial como modelo estructural para el mercado comercial feria Balta, Chiclayo. Tiene como objetivo general, desarrollar un modelo para la estructuración de la dinámica comercial para un mercado comercial feria Balta, asimismo, su método de investigación se adoptó con un enfoque cualitativo, tipo básica. Se obtuvieron los siguientes resultados que indican que los espacios interiores de los stands o establecimientos deben ser iluminados con luz artificial durante las horas de

funcionamiento del mercado. Además, se identificaron deficiencias y alteraciones en los nodos internos de un mercado, como la discontinuidad de conexiones, stands subvaluados económicamente en zonas estratégicas del mercado y áreas de transición con baja interacción comercial, por consiguiente, se detectaron áreas de servicios complementarios con una interacción comercial limitada.

Esta investigación ha generado conclusiones significativas, entre las cuales destaca la identificación de un conjunto de hechos observables que facilitaron la ejecución de una investigación coherente. Además, se han propuesto estrategias de diseño comercial que abarcan tanto los aspectos formales como los funcionales. Se sugiere una disposición lineal para optimizar el funcionamiento, con una composición rectangular que incorpora ejes principales y secundarios para lograr un flujo integrado entre los espacios. Asimismo, se planteó un sistema de red con el propósito de mejorar el dinamismo comercial actual. En última instancia, se logró desarrollar con éxito un modelo para la estructuración de la dinámica comercial en el mercado Feria Balta.

Asimismo, Armas (2019) En su mencionado trabajo: Nuevo Mercado Minorista en la Ciudad de Ilo en Moquegua, para la carrera profesional de arquitectura, aborda el proyecto de crecimiento del mercado comercial de manera ordenada y sencilla, aceptando plenamente a los habitantes de la ciudad de Ilo. El objetivo es ampliar los servicios urbanos y aumentar la productividad alimentaria, al mismo tiempo que se mejora la reorganización del comercio informal. Siendo una metodología de enfoque cualitativo básica.

Los resultados obtenidos señalaron la necesidad de implementar una nueva infraestructura de arquitectura comercial como respuesta a la informalidad existente. Este hallazgo destaca la importancia de abordar las deficiencias en la estructura actual para mitigar los problemas derivados de la operación informal.

Se llegó a la conclusión de implementar un equipamiento comercial de mercado para abordar las carencias existentes la cual permitirá la integración del desarrollo de la arquitectura local en el entorno esto permite que el mercado se

transforme en un hito arquitectónico, caracterizado por modernas instalaciones que han introducido significativos avances tecnológicos a la ciudad.

Además, Torres (2017) En su tesis titulada, Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la Avenida España del distrito de Trujillo, su objetivo es identificar los impactos generados por el comercio informal a raíz de la falta de equipamientos comerciales ambulatorio que contribuyen al deterioro del espacio público en la avenida España, ubicada en el distrito de Trujillo. Asimismo, su metodología es de enfoque cuantitativo, el tipo no experimental y de diseño correlacional transeccional causal. El resultado de investigación es la invasión del espacio público, la contaminación del espacio, la obstaculización de vías, el cambio de uso del suelo, la tugurización de las actividades económicas y la congestión vehicular son los efectos producidos por el comercio informal ambulatorio por el déficit de establecimientos comerciales que inciden significativamente. De tal manera, se concluyó que estos impactos se derivan directamente del déficit de establecimientos comerciales formales. La presencia desregulada de vendedores ambulantes ha incidido de manera significativa en el deterioro del entorno urbano, destacando la necesidad de intervenciones y políticas efectivas para abordar estos desafíos y restablecer la calidad del espacio público en la avenida España.

En el entorno Regional, la investigación realizada por Cachique (2021), tuvo como tesis titulada, Análisis del comercio informal para la propuesta de un Mercado Minorista en la ciudad de Bellavista, Región San Martín, su objetivo de la investigación, Analizar el comercio informal y determinar criterios de diseño arquitectónico para la propuesta de un Mercado Minorista en la ciudad de Bellavista, Región San Martín. Por lo tanto, su metodología que se empleó en la investigación es cualitativo donde se utilizaron los pasos o métodos esenciales de una investigación, de la misma manera que se describieron los déficits en el mercado minorista, el tipo de investigación es básica y diseño descriptivo simple.

Como resultados, se orientó hacia la creación de un mercado que opere de manera eficiente, garantizando la ejecución ordenada y fluida de las actividades

comerciales. Además, Se llegó a la conclusión de que el comercio informal influye en el análisis de los criterios de diseño para el mercado, donde se determinan la importancia de integrar la funcionalidad del proyecto con la noción de interacción entre la población. Por este motivo, se pretende desarrollar espacios que satisfagan las necesidades de los consumidores.

En lo que respecta el contexto de la investigación, conforme las bases teóricas de diversos autores. La Arquitectura Comercial, de mercado de abastos como lo menciona García (2019), hace referencia al equilibrio entre la estética, la funcionalidad y la capacidad de un espacio comercial para atender a los negocios y, sobre todo, al comercio comunitario en todas sus dimensiones. Asimismo, la arquitectura comercial de mercado de abastos busca optimizar la disposición de puestos de venta, la circulación de personas, la ventilación, la iluminación y otros aspectos relevantes para generar un ambiente propicio para la actividad comercial. Además, se considera la incorporación de infraestructuras y servicios necesarios para garantizar la calidad y frescura de los productos, así como la comodidad y seguridad de quienes participan en el proceso de compra y venta (Moxon, 2022).

Por ende, la arquitectura comercial de un mercado de abastos aborda la concepción y diseño de espacios que no solo cumplen con las necesidades funcionales del comercio, sino que también contribuyen a la experiencia positiva de los usuarios y a la promoción de la actividad económica local incluyendo actividades comerciales en el mercado de alimentos donde los agricultores venden sus productos directamente a los consumidores (Hoyos, 2018).

En el contexto urbano, la elección de la ubicación para un mercado conlleva una serie de consideraciones fundamentales, incluyendo aspectos geográficos y la oferta específica que el mercado puede proporcionar. La búsqueda de una ubicación estratégica implica diferenciarse de la competencia cercana y ofrecer algo único a los consumidores, trascendiendo la accesibilidad, además, implica una integración consciente con los planes y objetivos de desarrollo de la localidad. Por consiguiente, esta alineación no solo asegura el éxito del mercado, sino que también fomenta un crecimiento económico y social sostenible,

posicionando al mercado como un componente integral y dinámico de la comunidad (Moxon, 2022).

En el proceso de planificación y diseño de un mercado de abastos minorista, la accesibilidad surge como un factor crucial. Este concepto va más allá del mero acceso físico, abarcando también la capacidad de vehículos comerciales y civiles para ingresar y salir de la carretera de manera eficiente, evitando congestiones y problemas de tráfico. Un flujo de circulación fluido no solo garantiza la movilidad eficaz de las personas, sino que también facilita la interacción con el entorno. Adicionalmente, se busca que los espacios interiores se integren de manera armoniosa con los entornos exteriores e interiores adyacentes. La utilización de desniveles se contempla estratégicamente para permitir la relación visual entre las diversas zonas, creando así una continuidad que contribuye a una experiencia más cohesionada y funcional. Este enfoque integral en la accesibilidad, busca optimizar la interacción y el movimiento de las personas en el mercado (Seiz, 2022).

La distribución de los puestos en un mercado desempeña un papel fundamental en su funcionalidad y eficacia. Esta distribución se planifica estratégicamente para mejorar tanto la experiencia para los comerciantes y consumidores. Asimismo, se adoptan diversas características que aseguran un funcionamiento óptimo del mercado. Entre ellas, la disposición de los puestos según categorías de productos, facilitando la búsqueda para los consumidores y agilizando la reposición por parte de los comerciantes. También, se asignan áreas específicas para diferentes tipos de productos, tales como productos frescos, carnes, pescados, productos secos, entre otros. Esta segmentación contribuye a una organización clara y ordenada, optimizando el proceso de compra y venta. Adicionalmente, se establece una disposición que permite un flujo integrado entre los espacios (Viena, 2017).

Dentro de la normativa, trata temas comerciales y hace referencia al criterio A 0.70, que indica que las edificaciones comerciales están destinadas al desarrollo de actividades encaminadas a la comercialización de bienes o servicios. El tipo de regulación orientada al mercado también se puede encontrar en el ámbito comercial. Además, menciona que un mercado minorista es una instalación

donde los comerciantes se distribuyen en puestos y venden pequeñas cantidades de productos agrícolas a usuarios finales, como recursos hídricos y alimentos, así como productos de limpieza personal y del hogar. También dice que se debe considerar un estudio de impacto de la carretera para proporcionar soluciones de salida y tráfico vehicular sin afectar las operaciones de la vía de acceso, siendo referente al Reglamento Nacional de Edificación (R.N.E.), por lo que los edificios comerciales requieren luz natural o artificial para garantizar que los productos que se venden sean claramente visibles sin alterar las condiciones naturales.

De tal modo que, en el ámbito de la modulación espacial, se destaca su relevancia fundamental al momento de dotar de equipamiento al mercado minorista. Se trata de una estrategia de diseño que posibilita la creación de una organización coherente y eficiente dentro del mercado. Cada módulo puede ser diseñado para atender a un tipo específico de producto o servicio, como frutas, verduras o comestibles, permitiendo una disposición ordenada y segmentada. Este enfoque modular no solo optimiza la disposición espacial, sino que también mejora la experiencia del consumidor al brindar una estructura clara y organizada (Espinoza, 2022).

Asimismo, en el contexto de la intención espacial, se persigue mejorar la calidad de la atención al cliente mediante la creación de espacios amplios que aseguren flujos de circulación eficientes, como la ventilación adecuada, la iluminación óptima y el ordenamiento eficaz son aspectos fundamentales que se buscan incorporar. La intención es proporcionar un entorno que no solo sea atractivo visualmente, sino que también facilite la experiencia de compra y venta, creando un ambiente cómodo y funcional para todos los involucrados. La disposición estratégica de los espacios se orienta a lograr una interacción fluida entre comerciantes y clientes, contribuyendo así a una experiencia global positiva en el mercado (Figueroa. 2018).

El diseño arquitectónico del mercado requiere cuidadosas consideraciones en cuanto a dimensiones y elementos de diseño para asegurar su funcionalidad,

comodidad y cumplimiento de las normativas aplicables. Este proceso implica realizar investigaciones exhaustivas, conceptualizar ideas innovadoras, idear soluciones eficientes, representar gráficamente el proyecto y elaborar planos detallados. Se busca no solo satisfacer las necesidades espaciales y operativas del mercado, sino también integrar elementos estéticos que contribuyan a su atractivo visual y armonía con el entorno urbano. La atención meticulosa a cada detalle durante el diseño arquitectónico es esencial para lograr un mercado que no solo sea práctico, sino también estéticamente agradable y cumplidor de los estándares normativos (Figuroa, 2018).

En tal sentido, la actividad agraria y económica sostiene de manera social ya que los mercados minoristas no sólo son considerados de ámbito comercial, sino que también trasciende al campo urbanístico por su impacto en la trama de una ciudad, Figuroa (2018). Por consiguiente, Armas (2016) menciona que la principal función de un mercado de abastos en lo social es la comercialización de productos de acuerdo a la demanda de la población, su localización y accesibilidad. Sin embargo, la económica social de mercado de abastos, no agrupa a las instituciones que buscan beneficio, sino aquellos productores de alimentos con el fin de satisfacer sus necesidades del comprador y el vendedor, (Roig, 2019).

En los sectores agrícolas rurales, se destacan diversos lugares de producción que están interconectados, formando un tejido vital para la actividad agraria. Estos lugares no solo son centros de cultivo, sino también puntos clave para la recolección y distribución de los productos agrícolas que sustentan la economía local. Además, la interconexión de estos lugares agrícolas crea una red que abarca desde campos de cultivo y huertos. Esta red contribuye al desarrollo sostenible de la agricultura al facilitar la integración eficiente de los diversos procesos agrícolas, desde la siembra hasta la comercialización. La colaboración entre estos lugares promueve una cadena productiva robusta y fortalece la economía agrícola en la comunidad. Teniendo en cuenta que, una circunstancia comparable se da para los pequeños productores minoristas que participan en estas formas de comercialización para competir con grandes productores, ya que

cada uno asume un rol en función de sus intereses y objetivos (López, 2022).

La ausencia de mercados de abastos adecuados y la falta de una estructura urbana planificada generan un escenario propicio para el aumento de la informalidad en el comercio ambulatorio. Esta falta de regulación y planificación afecta directamente a los productores, quienes se ven limitados en su capacidad para desarrollar y expandir sus negocios de manera estable y segura. La implementación de mercados adecuados y una planificación urbana integral se presenta como una solución necesaria para abordar esta problemática y propiciar un entorno propicio para el desarrollo sostenible del comercio local (Apolinario, 2019).

Por lo tanto, es importante identificar las estrategias que se deben tomar respecto del mercado minorista para responder a las necesidades del mercado de manera consistente y asegurar que la sociedad cuente con un sistema organizacional urbano, según Keller (2016). Para prevenir la informalidad en la comercialización de alimentos, un aspecto esencial en la vida humana, es crucial abordar la modalidad de comercio ambulatorio que surge como consecuencia de una deficiente planificación de los mercados de abastos por parte de las municipalidades. Con el propósito de frenar la expansión descontrolada de la informalidad en los mercados, es fundamental implementar mecanismos accesibles para todos los comerciantes. Esto se puede lograr mediante programas específicos, incentivos dirigidos al ordenamiento vial y la mejora de la infraestructura de los puestos en los mercados minoristas. Estas características deben incluir aspectos como la eficiencia en la distribución de espacios, la facilidad de acceso, la seguridad y la promoción de prácticas comerciales ordenadas (Salinas, 2016).

Las técnicas de comercialización son conjuntos de estrategias y acciones planificadas que tienen como objetivo impulsar la venta de productos o servicios. En el contexto de un mercado de abastos, estas técnicas son esenciales para promover la visibilidad y la demanda de los productos agrícolas ofrecidos, además, destacar visualmente los productos mediante una presentación ordenada y atractiva puede captar la atención de los consumidores. El uso de colores, etiquetas informativas y exhibiciones creativas puede ser beneficioso,

ser partícipes en ferias, festivales u otros eventos locales brinda la oportunidad de interactuar directamente con la comunidad y promocionar los productos. Asimismo, cabe señalar, que se debe brindar charlas de información o capacitaciones a los agricultores, para el desarrollo de estas nuevas técnicas de producción agrícola, para el mejoramiento de los sembríos y una mejor distribución de alimentos y la mayor demanda en producción (Cuevas, 2017).

Abordar estratégicamente la comercialización en lugares inapropiados y la elección de mobiliario adecuado contribuirá significativamente a mejorar la presentación y venta de productos, creando un entorno favorable tanto para los comerciantes como para los consumidores. De tal manera, el uso de mobiliario adecuado también desempeña un papel fundamental en la comercialización efectiva, mobiliarios como estantes, mesas y expositores deben ser funcionales, duraderos y estéticamente atractivos. La disposición estratégica de estos elementos facilita la exhibición de productos de manera organizada y atractiva, incentivando la compra por parte de los consumidores (Saúl, 2016).

Finalmente, los productos con mayor demanda no solo determinan el precio y la cantidad, también indica la asignación eficiente de recursos escasos en la economía. Por consiguiente, si un producto o servicio tiene una gran demanda, indica que se deben utilizar recursos para la producción. El juego de la oferta y la demanda del mercado es crucial en una economía de mercado, ya que proporciona información clave sobre cómo asignar recursos de manera eficiente para satisfacer las necesidades de la sociedad (Arboleda,2021).

En este contexto, el mercado de abastos es un concepto que engloba un espacio comercial dedicado a la compra y venta de productos alimenticios y otros bienes de consumo. Este tipo de mercados se caracteriza por reunir a diversos comerciantes y agricultores que ofrecen una amplia variedad de productos frescos, como frutas, verduras, carne, pescado, lácteos y otros productos alimenticios básicos (Castro, 2017).

La actividad agraria se refiere al conjunto de acciones y operaciones relacionadas con la producción, cultivo y explotación de la tierra para obtener productos agrícolas. Esta actividad abarca un amplio espectro de tareas que

involucran la preparación del suelo, la siembra, el cultivo, la cosecha y la comercialización de productos provenientes de la agricultura (Tawifk,2017).

La funcionalidad es esencial para el diseño arquitectónico exitoso, ya que asegura que los espacios no solo sean estéticamente agradables, sino también prácticos y eficientes para satisfacer las necesidades y actividades de los usuarios (De La Cruz, 2019, pg.57).

La espacialidad arquitectónica se conceptualiza como un objeto creado por el ser humano para la realización de actividades productivas, donde se valora tanto la intervención humana en el diseño como la adaptabilidad del espacio a condiciones específicas. Además, se centra en cómo los volúmenes, las formas y las funciones se relacionan entre sí para crear una experiencia espacial única. Este concepto implica considerar cómo las personas perciben y se mueven dentro de un entorno arquitectónico, así como la manera en que dicho entorno influye en sus emociones y comportamientos (Porto, G, 2018).

### **III. METODOLOGÍA**

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

**3.1.1 Tipo de Investigación:** La investigación fue de tipo descriptiva, con un enfoque cualitativo. Porque cubre los aspectos sociales de las variables de la arquitectura comercial, como también la actividad agraria y económica. La investigación cualitativa muestra que es esencialmente una comprensión de los fenómenos, aprendiendo sobre ellos desde la perspectiva de los participantes y su entorno natural. Por lo tanto, tales estudios son principalmente análisis de hechos basados en la experiencia de los observadores (Hernández, 2017).

**3.1.2 Diseño de investigación:** El diseño es estudio de casos es identificar y conocer las características de la arquitectura comercial y su estrategia en la actividad agraria y económica. Estos diseños no implican manipulación aleatoria de variables. Se observa y documenta lo que sucede naturalmente en el entorno real. Este diseño de investigación captura las experiencias de los sujetos al estudiar su entorno natural para comprender las causas de los problemas actuales (Bell, 2018).

#### **3.2. Categoría, subcategoría y matriz de categorización**

A través del presente estudio, se muestra las siguientes variables, categorías y subcategorías.

Variable independiente: Arquitectura comercial.

Para esta variable se consideraron las siguientes categorías: Funcional y sus subcategorías: Ubicación, accesibilidad, distribución. En Espacialidad tiene como sub categorías: Dimensión y diseño.

Variable dependiente: Actividad agraria y económica.

En esta variable se calificaron las siguientes categorías: Socioeconómico y sus subcategorías: sectores rurales agrícolas, afluencia de los comerciantes, informalidad, articulación de sectores rurales. En técnicas de comercialización como comercialización, productos comerciales con mayor demanda.

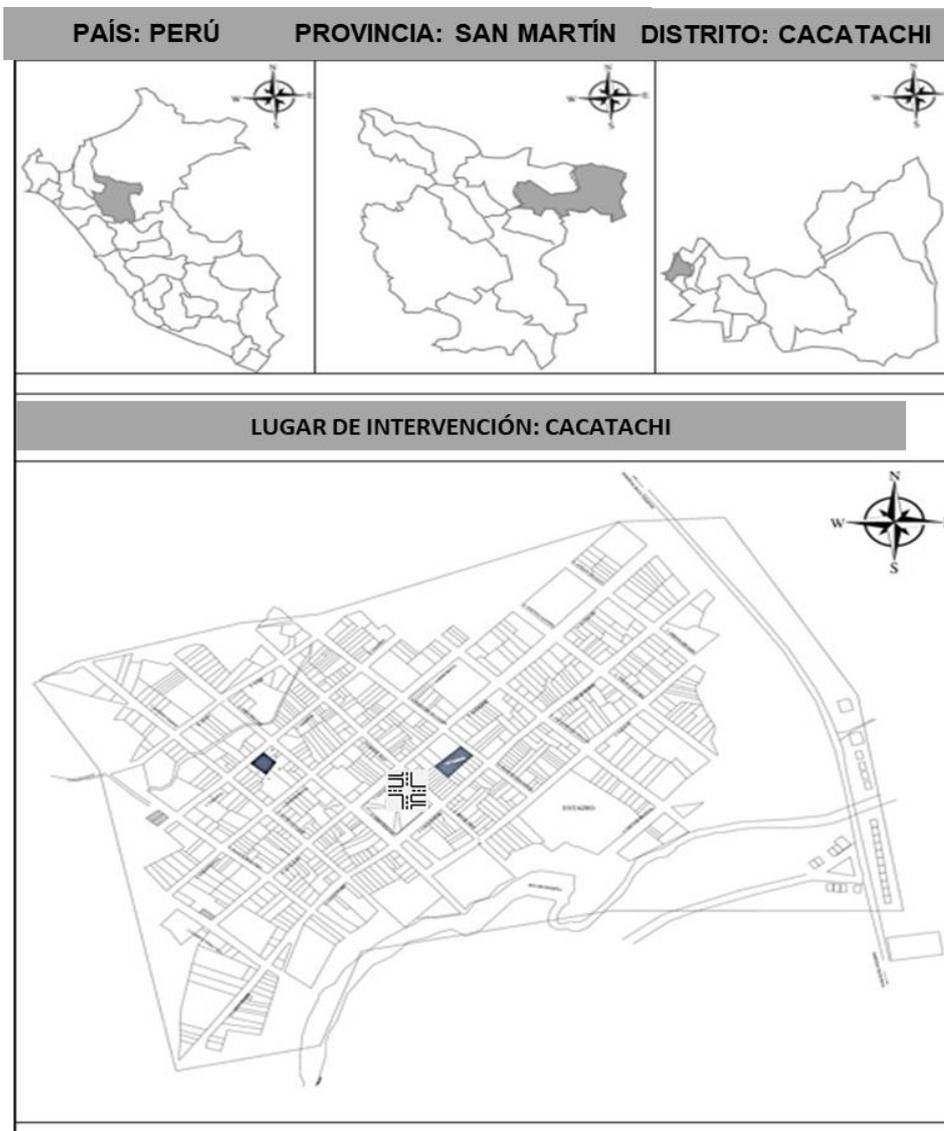
#### **3.3. Escenario de estudio**

Otro punto fundamental a comprender es el escenario de nuestro análisis. Nos centraremos en aquello ya que es el entorno en el cual se presentan ciertas

funcionalidades. Este contexto geográfico y demográfico proporciona la base para comprender las dinámicas y desafíos específicos que enfrenta el Distrito de Cacatachi en relación con la investigación sobre la arquitectura comercial y su impacto en la actividad agraria y económica local.

Está ubicado en el Distrito de Cacatachi, al nororiente del Perú, A lo largo de los años, la población del distrito de Cacatachi ha experimentado un aumento constante, alcanzando 3604 habitantes el censo realizado en 2017, indica que limita por el Norte: Con la provincia de Lamas y la región Loreto, Sur: Con la región Loreto y la provincia de Picota Este: Con la región Loreto y Oeste: Con la provincia de Lamas.

**Figura 1:**  
Mapa referencial de la ubicación del Distrito de Cacatachi.



*Fuente:* Elaboración propia.

### 3.4. Participantes

El Distrito de Cacatachi tiene una población total de 3,604 habitantes, de los cuales 38 son comerciantes. Puesto que se realizará aplicación de entrevistas a 15 comerciantes que ofrecen una variedad de productos, legumbres y cítricos. Estos comerciantes operan en las vías principales que se han formado alrededor de la plaza del distrito y en su entorno, incluyendo los Jirones: San Martín, Simón Bolívar y Miguel Grau.

Además, se entrevistó a 30 pobladores del Distrito de Cacatachi, en la cual se incluyeron en el estudio al personal de las áreas correspondientes de la municipalidad de Cacatachi, que se llevó a cabo entrevistas con tres de ellos como parte de la investigación.

**Tabla 01:**

*Descripción de los participantes de estudio*

<b>TÉCNICA</b>	<b>PARTICIPANTES</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Entrevista	Ing. Civil Ing. Ambiental Economista	Parte técnica de la Municipalidad del Distrito de Cacatachi
Entrevista	2 arquitectos	Especialistas en Arquitectura
Entrevista	15 comerciantes	Diferentes rubros de producción: Hortalizas y plantación
Entrevista	30 pobladores	Pobladores del Distrito de Cacatachi

*Fuente:* Elaboración propia.

### 3.5. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica se basa en los criterios básicos, que son de gran utilidad como documentos que no cuentan con un instrumento medible; donde se tiene fichas de recolección de datos precisos en tiempo real y que no es necesario la alteración de información obtenida. Como también existen autores de

investigaciones que prefieren u optan por aplicar cuestionarios para así obtener resultados estadísticos (Torres, 2018).

En la investigación se utilizó entrevistas, guías de observación que fueron de utilidad en la obtención de información directa.

**Formato de entrevista:** Se entrevistó a los profesionales que pertenecen a la parte técnica de la Municipalidad Distrital de Cacatachi y especialistas en Arquitectura, cuya opinión respecto a la variable Arquitectura Comercial, son de gran importancia a fin de profundizar el tipo de producción en la que está causado; aplicando la técnica con libreta de notas, filmadora y/o grabadora.

**Tabla 02:**

*Objetivos, Técnicas e Instrumentos.*

<b>Nº</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>OBJETIVO</b>
1	Observación	Ficha de observación	Reconocimiento de las características del perfil urbano
2	Entrevista	Formato de entrevista	15 comerciantes
3	Entrevista	Formato de entrevista	30 pobladores
4	Entrevista	Formato de entrevista	Opinión de profesionales
5	Entrevista	Formato de entrevista	Opinión de los especialistas

*Fuente:* Elaboración propia.

**3.6. Procedimiento**

Como parte de la primera etapa, se buscó la información en la base de datos, se seleccionó artículos científicos que se ajustan a la teoría de la investigación.

En la segunda etapa, se elaboró la introducción, el planteamiento del problema, justificación, objetivos generales como específicos, asimismo, los fundamentos teóricos y antecedentes de diferentes campos con el fin de crear un marco teórico.

En lo que respecta la tercera etapa, fue el análisis, explicación y discusión de los resultados. Además, comprende las necesidades y expectativas de los residentes del Distrito de Cacatachi con respecto al mercado minorista. Esto ayuda a garantizar que el diseño del mercado refleje las necesidades de la comunidad.

La cuarta etapa incluyó la conclusión, preentrega y sustentación. Estos reflejaron conocimientos específicos sobre las necesidades y expectativas del público con respecto a los mercados de abastos.

### **3.7. Rigor científico**

Para el estudio se utilizó diferentes tipos de métodos e instrumentos validados confiables la credibilidad del mismo, profundizar en los distintos métodos de recolección de datos como pueden ser las entrevistas prolongadas y observaciones exhaustivas del problema de estudio y sus variables de confiabilidad al documento científico que usa las entrevistas para definir la arquitectura comercial, actividad agraria y económica, y por otro lado se utilizó el método de observación para el reconocimiento de las características emergentes de las dos variables estudiadas (Damián, 2021).

### **3.8. Método de análisis**

En esta investigación, se aplicó el método de análisis mediante fichas de observación para examinar detalladamente el área de estudio ubicada en el Distrito de Cacatachi. Asimismo, se llevaron a cabo la entrevista a los especialistas, parte técnica de la Municipalidad del Distrito de Cacatachi, comerciantes y población, registrando dichas interacciones a través de filmaciones. De acuerdo, a los resultados obtenidos de estas entrevistas, fueron las palabras claves integrados en un diagrama de Sankey, una herramienta visual especialmente efectiva para representar de manera clara y concisa las relaciones entre diferentes categorías y sub categorías. Este enfoque metodológico permitió una comprensión más profunda de las dinámicas presentes en el contexto del estudio y facilitó la comunicación visual de las conexiones identificadas.

### **3.9. Aspectos Éticos**

Los aspectos éticos del presente proyecto de investigación se elaboraron en base a opiniones respetuosas de cada uno de las personas que se entrevistó, así mismo la no manipulación de datos encontrados a través de los instrumentos. Así mismo se solicitará la valides de información de las entrevistas, ya que tuvo una finalidad académica, siendo publicados de manera fidedigna, sin alteraciones a la realidad.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados correspondientes a la primera variable independiente, Arquitectura Comercial, donde abarca la primera y segunda categoría: Funcional y espacialidad. Los resultados encontrados se obtuvieron mediante la aplicación de entrevistas, cada uno de ellos en participantes específicos. Correspondiendo al primer objetivo específico: conocer las características funcionales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi, y el segundo objetivo específico, conocer las características espaciales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi. Las entrevistas fueron realizadas a 2 especialistas de arquitectura y arte técnica de la Municipalidad Distrital de Cacatachi.

Posteriormente, la información recolectada a través de criterios de autores especializado en el tema. De esta manera se realizó la discusión correspondiente de los instrumentos de cada categoría. Estos resultados se vinculan con el cumplimiento del primer objetivo específico, conocer las características funcionales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi.

##### **Tabla 03:**

*Categoría funcional, equipo técnico de la Municipalidad Distrital de Cacatachi.*

<b>CATEGORIA:</b>			
<b>Funcional</b>	Ing. Civil. Frank Manuel Macedo Vásquez	Ing. Ambiental. Miguel Torres Panduro	Econ. Félix Francisco Arévalo
Subcategorías	Palabras Claves		
Ubicación	El PDU, permitirá identificar un punto estratégico de la zona.	Identificar la zona agrícola y el entorno ambiental de la zona.	Evaluar la economía de producción de la zona.
Accesibilidad	Innovadoras estrategias comerciales.	Circulaciones para zonas de residuos sólidos.	Vías principales que conecten al mercado minorista.
Distribución	Mantenimiento y conservación en sus infraestructuras y equipamientos.	Espacios amplios y confortables para el visitante.	Según su uso minorista

Normativa	Artículo 57 y 58 de la norma A. 070,	Reglamento Sanitario para establecimiento de mercado de abastos.	A largo plazo trae problemas legales.
-----------	--------------------------------------	--	---------------------------------------

*Fuente: Elaboración Propia.*

En la tabla 03, la entrevista realizada con el equipo técnico de la Municipalidad Distrital de Cacatachi, específicamente en lo que respeta a la variable de arquitectura comercial y su categoría funcional, con énfasis en la subcategoría de ubicación, los resultados fueron, es esencial considerar la implementación de un plan de desarrollo urbano en el distrito mencionado. Destacan la importancia de que un mercado funcione como el espacio donde se forja la conexión entre la sociedad y los alimentos de primera necesidad. En este contexto, aboga por la evolución de los mercados hacia construcciones innovadoras. En este sentido, el Plan de Desarrollo Urbano (PDU) desempeñará un papel crucial al identificar un punto específico en la zonificación y la categoría de mercado, proporcionando así la información necesaria en la zona de estudio para la instalación de un mercado.

Por otra parte, subrayan la importancia de considerar el entorno que frecuentan tanto consumidores como comerciantes para cubrir sus necesidades a través de un intercambio comercial. En su perspectiva, un Plan de Desarrollo Urbano facilitará la identificación de la ubicación óptima del mercado, garantizando al mismo tiempo el respeto por las zonas agrícolas y el entorno ambiental en el Distrito de Cacatachi. En línea con esta visión, comparten la misma opinión sobre la contribución fundamental del PDU. Destaca la importancia de evaluar en primer lugar la economía de producción para estos comerciantes, definiendo la economía como el medio mediante el cual una sociedad administra recursos escasos con el propósito de producir bienes y servicios con valor, para satisfacer las necesidades de la población.

En consecuencia, en función de la subcategoría accesibilidad, se aboga por la implementación de estrategias comerciales innovadoras, como la oferta de una variedad de alimentos de alta calidad. Desde otro ángulo, la importancia de adoptar estrategias tanto en la accesibilidad interna como externa, mediante la utilización de vías alternas. Además, sostienen, para que la implementación de cualquier estrategia sea efectiva, es necesario que todas las decisiones sean lideradas por una administración sólida. Además, destaca que, con el fin de alcanzar el propósito de obtener beneficios sociales, las acciones comerciales estratégicas deben basarse en alianzas entre productores y los ocupantes.

En relación con la subcategoría distribución, destaca la importancia de considerar ciertos aspectos, como la clasificación de los puestos desde la entrada conectada al estacionamiento hasta la zona de disposición de residuos sólidos. Para lograr esto, se enfatiza la necesidad de mantener y conservar adecuadamente las infraestructuras y equipamientos, asegurando un entorno propicio para que los comerciantes desarrollen sus actividades de manera competitiva. Este enfoque no solo promoverá el crecimiento económico de los comerciantes, sino que también garantizará la calidad de los servicios.

Por otra parte, resaltan la relevancia de adherirse al reglamento sanitario de funcionamiento del mercado de abastos. En este sentido, enfatiza la necesidad de implementar prácticas de higiene y saneamiento adecuadas en todo el mercado para cumplir con los estándares establecidos. Asimismo, sostienen la idea de que un mercado de abastos debe promover activamente su oferta comercial y proyectar una imagen positiva en la sociedad. Esta estrategia contribuirá a destacar la contribución económica del mercado, especialmente al proponer la creación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi.

En consecutivo con la subcategoría normativa sobre equipamiento de abastos, recalcan la importancia de seguir las disposiciones establecidas en los artículos 57 y 58 de la norma técnica A.010, que aborda las condiciones generales, así como la norma A.020 y A.070, que se centran en el comercio. Estos lineamientos son fundamentales para orientar la distribución de espacios y el proceso constructivo de un mercado.

Por otra parte, mantienen la necesidad de considerar no solo la norma A.070, sino también el Reglamento Sanitario para Instalaciones del Mercado de Salud, así como las normas específicas para edificios comerciales. Este enfoque integral garantiza la adecuada implementación de prácticas sanitarias en el entorno del mercado. Además, añaden que el diseño de los mercados no solo debe cumplir con los estándares reglamentados, sino también ajustarse a los parámetros urbanos específicos del Distrito de Cacatachi. Este enfoque asegura que la planificación y construcción del mercado estén alineadas con las características y necesidades particulares de la comunidad local.

Estos resultados se encuentran respaldados por los la entrevista realizada a dos especialistas de arquitectura. En donde se evaluó la primera variable, arquitectura comercial en la categoría uno, funcional, teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla

**Tabla 04:**

*Categoría Funcional, especialistas de arquitectura.*

<b>CATEGORIA:</b>	Mg. Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales	Arq. Julio Cesar Ruiz Ramírez
<b>Funcional</b>		
Subcategorías	Palabras Claves	
Ubicación	Hacer un estudio o replanteo del comercio del lugar.	El PDU de la localidad y compatible a su zonificación de comercio.
Accesibilidad	Tramas viales que conecta el distrito de Cacatachi.	Un radio menor de quince metros de la edificación.
Distribución	Espacios para camionetas.	Circulaciones según su tipología de uso minorista.
Normativa	Los estudios del PDU del Distrito de Cacatachi y las ordenanzas municipales.	Norma A.070, A.010, A.020, E.030, A.120 del RNE.

*Fuente:* Elaboración Propia.

En relación con la Tabla 04, la información extraída de la entrevista a los especialistas, se aborda específicamente la variable de arquitectura comercial y

su categoría funcional. Enfocándonos en la subcategoría de ubicación, los resultados, subrayan la crucial importancia de que el plan de desarrollo urbano sea funcional. Esto facilitaría de manera significativa la llegada eficiente de alimentos a los puntos de comercialización. Esta mejora no solo optimizaría la operación del mercado, sino que también generaría un aumento en las transacciones comerciales en el distrito de Cacatachi.

Asimismo, se destacan la necesidad de que estas ubicaciones estén en consonancia con el plan de desarrollo urbano local y la zonificación de comercio establecida por la municipalidad del Distrito de Cacatachi. Este alineamiento garantiza que las decisiones arquitectónicas y comerciales se ajusten a las directrices establecidas por la comunidad y las autoridades locales, promoviendo así una planificación urbana coherente y sostenible.

En cuanto a la subcategoría accesibilidad, es crucial considerar diversas estrategias al construir el equipamiento de un mercado de abastos, subrayan la importancia de evaluar las tramas viales del distrito de Cacatachi. Esta evaluación es fundamental para determinar una ubicación estratégica que garantice la accesibilidad efectiva para los usuarios. Por otra parte, enfatizan la necesidad de evitar que la edificación tenga un radio menor a quince metros en contacto con plagas, residuos y canales de regadío. Además, destaca que las vías deben ser accesibles de manera estratégica tanto para los consumidores como para quienes ocupan estos espacios de comercialización. Esta consideración cuidadosa asegura no solo la comodidad de los usuarios, sino también la optimización de la eficiencia operativa y la seguridad en el entorno del mercado.

Con relación a la subcategoría la distribución de un mercado de abastos, es crucial tener en cuenta diversas consideraciones, se resaltan la importancia de enfocarse en el uso específico de un mercado de abastos minoristas, excluyendo espacios destinados a un mercado mayorista. Además, se hace hincapié en que los estacionamientos deben disponer de espacios adecuados tanto para camiones como para camionetas.

Por otra parte, sugieren que el enfoque inicial debe ser evaluar la situación comercial actual del Distrito. A partir de esta evaluación, se puede determinar el

tipo de equipamiento de abastos necesario de acuerdo con el uso comercial predominante. Además, destaca la importancia de planificar la circulación en el mercado, asegurándose de contar con vías específicas para cada actividad dentro del mercado de abastos. Estas consideraciones garantizan no solo una distribución funcional y eficiente del mercado, sino también su adaptación a las necesidades comerciales y circulatorias específicas del entorno local.

En lo que respecta a la subcategoría normativa para un equipamiento de abastos, es esencial tener en cuenta diversos aspectos, se resaltan la importancia de examinar el Plan de Desarrollo Urbano (PDU) del distrito de Cacatachi y las ordenanzas municipales vigentes. Estos documentos proporcionan directrices clave para asegurar la conformidad del proyecto con las regulaciones locales.

Por otro lado, es fundamental considerar los acuerdos municipales específicos de la localidad. Además, destaca la necesidad de no limitarse únicamente a la norma A.70, sino de tener en cuenta todas las normas destinadas a un mercado de abastos, tales como la norma A.010, A.020 y A.130 del Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE). Este enfoque integral garantiza el cumplimiento exhaustivo de las normativas y estándares aplicables al diseño y construcción de un mercado de abastos.

En la investigación, de acuerdo al primer objetivo específico, conocer las características funcionales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi. se exponen las características fundamentales de la categoría de funcionalidad en el diseño de un mercado de abastos minorista. En los resultados obtenidos, la parte técnica destacan que la arquitectura comercial implica encontrar un equilibrio armonioso entre la estética, la funcionalidad y la eficacia del espacio comercial en todas sus dimensiones. En particular, en la subcategoría de ubicación, se subraya la importancia de que un mercado garantice la inocuidad de los alimentos.

Los especialistas sugieren que, con el tiempo, los mercados pueden evolucionar hacia construcciones innovadoras que se adapten a las necesidades cambiantes de la comunidad. Coinciden en resaltar la trascendencia de considerar el mercado como un punto de encuentro esencial entre consumidores y

comerciantes. Este enfoque se centra en la satisfacción de las necesidades a través de un intercambio comercial, consolidando así el mercado como un espacio vital para la vida comunitaria y económica.

En este contexto, resulta crucial evaluar la demanda del lugar al proponer equipamientos comerciales. Para ello, es esencial tener en cuenta las normativas establecidas en el Plan de Desarrollo Urbano (PDU), respetando la zonificación comercial específica del entorno. Este enfoque se refiere a seguir las directrices municipales existentes al planificar la ubicación de un mercado, asegurando así la armonía con el contexto urbano y comercial.

De manera complementaria, de acuerdo con los hallazgos recopilados por Armas (2019), se destaca la importancia de la observación directa de los inmuebles. Esta práctica resulta fundamental para comprender el funcionamiento del mercado y la tipología que lo rodea. Integrar esta información en la planificación contribuye a un diseño más efectivo y adaptado a las características específicas del entorno comercial.

Según Moxon (2022), un mercado bien situado puede integrarse de manera más efectiva en la vida de una población, desempeñando el papel de un espacio que fomenta encuentros sociales y actividades económicas. No obstante, según Hoyos (2018), la materialización de estos encuentros sociales en los espacios comerciales depende de la acertada estrategia al ubicar un mercado, haciendo uso de las ordenanzas establecidas.

En la subcategoría de accesibilidad, se tienen en cuenta aspectos fundamentales para establecer circulaciones internas coherentes con el uso de un mercado minorista. Según los resultados obtenidos, la parte técnica destaca que la accesibilidad no se limita únicamente al acceso físico espacial, sino que también abarca la capacidad de los vehículos comerciales civiles para ingresar y salir de la carretera de manera eficiente, evitando congestiones o problemas de tráfico.

Esta consideración implica seleccionar estratégicamente la ubicación del mercado, asegurando proximidad a opciones de transporte público, disponibilidad de estacionamiento y rutas de acceso accesibles. Especialistas en arquitectura subrayan la importancia de evaluar las tramas viales existentes en

el distrito de Cacatachi, considerando la conectividad con las vías principales y la infraestructura vial ya existente. Además, se destaca la necesidad de evitar que las edificaciones del mercado estén a menos de quince metros de áreas que podrían representar riesgos, como plagas, residuos y canales de regadío.

Según los hallazgos de Torres (2017), la proximidad de un mercado de abastos minorista a zonas residenciales o de alto tráfico facilita que los consumidores visiten el mercado con regularidad. Asimismo, Saiz (2022) señala que la accesibilidad es un aspecto crítico que involucra una serie de consideraciones, como estudios de impacto vial y la circulación eficiente de personas. Este enfoque integral garantiza que la accesibilidad no solo sea física, sino que también considere la comodidad y eficacia en el desplazamiento tanto de vehículos como de personas en el entorno del mercado.

Estos estudios desempeñan un papel crucial al identificar posibles problemas de tráfico, proponiendo soluciones para garantizar que la llegada y salida de vehículos comerciales y civiles no afecten negativamente la accesibilidad y la fluidez del tráfico en las vías circundantes. Además, la concepción de los espacios interiores debe ser tal que se integren de manera armónica con los espacios exteriores e interiores colindantes.

De acuerdo con Jiménez (2016), unos recorridos de pasillos bien diseñados en un mercado minorista pueden crear un ambiente acogedor y atractivo, estimulando así la actividad comercial y la interacción social. En consecuencia, una accesibilidad adecuada requiere de un enfoque integral que abarque desde la planificación de la ubicación del mercado hasta los estudios de impacto vial, así como la circulación interna y externa del mismo. Este enfoque integral es esencial para crear un entorno que no solo facilite el flujo de personas y vehículos, sino que también mejore la experiencia general en el mercado, promoviendo así su vitalidad económica y social.

La subcategoría de distribución de un mercado de abastos exige un diseño que se ajuste a la demanda y al volumen de ventas, considerando aspectos esenciales como ergonomía, seguridad, higiene, sanidad, inocuidad y maniobrabilidad. Según los resultados de la parte técnica, es imperativo

mantener un nivel adecuado de mantenimiento y conservación en las infraestructuras y equipamientos del mercado. Esta práctica asegura que los comerciantes puedan desarrollar sus actividades en un entorno competitivo, preservando el orden y la calidad de los servicios ofrecidos.

Los especialistas en arquitectura sugieren que la distribución debe orientarse hacia su carácter minorista, excluyendo espacios destinados a actividades de un mercado mayorista. Subrayan la importancia de contar con estacionamientos que no solo contemplen espacios para camionetas, sino también para camiones. Además, resaltan la necesidad de evaluar la situación comercial en el distrito para determinar el uso comercial más apropiado. En este sentido, la distribución del mercado debe incluir circulaciones dependientes que se ajusten a la tipología destinada para un mercado de abastos minorista. En resumen, la distribución de un mercado de abastos debe ser cuidadosamente planificada y adaptada a las necesidades específicas de la comunidad y el comercio local.

En concordancia con estos hallazgos, Viena (2017) destaca la importancia fundamental de llevar a cabo un estudio de demanda y volumen de ventas. Este análisis es crucial para determinar la cantidad necesaria de puestos y su distribución óptima en el mercado, asegurando así una planificación efectiva y eficiente del espacio.

Esto asegura que los comerciantes tengan la oportunidad de vender sus productos de manera rentable. Además, los puestos deben garantizar la inocuidad de los alimentos, lo cual implica la necesaria separación de áreas destinadas a frutas y verduras. Según Vásquez (2018), la distribución juega una función esencial al facilitar el contacto entre productores y consumidores. Este proceso posibilita que los productos o servicios lleguen al mercado y estén disponibles para ser adquiridos por los consumidores finales.

Por ende, la subcategoría normativa emerge como un aspecto crítico a tener en cuenta durante el diseño y la construcción de un equipamiento de abastos minorista. Según los resultados proporcionados por la parte técnica, se destacan diversas normas y regulaciones destinadas a asegurar que el mercado cumpla con estándares de calidad y seguridad. Entre ellas, se hacen referencia a las

normas técnicas A.010 y A.020, las cuales establecen condiciones generales y de diseño, ofreciendo orientación precisa sobre la distribución de espacios y el proceso constructivo. Además, se resalta la relevancia de la norma A.070 como una guía importante para la distribución de espacios en un mercado minorista.

Por otra parte, los especialistas en arquitectura mantienen su postura enfatizando la esencialidad de garantizar que el proyecto cumpla con las regulaciones y estándares tanto locales como nacionales. Este enfoque reiterado resalta la importancia de una adhesión rigurosa a las normativas para asegurar la conformidad y seguridad del equipamiento de abastos minorista.

A continuación, se presentan los resultados correspondientes a la primera variable arquitectura comercial, que abarca la segunda categoría, espacialidad. Los resultados encontrados se obtuvieron mediante la aplicación de entrevistas a la parte técnica de la Municipalidad Distrital de Cacatachi y especialistas de arquitectura. Los datos encontrados se relacionan con el cumplimiento del segundo objetivo específico, conocer las características espaciales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi. Teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 5:**

*Categoría espacialidad parte técnica de la municipalidad del distrito de Cacatachi.*

<b>CATEGORIA:</b>	Ing. Civil. Frank Manuel Macedo Vásquez	Ing. Ambiental. Miguel Torres Panduro	Econ. Félix Francisco Arévalo
<b>Espacialidad</b>			
Subcategorías	Palabras Claves		
Dimensión	Analizar los requerimientos de demanda de la zona.	Sustentable, en el entorno: El clima, al suelo y al medio ambiente.	Espaciosos y libres con accesibilidades seguras para discapacitados.
Diseño	Según especialista, analizar en base a sus criterios arquitectónicos.	Tipología del distrito de Cacatachi.	Identificar la identidad del lugar.

*Fuente:* Elaboración propia.

En relación con la Tabla 05, la entrevista realizada con el equipo técnico de la Municipalidad Distrital de Cacatachi, específicamente en lo que respecta a la variable de arquitectura comercial y su categoría espacialidad, con énfasis en la subcategoría dimensión, los resultados fueron las características de diseño esenciales para un mercado de abastos fueron abordadas en la entrevista con expertos, destacan que el diseñador arquitectónico debe poseer conocimiento y analizar los requerimientos de demanda específicos de la zona. Esto es crucial para dimensionar adecuadamente el mercado y desarrollar una propuesta técnica que responda de manera precisa a las necesidades de la población en el Distrito de Cacatachi.

Por otro lado, enfatizan la importancia de que el diseño de la infraestructura del mercado sea sustentable, integrando armoniosamente el entorno con la edificación. Este enfoque implica considerar las características climáticas, del suelo y del medio ambiente, así como planificar para el desarrollo futuro sostenible del Distrito de Cacatachi.

Asimismo, señalan que la dimensión de los espacios debe ser libre y contar con accesibilidades seguras para discapacitados. Subraya la omisión frecuente de considerar las necesidades de las personas con discapacidad, destacando su importancia fundamental no solo para un mercado de abastos, sino también para cualquier otro establecimiento. Estas perspectivas se combinan para enfocarse en dimensionar el mercado de manera eficiente, garantizando la sostenibilidad y accesibilidad inclusiva para toda la comunidad.

En consecuencia, al abordar la subcategoría de diseño de un mercado, es tener en cuenta la contextualización del lugar al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi. Según la entrevista, señala que esta consideración depende del arquitecto o ingeniero asignado al proyecto, instándolos a analizarlo de manera rigurosa. Por otro lado, la relevancia de considerar específicamente el lugar, ya que una infraestructura que no esté en armonía podría ocasionar problemas tanto espaciales como funcionales. Además, enfatiza la importancia de la ventilación adecuada y la elección de materiales constructivos apropiados para la zona.

Asimismo, subrayan que un mercado en el Distrito de Cacatachi debe adaptarse a las necesidades de la población y reflejar la identidad del lugar para lograr un diseño que sea satisfactorio para la comunidad. Estas perspectivas convergen en la necesidad de considerar de manera integral el entorno y las particularidades locales al diseñar un mercado, garantizando así su funcionalidad, estética y aceptación por parte de la población.

Estos resultados se encuentran respaldados por los la entrevista realizada a dos especialistas de arquitectura. En donde se evaluó la primera variable, arquitectura comercial en la categoría dos, espacialidad, teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 6:**

*Categoría Espacialidad, especialistas en arquitectura.*

<b>CATEGORIA:</b> <b>Espacialidad</b>	Mg. Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales	Arq. Julio Cesar Ruiz Ramírez
Subcategorías	Palabras Claves	
Dimensión	Espacios mínimos peatonales y pasajes de servicios.	Puestos con áreas de almacenamiento.
Diseño	La tipología de vida de la sociedad del Distrito de Cacatachi.	Respetar el dimensionamiento y la categoría de uso municipal del Distrito.

*Fuente:* Elaboración Propia.

En relación con la Tabla 06, la información extraída de la entrevista a los especialistas, nos enfocamos específicamente en la variable de arquitectura comercial y su categoría de espacialidad. Dentro de la subcategoría de dimensión, se analizan las características de diseño que deben ser consideradas al desarrollar un mercado de abastos, se destacaron factores esenciales a tener en cuenta para la utilización eficiente de espacios en un mercado de abastos.

Esto incluye la importancia de la iluminación y ventilación adecuadas, así como la necesidad de dimensionar las circulaciones, estableciendo medidas mínimas para pasajes peatonales y pasajes destinados a servicios.

Asimismo, aportan criterios específicos de diseño para un mercado, señalando que los espacios deben estar adecuados para la instalación de equipos de mantenimiento. Además, destaca que los pasajes peatonales de mercancías y productos no deben estar directamente expuestos o cruzarse con áreas contaminadas por residuos sólidos, estableciendo una conexión ininterrumpida desde el ingreso hasta la entrega al consumidor.

En la subcategoría de diseño, resulta crucial tener en cuenta la referencia del lugar al elaborar el diseño de un mercado de abastos. Afirman ya sea en términos urbanos o arquitectónicos, se debe poner énfasis en comprender la tipología de vida característica de la localidad del distrito de Cacatachi.

Por otro lado, el primer paso debe ser la realización de un estudio de mercado. Este análisis permitirá determinar la demanda, el dimensionamiento necesario y la categoría del mercado de acuerdo con su uso municipal. Además, subraya la importancia de conocer la tipología del lugar, lo que contribuye a identificar características fundamentales como el clima, el paisaje, el suelo, el medio ambiente y el desarrollo futuro de la localidad en el distrito de Cacatachi. Este enfoque integral se erige como una guía esencial para diseñar un mercado que no solo sea funcional y estéticamente adecuado, sino también arraigado en las particularidades y necesidades específicas de la comunidad local.

Por tanto, de acuerdo al primer segundo objetivo específico, conocer las características espaciales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi, se revelan las características fundamentales de la categoría de espacialidad para un equipamiento de un mercado de abastos. Los resultados obtenidos, provenientes de la parte técnica, resaltan, en la subcategoría de dimensión, la importancia de llevar a cabo un análisis exhaustivo de la demanda en la zona antes de proceder con el diseño del mercado. Este análisis implica comprender las necesidades y preferencias de la población del Distrito de Cacatachi, asegurando así el dimensionamiento

adecuado del mercado y su conformidad con los estándares para quienes lo ocupan y visitan.

Por otro lado, los especialistas destacan la necesidad de que los espacios en los puestos sean lo suficientemente amplios para facilitar la circulación de los clientes y el acceso a los productos. En este contexto, Armas (2016) enfatiza que el tamaño de los mercados permite la especialización, generando elementos innovadores que contribuyen a crear ambientes competitivos en la oferta y demanda del lugar. En consecuencia, contar con espacios bien dimensionados no solo mejora la experiencia de compra, sino que también propicia un ambiente propicio para la especialización y la competitividad, satisfaciendo así las demandas del comercio local.

Finalmente, en la subcategoría de diseño, las dimensiones de los ambientes en un mercado son fundamentales para asegurar que el espacio sea funcional, sostenible y cumpla con las regulaciones aplicables. Los resultados provenientes de la parte técnica indican que los puestos y pasillos deben contar con iluminación y ventilación, elementos esenciales para crear un entorno cálido y acogedor. Esto garantiza que tanto los comerciantes como los clientes puedan visualizar claramente los productos y mantener un ambiente agradable en el interior del mercado.

Por otro lado, los especialistas toman la importancia de considerar la tipología específica del lugar de Cacatachi al construir un mercado minorista, lo cual proporciona una comprensión más clara y diáfana del entorno.

Según los hallazgos, Espinoza (2022) destaca la modulación espacial como una estrategia que implica la creación de módulos o áreas designadas para tipos específicos de productos o servicios, facilitando tanto a comerciantes como compradores encontrar y ubicar lo que necesitan. En contraste, Figueroa (2018) señala que un diseño espacial claro y diáfano, con una distribución organizada, es una estrategia efectiva para crear un ambiente de mercado atractivo y organizado.

Además, Salina (2016) afirma que la modulación espacial es una estrategia de diseño aplicada en la creación de mercados de abastos y otros tipos de edificaciones. Consiste en la creación de patrones repetitivos y armoniosos en el

espacio con el propósito de organizar eficientemente los componentes de una construcción, como los puestos de venta y las áreas de circulación. Este enfoque no solo mejora la eficiencia sino también la estética, lo que puede contribuir a una experiencia positiva tanto para comerciantes como para compradores.

A continuación, se presentan los resultados correspondientes a la segunda variable actividad agraria y económico, que abarca la primera categoría, socio económico. Los resultados encontrados se obtuvieron mediante la aplicación de las fichas de observación y entrevistas, de cada uno de ellos en participantes específicos. Los datos encontrados se relacionan con el cumplimiento del tercer objetivo específico, identificar los aspectos socioeconómicos de la actividad agraria del Distrito de Cacatachi. Las fichas de observación al lugar de estudio del Distrito de Cacatachi y las entrevistas fueron realizadas a 15 comerciantes y 30 miembros de la población.

**Figura 2:**

*Ficha de observación de los lugares de sectores agrícola de acuerdo con la categoría socioeconómico.*

Subcategoría: Sectores agrícolas rurales		Fotografías	Observaciones
<p>Leyenda:  <span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: black; border: 1px solid black;"></span> Ctra. F. Belaunde Terry  <span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: grey; border: 1px solid grey;"></span> Carretera Secundaria  <span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; border: 2px dashed blue;"></span> Sectores de producción agraria</p>	1)	<p>Productor agrario: coco, yuca, papaya</p>	Al interior de sus domicilios cuentan con muchas variedades de hortalizas, como el bijao, sachá culantro, hierba luisa y frejol puspino, lechuga, Cocona y el ají charapita.
	2)	<p>Productor agrario: plátano, yuca</p>	Existe otras variedades en plantaciones al exterior del distrito, que son: Maracuyá, Limón cidra Tamarindo, Guaba, Ciruelo, Piña.
	3)	<p>Productor agrario: Hoja de bijao, frejol</p>	Los usuarios prefieren los productos orgánicos. los productos químicos perjudican y dañan a la salud.
	4)	<p>Productor agrario: Huaba, naranja</p>	Los días Lunes a viernes, no cuentan con flujo de comercio, los días sábados y domingos, son los días que más afluencia de comercialización en distrito de Cacatachi.

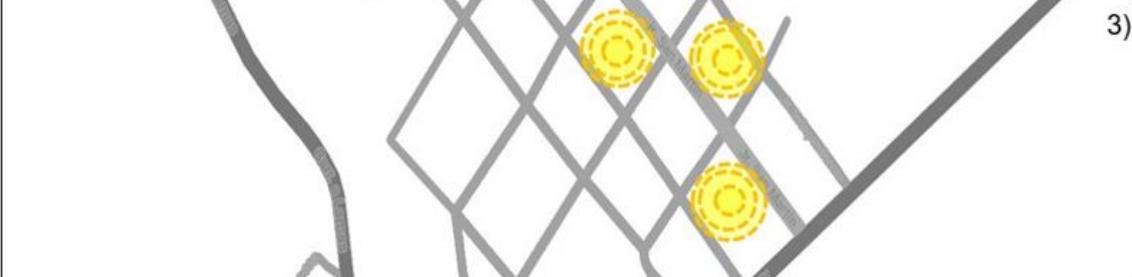
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 02, se pueden identificar claramente los sectores agrícolas rurales cercanos al Distrito de Cacatachi, situados en un radio de distancia que abarca entre 5 y 20 minutos. Entre estos sectores, Rumizapa se destaca como un importante productor con cultivos que incluyen plátano, coco y guaba. A su vez, Pachilla contribuye con una variedad de productos cítricos como naranja, mandarina y limón. Chirapa, por su parte, se caracteriza por la producción de piña, yuca y papaya, beneficiándose de la accesibilidad proporcionada por las vías asfaltadas que conectan la región. Este panorama agrícola diversificado local se complementa con la ubicación estratégica del distrito, que facilita la conexión directa con los sectores productivos agrarios. La carretera Fernando Belaúnde Terry desempeña un papel crucial al permitir un flujo comercial eficiente, contribuyendo así a la comercialización directa de los productos agrícolas generados en la región.

En la figura 03, se presenta un mapa detallado del Distrito de Cacatachi, señalando los nodos de comercialización donde los usuarios suelen acudir para adquirir sus productos agrarios. Durante la investigación, se pudo identificar tres puntos clave de concentración de actividades comerciales en el distrito: Jr. San Martín, esta calle, que sirve como la vía principal del distrito y está conectada con la plaza principal, emerge como el epicentro principal de comercialización. Se observa una afluencia máxima de actividad comercial, especialmente los días sábado y domingo, cuando se genera una dinámica comercial significativa. Además, en Jr. Miguel Grau, otra vía relevante que conecta con la plaza principal, evidenciando un flujo de comercialización regular. Los días de la semana, especialmente de lunes a viernes, destacan por la presencia de personas de la tercera edad que participan en esta actividad comercial como parte de su sustento económico. Además, los productores eligen estos días para llevar sus productos fuera del Distrito de Cacatachi, resultando en una menor demanda local. Por consiguiente, en Jirón Simón Bolívar, en esta zona, se observa una menor afluencia de comercialización. La investigación reveló que no hay una concentración significativa de productores en este lugar, y los usuarios tienden a preferir los puntos con mayor afluencia, ya que allí encuentran una mayor concentración de bodegas y una amplia variedad de productos agrarios.

**Figura 3:**

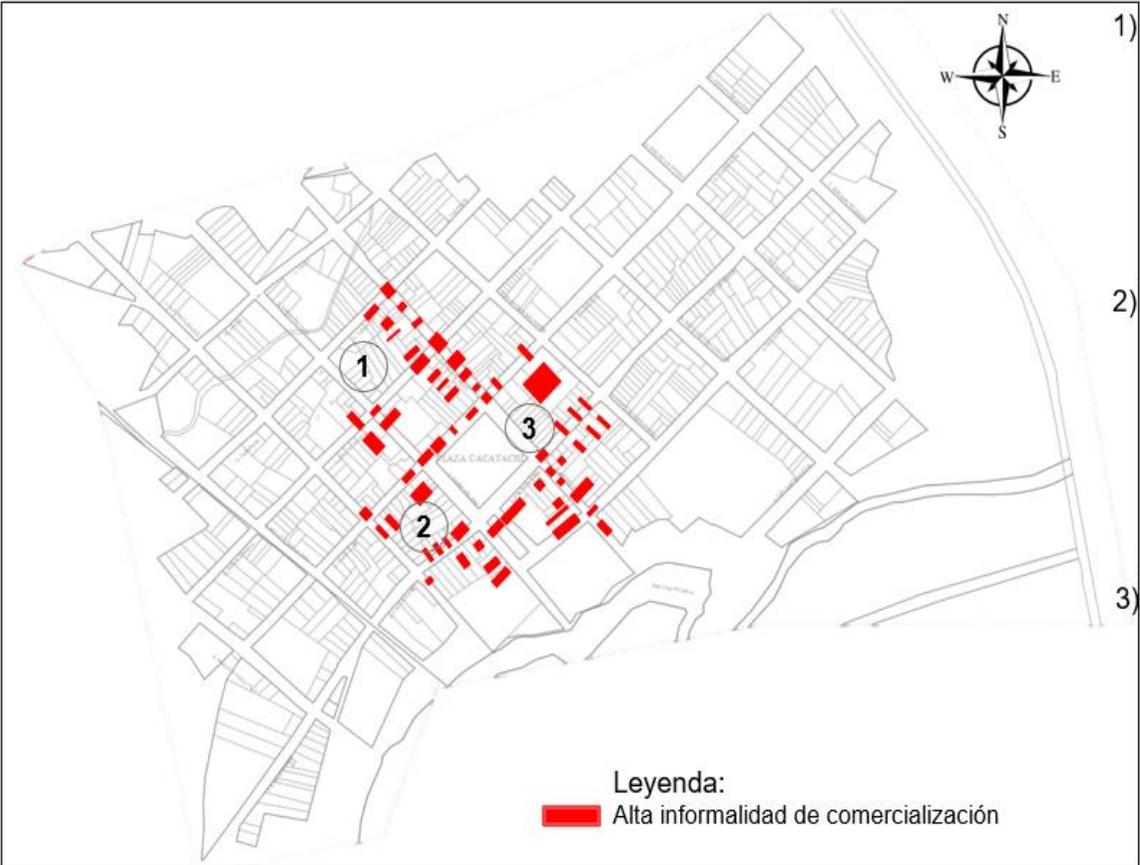
*Ficha de observación afluencia de comerciantes de acuerdo con la categoría socioeconómico.*

Sub categoría: Afluencia de comercialización	Fotografías	Observaciones
	<p>1)</p>  <p>Jr. San Martín</p>	<p>Mayor afluencia en comercializar sus productos agrarios.</p>
	<p>2)</p>  <p>Jr. Miguel Grau</p>	<p>Regular afluencia en comercializar sus productos agrarios.</p>
	<p>3)</p>  <p>Jr. Independencia</p>	<p>Menor afluencia en comercializar sus productos agrarios.</p>

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 4:**

*Ficha de observación de informalidad de comercio agrícola de acuerdo con la categoría socioeconómico.*

Sub categoría: Informalidad	Fotografías	Observaciones
 <p style="text-align: right;">Leyenda:  <span style="color: red;">■</span> Alta informalidad de comercialización</p>	<p>1)</p>  <p>Comercio en las veredas</p>	<p>Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: veredas para la comercializar sus productos.</p>
	<p>2)</p>  <p>Comercio en las calles</p>	<p>Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: pistas para la comercializar sus productos.</p>
	<p>3)</p>  <p>Comercio en la plaza</p>	<p>Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: la plaza de armas para la comercializar sus productos.</p>

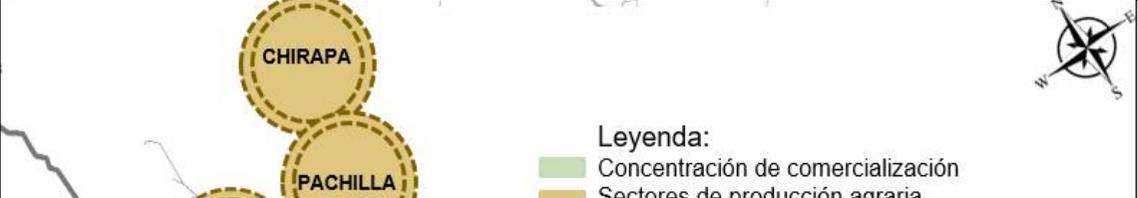
*Fuente:* Elaboración propia.

En la figura 04, se proporciona un plano detallado que destaca los distintos puntos de comercio informal en el Distrito de Cacatachi. Se ha observado que esta situación surge como consecuencia de la ausencia de un Mercado de Abastos en la localidad. En el plano, se han señalado específicamente los puntos de venta de comercio informal, destacando lugares clave como el Jr. San Martín, Jr. Miguel Grau y el Jr. Simón Bolívar. Se evidencia que los comerciantes llevan a cabo la venta de sus productos agrícolas en espacios públicos improvisados. La primera imagen del Jr. San Martín muestra a los comerciantes ofreciendo sus productos en las veredas, lo cual interrumpe el desplazamiento peatonal y afecta la circulación normal. La segunda imagen, ubicada en el Jr. Miguel Grau, exhibe que los comerciantes realizan sus transacciones directamente en las pistas, generando un impacto negativo en el desarrollo urbano al obstruir el flujo vehicular y obligar a los vehículos motorizados a compartir espacio con los peatones. Asimismo, la tercera imagen refleja la situación en el Jr. Simón Bolívar, donde los usuarios llevan a cabo la comercialización de sus productos en la plaza principal del Distrito de Cacatachi. Esta práctica no solo afecta el flujo urbano, sino que también contribuye a crear una imagen poco favorable para el entorno urbano de la ciudad.

En la figura 05, se presenta un mapa detallado del Distrito de Cacatachi, el cual ilustra la conexión entre los sectores de producción agraria y el propio Distrito, así como los puntos clave de comercio. En este mapa, se utiliza el color amarillo para identificar los sectores de producción agraria y el color verde para resaltar los puntos de comercialización. Es notable que el Distrito de Cacatachi cuenta con una relevante vía nacional, la Carretera Fernando Belaúnde Terry, que actúa como un nexo esencial conectando el distrito con puntos de comercio estratégicos como Tarapoto, La Banda de Shilcayo y Morales. Además, el sector de estudio dispone de una vía distrital que enlaza el distrito de Cacatachi con los sectores de producción agraria, tales como Rumizapa, Pachilla y Chirapa. Se destaca que esta vía distrital presenta pistas pavimentadas en buen estado, proporcionando una excelente accesibilidad para llegar a los sectores de producción.

**Figura 5:**

*Ficha de observación de articulación de sectores rurales de acuerdo con la categoría socioeconómico.*

Sub categoría: Articulación de sectores rurales	Fotografías	Observaciones
		<p>Los sectores de producción cuentan con vías asfaltadas y pavimentada</p>
		<p>Los sectores de producción cuentan con una vía distrital que articula al distrito de Cacatachi.</p>
		<p>Los sectores de producción cuentan con una gran vía nacional que articula la comercialización con el distrito de Cacatachi y los sectores de producción.</p>
		<p>Los comerciantes al no contar con un mercado de Abastos en el Distrito de Cacatachi, genera mayor tiempo en trasladar sus productos a estos puntos de comercialización.</p>

*Fuente:* Elaboración propia.

Asimismo, se puede decir que estos resultados se encuentran relacionados con los resultados de entrevista a 15 comerciantes En donde se evaluó la segunda variable, actividad agraria y económica de la primera categoría, socioeconómico, teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 7:**

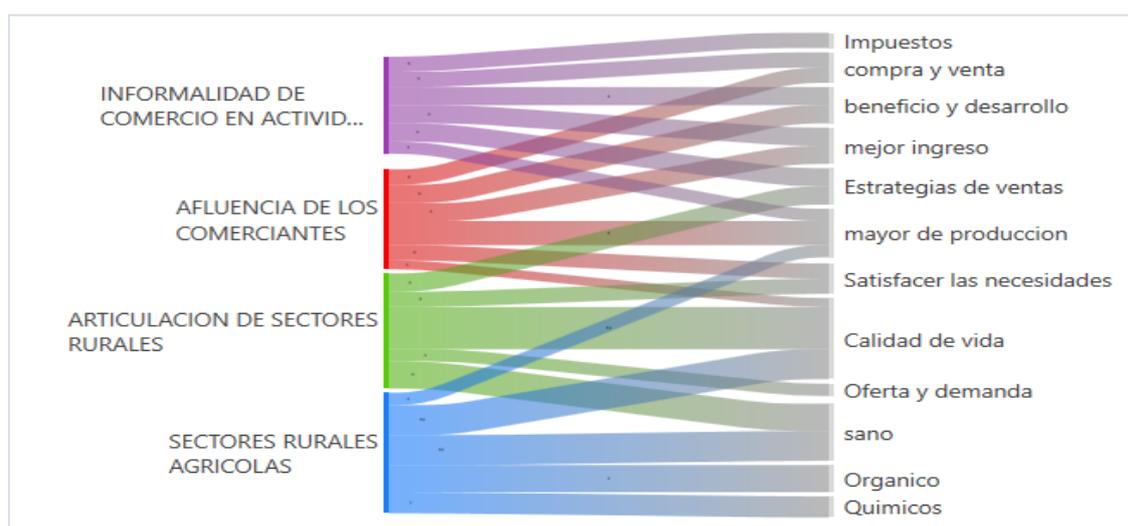
*Resultados de entrevista a los comerciantes, categoría socioeconómica.*

<b>Subcategorías</b>	<b>Palabras claves</b>
Sectores rurales agrícolas	Tipos de producción: Productos químicos y orgánicos.
Afluencia de los comerciantes	La existencia de un equipamiento de mercado: Compra y venta, beneficio y desarrollo, mejor ingreso, mayor producción, satisfacer las necesidades.
Informalidad del comercio	Comercio informal: Impuestos, compra y venta, beneficio y desarrollo, mejor ingreso, estrategias de ventas, mayor producción.
Articulación de sectores agrícolas	Eje comercial para las zonas de comercialización: Estrategias de ventas, satisfacer las necesidades, calidad de vida, oferta y demanda, sano.

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 6:**

*Resultados de entrevista a los comerciantes, categoría socioeconómica.*



*Fuente:* Elaboración propia.

En la figura 06, se observa los resultados de las entrevistas realizadas a los comerciantes en relación con la producción de alimentos agrarios donde la mayoría de las personas prefieren alimentos más orgánicos en lugar de aquellos que contiene químicos, por lo tanto, en informalidad del comercio indican los usuarios ver las estrategias de venta para obtener un mejor ingreso y no perjudicarse con los impuestos. Asimismo, en articulación de sectores rurales, cuando los comerciantes se unen y trabajan juntos en lugar de competir de manera desordenada, pueden mejorar la eficiencia y la efectividad de sus operaciones comerciales, de tal modo, cuando los comerciantes coordinan sus esfuerzos, pueden planificar mejor la producción y la oferta para satisfacer la demanda del mercado. Esto puede ayudar a prevenir situaciones de exceso o escasez de productos. Asimismo, en afluencia de comerciantes la colaboración es efectiva y la comercialización es exitosa, esto lleva a un aumento en la producción y a una mayor diversidad de productos y servicios disponibles en el Distrito de Cacatachi.

Por consiguiente, se puede decir que estos resultados se encuentran relacionados con los resultados de entrevista a 30 miembros de la población. En donde se evaluó la segunda variable, actividad agraria y económica de la primera categoría, socioeconómico, teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 8:**

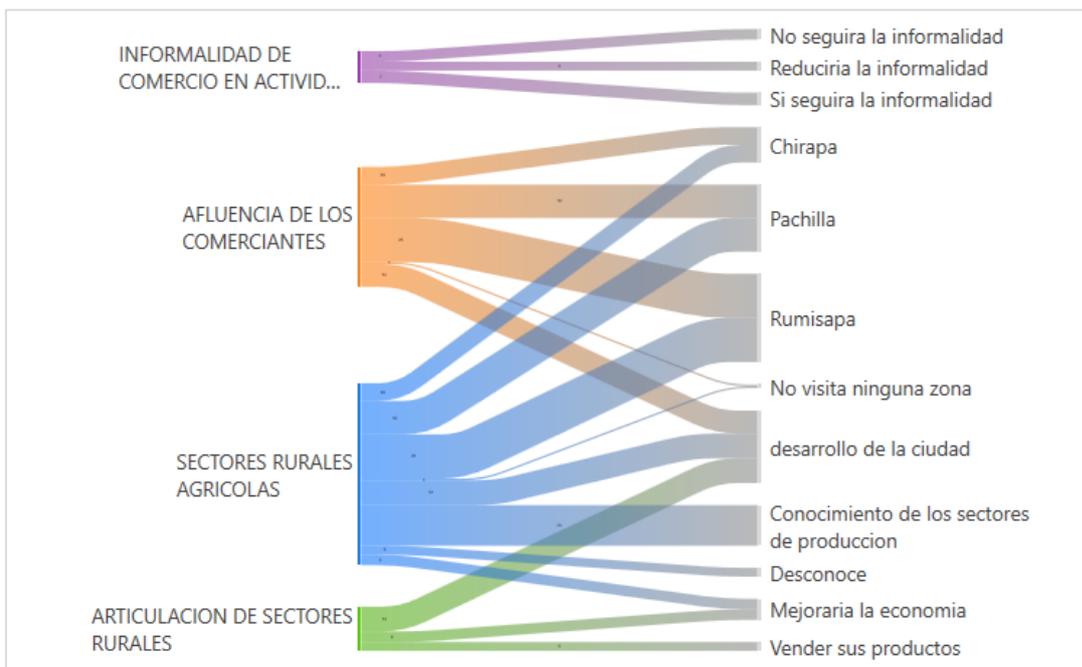
*Resultados de entrevista a la población, categoría socioeconómica.*

<b>Subcategorías</b>	<b>Palabras claves</b>
Sectores rurales agrícolas	Rumizapa, Pachilla y Chirapa.
Afluencia de los comerciantes	Visitan para adquirir los productos: Jr. Independencia, Jr. Miguel Grau, Jr. San Martín, no visita ninguna zona.
Informalidad del comercio	Si existiera un Mercado de abastos: No seguirá la informalidad, seguirá la informalidad, redujera la informalidad.
Articulación de sectores agrícolas	Núcleo de comercialización de producción agraria: Vender sus productos, mejoraría la economía, desarrollo de la ciudad

*Fuente:* Elaboración propia.

### Figura 7:

Resultados de entrevista a la población, categoría socioeconómica.



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 07, los resultados obtenidos de la población entrevistada indican que tienen conocimiento de los sectores rurales agrícolas que mayormente comercializan como Rumisapa, Chirapa y Pachilla. Asimismo, algunos usuarios desconocen por diferentes motivos porque viven aislados y que no se encuentran constante en la zona. Sin embargo, la afluencia de comerciantes se da en el Jr. Independencia, Jr. Miguel Grau, Jr. San Martín. Además, las opiniones difieren sobre cómo los mercados de alimentos afectan el comercio informal, algunos creen que el comercio seguirá siendo informal, otros creen que la informalidad disminuirá y algunos no están seguros. Sin embargo, en articulación de comercialización los comerciantes se unen para colaborar en la promoción y venta de sus productos, logran varios beneficios que afectan tanto a sus negocios como al desarrollo de la ciudad en general, y mejora la calidad de vida de los residentes.

Por lo tanto, de acuerdo al tercer objetivo, identificar los aspectos socioeconómicos de la actividad agraria del Distrito de Cacatachi para generar estrategias para una arquitectura comercial, en la ficha se observó que el Distrito de Cacatachi tiene una ubicación estratégica que le permite conectarse con los

sectores agrarios productivos y facilita la comercialización de los productos. La referencia a la carretera Fernando Belaúnde Terry sugiere que esta vía desempeña un papel importante en el flujo comercial de productos agrarios. Asimismo, los resultados analizados de los comerciantes entrevistados en relación con la producción de alimentos agrarios, la mayoría de ellos muestra una preferencia por alimentos más orgánicos en lugar de aquellos que contienen químicos. Esta inclinación hacia productos orgánicos podría tener implicaciones tanto en la informalidad del comercio como en la articulación de sectores rurales y la afluencia de comerciantes en el Distrito de Cacatachi. La preferencia por alimentos orgánicos en la producción agraria sugiere que los comerciantes pueden estar buscando formas de ofrecer productos más saludables y naturales a sus clientes. Sin embargo, Armas (2019), indica que aumentar la productividad alimentaria, es esencial para garantizar que la ciudad tenga un suministro adecuado de alimentos frescos y accesibles para su población. Esto puede ayudar a combatir la inseguridad alimentaria, mejorar la salud y la nutrición de los residentes. De tal modo, Medina (2020) se centra en el beneficio mutuo de los productores y consumidores, en lugar de priorizar las instituciones que buscan principalmente obtener beneficios económicos. Este enfoque pone un énfasis en la satisfacción de las necesidades tanto de los compradores como de los vendedores en el contexto de un mercado de abastos. Los sectores de producción agraria desempeñan un papel crucial en la economía y en la seguridad alimentaria del Distrito de Cacatachi.

Por otro lado, se identificó la afluencia de comerciantes en las calles específicas, como Jr. Independencia, Jr. Miguel Grau y Jr. San Martín, los cuales son necesarios conocer para una posterior planificación de un mercado de abastos. Esto puede indicar áreas de alta actividad comercial que podrían beneficiarse de una infraestructura más formal, la importancia de la actividad comercial en el Distrito y cómo podría contribuir al crecimiento económico y al bienestar general de la comunidad. De tal modo, Keller (2016) indica el logro del éxito en el impulso del desarrollo económico y la generación de mayor afluencia hacia otros centros de producción requiere una planificación estratégica sólida y la colaboración efectiva de diversas partes interesadas. Es por esto, que la teoría de Salinas, (2016), menciona que no solo se busca el desarrollo económico interno, sino

también atraer a más personas y empresas hacia el lugar de estudio. Esto podría implicar la expansión de la actividad comercial y la creación de un entorno favorable para la inversión y la producción. Por lo tanto, es importante adaptar las estrategias a las condiciones específicas del lugar y estar dispuesto a ajustar el enfoque a medida que evolucionen las circunstancias.

Sin embargo, los resultados sobre la informalidad del comercio las opiniones de la población varían con respecto a cómo un mercado de abastos podría afectar la informalidad del comercio, algunos creen que seguirá siendo informal, otros creen que la informalidad disminuirá y algunos no están seguros. Estas percepciones pueden estar influenciadas por diversos factores, algunos comerciantes informales pueden no tener los recursos necesarios para operar en un mercado de abastos formal, ya que podría implicar el pago de tarifas, alquileres, impuestos y la demanda de los consumidores, esto podría mantener la informalidad. A pesar de los desafíos relacionados con la informalidad, los comerciantes están tratando de mejorar su posición para obtener una mejor calidad de vida. El comercio en crecimiento y el equilibrio entre oferta y demanda pueden ser indicativos de un ambiente de mercado dinámico en el que los comerciantes buscan satisfacer las necesidades de los consumidores.

Asimismo, Niquen (2019) afirma que la implementación de un mercado de abastos podría impulsar el desarrollo de la ciudad y mejorar la economía, logrando mejorar las relaciones externas e internas con nuevos espacios públicos y eliminar estos focos de aumento informal y el desorden vial en las calles. Así mismo, Salinas (2016), menciona la falta de un mercado de abastos adecuado y la consecuente proliferación de la informalidad ambulancia son problemas que afectan no solo al Perú, sino a muchas otras regiones en todo el mundo. Esto puede tener un impacto negativo en la economía y en la calidad de vida de los productores y de la comunidad en general. De tal modo, no tener un lugar centralizado para vender sus productos puede dificultar la comercialización y la obtención de ingresos justos.

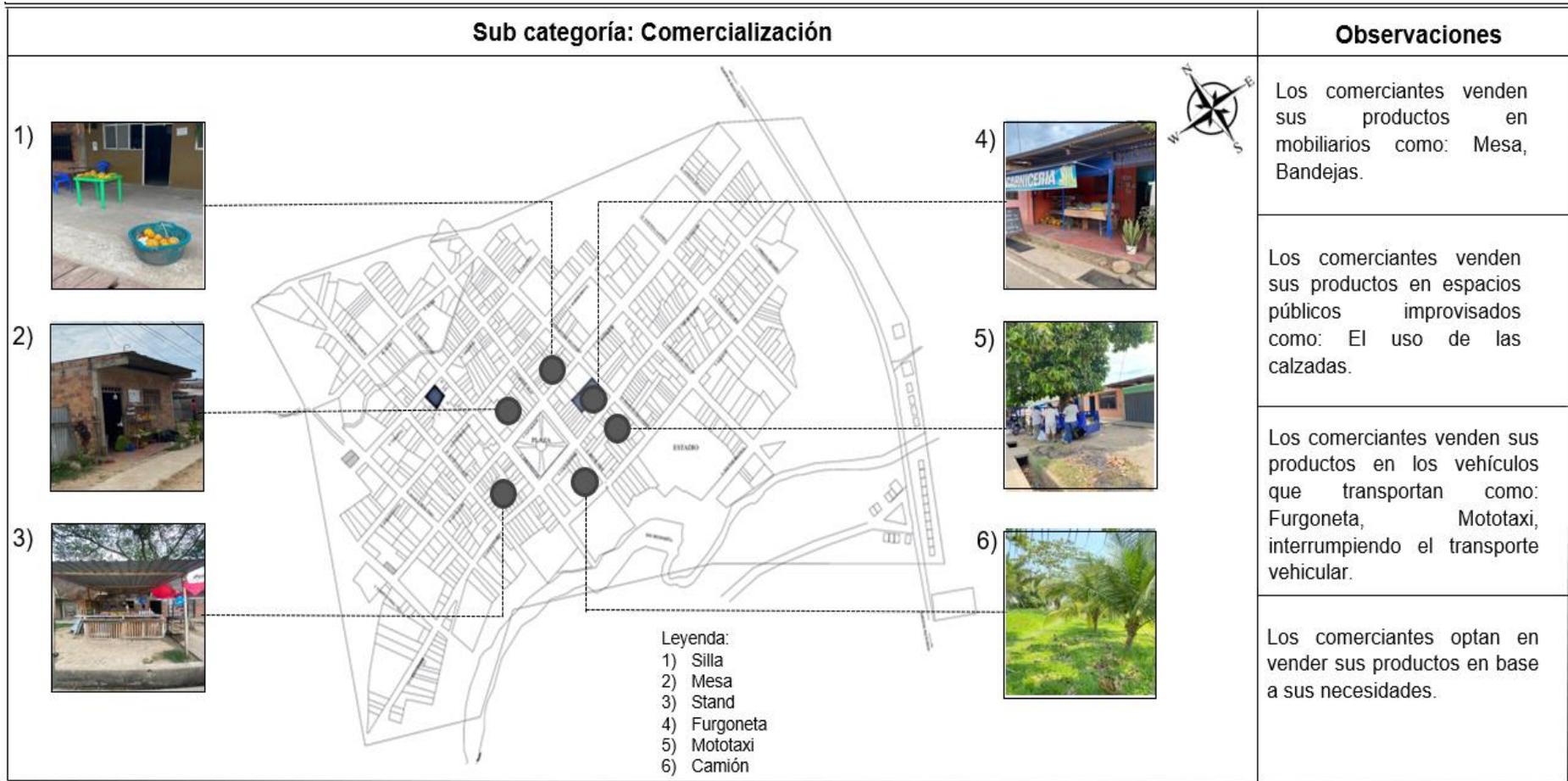
Finalmente, los resultados sobre la articulación de sectores rurales, indica que trabajar juntos facilita la planificación de la producción y la oferta, ya que los comerciantes pueden coordinar sus esfuerzos para satisfacer la demanda del

mercado de manera más precisa. Esto puede reducir los excesos y faltantes de productos, beneficiando tanto a los comerciantes como a los consumidores. Asimismo, Armas (2019) busca acercar y establecer posibles conexos y redes comerciales entre ofertantes y demandantes de productos agrarios, que se ofrece en la fijación de precios, producción y distribución, que se ajusten al mercadeo. Sin embargo, García (2019), indica la articulación del comercio es esencial para mejorar la eficiencia, reducir costos y ofrecer un mejor servicio a los consumidores. Asimismo, la planificación urbana adecuada y la inversión en infraestructura de mercado también pueden desempeñar un papel crucial en la creación de un entorno comercial más organizado y sostenible.

A continuación, se presentan los resultados correspondientes a la segunda variable actividad agraria y económico, que abarca la segunda categoría, técnicas de comercialización. Los resultados encontrados se obtuvieron mediante la aplicación de las fichas de observación y entrevistas, de cada uno de ellos en participantes específicos. Los datos encontrados se relacionan con el cumplimiento del cuarto objetivo específico, conocer las técnicas de comercialización agraria del Distrito de Cacatachi. Las fichas de observación al lugar de estudio del Distrito de Cacatachi y las entrevistas fueron realizadas a 15 comerciantes y 30 miembros de la población.

**Figura 8:**

*Ficha de observación como comercializan sus productos agrícolas de acuerdo con la técnica de comercialización.*



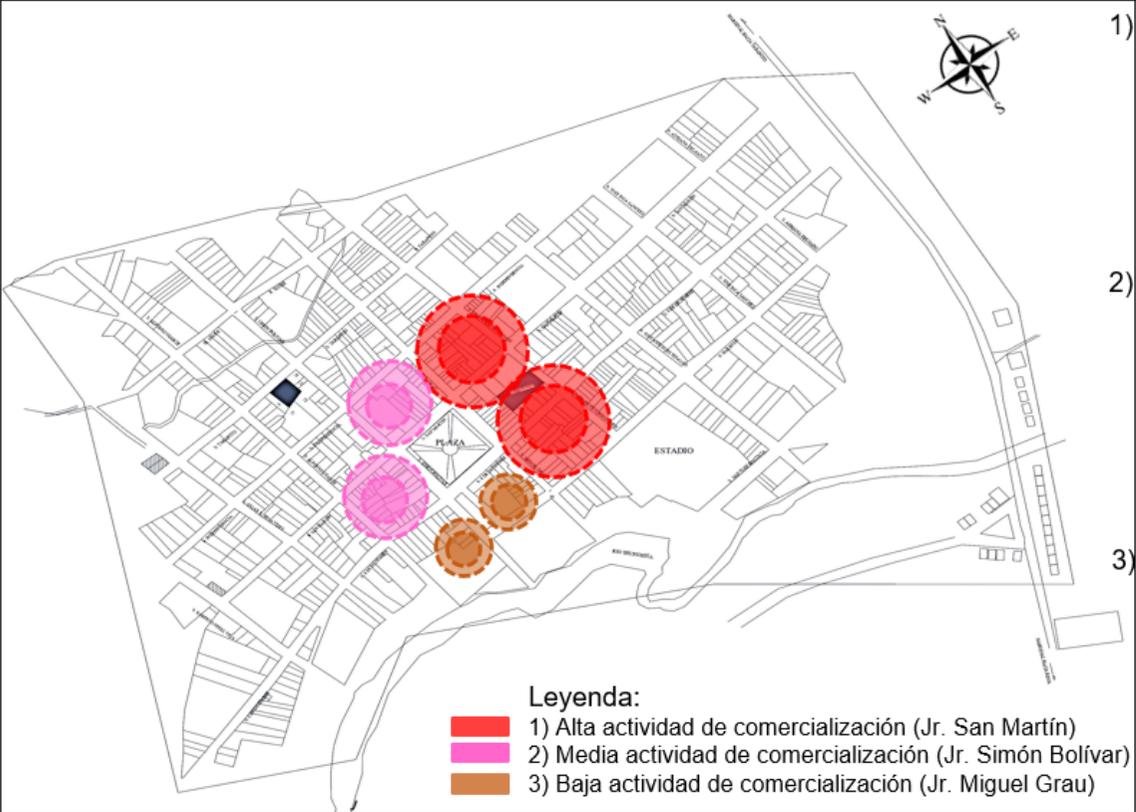
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 08, se presenta un detallado plano del Distrito de Cacatachi, proporcionando una visión clara de los procesos de comercialización que tienen lugar en la zona. Asimismo, en la primera imagen, se evidencia que los comerciantes venden sus productos agrarios utilizando mobiliarios improvisados como bandejas, sillas y mesas, los cuales se encuentran expuestos a la contaminación ambiental. Este método de exposición no solo afecta la salud, sino que también compromete la calidad de los productos al estar expuestos a la vía pública.

De tal manera, en la segunda imagen destaca la situación económica de los comerciantes en el Distrito de Cacatachi, quienes, debido a bajos ingresos, optan por vender sus productos en puestos temporales improvisados, ubicados en veredas, pistas y calzadas. La falta de mobiliarios apropiados y condiciones higiénicas adecuadas genera desconfianza en los consumidores. Por lo tanto, en la tercera imagen subraya cómo los comerciantes utilizan las calzadas, afectando tanto la circulación peatonal como vehicular. Este hábito contribuye al desorden en el Distrito de Cacatachi. En la cuarta imagen, se observa cómo algunos comerciantes transforman sus vehículos en puestos móviles, ocupando espacios públicos no aptos para el comercio. Finalmente, en la quinta imagen, se destaca el uso de vehículos, como furgonetas, que ocupan las veredas peatonales para la venta de productos agrarios, generando desorden vial. Finalmente, en la sexta imagen, se muestra el uso inapropiado de vehículos tipo moto taxi para transportar y vender productos, afectando las pistas y contribuyendo al caos en el entorno urbano de Cacatachi. Estas prácticas evidencian la necesidad urgente de contar con un mercado de abastos adecuado que brinde un espacio regulado y seguro para el comercio de productos agrarios en el distrito.

**Figura 9:**

*Ficha de observación de productos comerciales con mayor demanda de acuerdo con la categoría técnicas de comercialización.*

Sub categoría: Productos comerciales con mayor demanda	Fotografías	Observaciones
 <p><b>Leyenda:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1) Alta actividad de comercialización (Jr. San Martín)</li> <li>2) Media actividad de comercialización (Jr. Simón Bolívar)</li> <li>3) Baja actividad de comercialización (Jr. Miguel Grau)</li> </ul>	<p>1)</p>  <p>PLANTACIÓN (Plátano, yuca, piña, papaya)</p>	<p>Al ser un punto estratégico de producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martín cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón.</p>
	<p>2)</p>  <p>HORTALIZAS (Ají dulce, culantro, frijol)</p>	<p>Como flujo medio el Jr. Simón Bolívar producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martín cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón.</p>
	<p>3)</p>  <p>PLANTACIÓN Y HORTALIZAS (Papaya, piña, maracuyá, limón)</p>	<p>Como flujo menor se consideró el: Jr. Miguel Grau, ya que cuenta con plantación y hortalizas, pero es menor los comerciantes que salen a vender a fuera de su casa.</p>

*Fuente:* Elaboración propia.

En la figura 09, se observa mediante un plano el desarrollo del Distrito de Cacatachi, identificando con la ayuda de los nodos las actividades comerciales con mayor demanda, considerando los flujos: Alto, Medio y Bajo, donde se constató en la primera imagen que el Jr. San Martín, es una vía comercial con flujo alto, donde mayormente se vende y se consume los productos agrícolas de plantación como el: Plátano, Yuca, Coco, Papaya. Asimismo, se constató en la segunda imagen que el Jr. Miguel Grau, es una vía comercial con flujo medio, debido que no cuenta con más concentración de comerciantes de productos agrícolas como legumbres el: Ají dulce, Culantro y el Frijol, y además que compran estos productos agrícolas de manera regular. Así mismo, se constató en la tercera imagen que en el Jr. Simón Bolívar, es una cuadra comercial con flujo bajo, por la falta de comerciantes que no optan en salir a vender sus productos a fuera de sus casas y además cuentan con producción mixtas en hortalizas y plantación como la: Papaya, Piña, Limón, Plátano, Por lo tanto, se evidencia que los usuarios que acuden al Jr. San Martín a comprar sus productos agrarios como: El plátano, la yuca, papaya y coco, son productos agrícolas con mayor demanda de comercialización que consume la población del Distrito de Cacatachi.

Por consiguiente, se puede decir que estos resultados se encuentran relacionados con los resultados de entrevista a 15 comerciantes. En donde se evaluó la segunda variable, actividad agraria y económica de la segunda categoría, técnicas de comercialización, teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 9:**

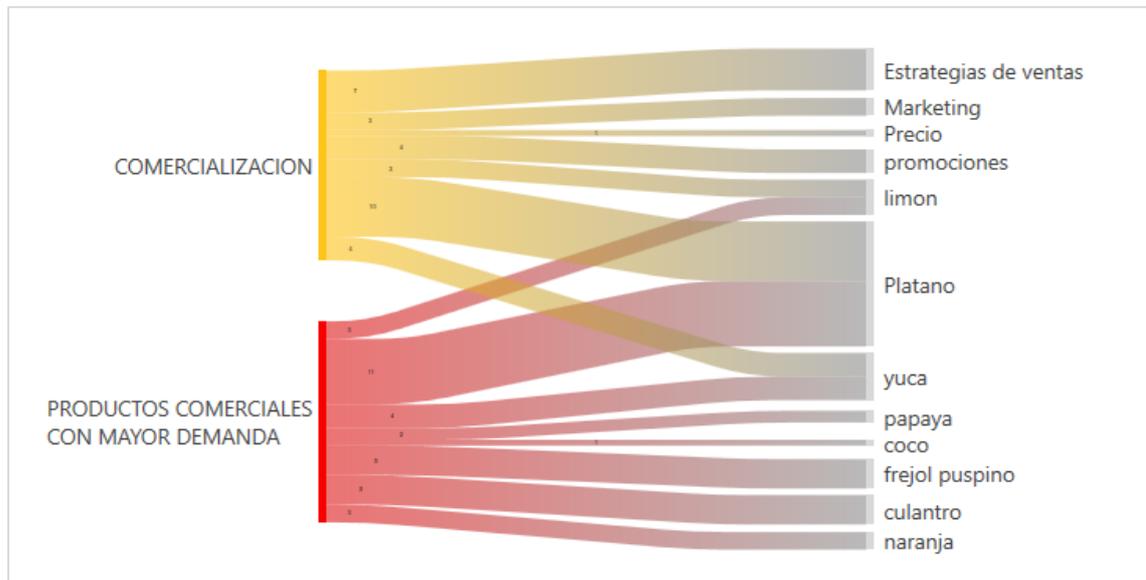
*Resultados de entrevista a los comerciantes, categorías técnicas de comercialización.*

<b>Subcategorías</b>	<b>Palabras claves</b>
Comercialización	Estrategias de ventas, marketing, precio, promociones, limón, plátano, yuca.
Productos comerciales con mayor demanda	Limón, plátano, yuca, papaya, coco, frejol puspino, culantro, naranja

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 10:**

*Resultados de entrevista a los comerciantes, categorías técnicas de comercialización.*



*Fuente:* Elaboración propia.

En la figura 10, se presentan los resultados obtenidos a través de entrevistas realizadas a los comerciantes, destacando la importancia de las estrategias de ventas en el proceso de comercialización. Este aspecto se revela como fundamental para el beneficio tanto de los comerciantes individuales como para el desarrollo general del Distrito de Cacatachi. Es evidente que las estrategias de venta desempeñan un papel crucial en la dinámica comercial de la región.

En este contexto, se identificaron productos con una demanda significativa, siendo el plátano el que encabeza la lista como el artículo más comercializado. Además, se constata la presencia y oferta de una variedad de productos como papaya, yuca, limón, frijol, y naranja. Estos hallazgos subrayan la diversidad de la oferta de productos agrarios en el Distrito de Cacatachi, lo que podría ser aprovechado estratégicamente para fortalecer y diversificar aún más la economía local.

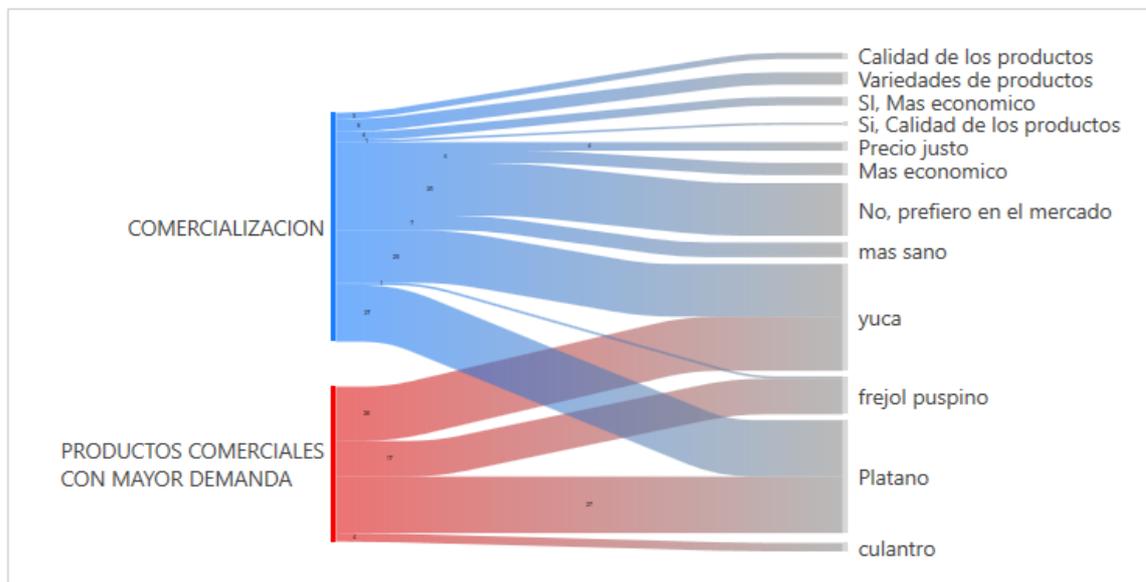
Asimismo, se puede decir que estos resultados se encuentran relacionados con los resultados de entrevista a 30 miembros de la población. En donde se evaluó la segunda variable, actividad agraria y económica de la segunda categoría, técnicas de comercialización, teniendo en cuenta sus subcategorías y palabras claves. Como se expresa en la siguiente tabla:

**Tabla 10:** Resultados de entrevista a la población, categorías técnicas de comercialización.

<b>Subcategorías</b>	<b>Palabras claves</b>
Comercialización	Calidad de los productos, variedades de productos, más económico, más sano.
Productos comerciales con mayor demanda	Yuca, plátano, frejol puspino, culantro.

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 11:**  
*Resultados de entrevista a la población, categorías técnicas de comercialización.*



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 11, los resultados derivados de la investigación poblacional indican que la preferencia por un mercado formal se fundamenta principalmente en los beneficios económicos, la diversidad de opciones y la calidad de los productos. Este hallazgo resalta la importancia que la población asigna a la disponibilidad de una amplia gama de productos de alta calidad, así como a la posibilidad de acceder a ofertas económicas dentro de un entorno comercial estructurado. Es relevante notar que, a pesar de reconocer las ventajas

asociadas con los mercados formales, algunos usuarios aún optarán por realizar sus compras en lugares improvisados. La razón principal que se menciona en este contexto es el factor precio, lo que subraya la importancia continua del costo en la toma de decisiones de compra de la población. En cuanto a los productos de mayor demanda, se destaca el plátano y la yuca como líderes, indicando que estos productos son particularmente apreciados por la población. Cabe mencionar que la presencia del culantro, a pesar de ser un cultivo de menor escala, también encuentra su espacio en la preferencia de los consumidores.

Por lo tanto, de acuerdo al cuarto objetivo, conocer las técnicas de comercialización agraria del Distrito de Cacatachi, para el crecimiento económico de la arquitectura comercial y los resultados previamente vistos en la ficha de observación y el desarrollo de la entrevista, resaltan este conocimiento puede ser valioso al planificar la oferta y distribución de productos en un mercado de abastos, asegurando una alineación efectiva con las necesidades y preferencias de la comunidad local. Por lo tanto, Esquivel (2019) indica que la producción agrícola, destacada como elemento central, abarca diversas actividades, entre las cuales se encuentra el cultivo de frutas y verduras. Este componente desempeña un papel fundamental tanto en la seguridad alimentaria como en el desarrollo económico. Asimismo, las teorías de las técnicas de producción agraria se considera la parte esencial del campo de la producción de alimentos, ya que desempeña un papel fundamental en la mejora de la calidad, el precio y la cantidad de los productos agrícolas. La eficiencia en la producción agrícola, a través de técnicas modernas y sostenibles, puede contribuir a la reducción de costos. Esto puede influir en el precio de los productos agrícolas para los consumidores. Una producción más eficiente y rentable puede mantener los precios estables o incluso reducirlos. Según los comerciantes entrevistados consideran que las estrategias de venta desempeñan un papel crucial en el proceso de comercialización. Este hallazgo sugiere que la promoción de productos y las tácticas de venta son factores clave para impulsar el comercio en el Distrito de Cacatachi. Según la percepción de los usuarios, el énfasis en las estrategias de venta beneficia al Distrito de Cacatachi. Esto puede interpretarse como un reconocimiento de que el desarrollo de un enfoque sólido

en la comercialización puede contribuir al crecimiento económico y al bienestar de la comunidad. Los comerciantes identifican el plátano como el producto de mayor demanda y el que más comercializan. Esta información es valiosa ya que resalta un producto específico que podría ser una especialidad de la zona. El plátano puede ser un punto de enfoque importante en la planificación de estrategias comerciales.

Además del plátano, los comerciantes también mencionan una variedad de otros productos, como papaya, yuca, limón, frejol puspino y naranja. Asimismo, Tawifk (2017), indica esta diversidad de productos puede brindar oportunidades para satisfacer diferentes demandas del mercado y diversificar la oferta. Asimismo, los resultados de la población entrevistada expresan que optarían por un mercado formal porque les beneficiaría económicamente, les brindaría una mayor variedad de productos y les aseguraría una mejor calidad de productos. Esto sugiere que los usuarios valoran la conveniencia, la calidad y la diversidad de opciones que un mercado formal puede ofrecer. Mantener Compras en lugares improvisados por precio justo, a pesar de las ventajas mencionadas de un mercado formal, algunos usuarios indican que seguirían comprando en lugares improvisados si estos ofrecen precios justos. Esto subraya la importancia de la competitividad de precios y la sensibilidad al costo para un segmento de la población. Los productos con mayor demanda son el plátano y la yuca. Esto puede deberse a que tradicionalmente los agricultores locales se han centrado en cultivos de subsistencia y, en menor medida, en la producción de culantro.

El reconocimiento de estas dinámicas comerciales y la identificación de productos líderes en demanda ofrecen valiosa información para el diseño de políticas y estrategias que impulsen el crecimiento económico de la región. Asimismo, resalta la importancia de considerar estos elementos al planificar la implementación de un mercado de abastos, que no solo satisfaga las necesidades actuales, sino que también promueva el desarrollo sostenible y equitativo del Distrito de Cacatachi.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1 Se ha determinado que la implementación de una arquitectura comercial no solo incorporará actividades comerciales, sino que también actuará como un punto estratégico que fomente la participación de los comerciantes. Este enfoque no solo beneficiará a los sectores rurales circundantes al facilitar la conexión de canales comerciales para el transporte eficiente de productos, sino que también impactará positivamente en aquellos con recursos económicos limitados, mejorando sus procesos de producción y generando una mayor demanda de comercio en las áreas agrícolas rurales. Al alentar a los comerciantes a optar por puestos formales, se espera reducir la informalidad en el comercio. Este cambio también contribuirá al incremento de la demanda de productos agrarios en el Distrito de Cacatachi. Además, se anticipa que esta iniciativa abordará el déficit de equipamiento urbano en la zona, que actualmente obstaculiza el desarrollo y progreso de la ciudad. En este contexto, la ausencia de un mercado de abastos continúa perjudicando a los micro comerciantes y obstaculizando el desarrollo urbano en una ciudad que tiene una alta demanda de productos agrícolas. La implementación de una arquitectura comercial integral se presenta como una solución para superar estos desafíos y promover un crecimiento equitativo y sostenible en el área.
- 5.2 Además, se conoció las características funcionales, en la ubicación de un mercado de abastos deben considerarse cumplir con criterios especializados que garanticen una conexión efectiva con la población, proporcionando así una respuesta adecuada a la demanda comercial del Distrito y generando beneficios tanto para los comerciantes como para los consumidores. Además, la distribución del mercado, se requiere que sea lógica, funcional, lineal y modular, asegurando una circulación eficiente y equitativa tanto para los consumidores como para los ocupantes. Por lo tanto, es esencial cumplir con el reglamento establecido por la norma A.070 de comercio para asegurar las condiciones mínimas de habitabilidad y funcionalidad. Las circulaciones internas deben estar en consonancia con la tipología de usos, implementando rampas para discapacitados. En el

diseño de los puestos, se debe considerar una dimensión mínima de 2.80 metros, y se deben proporcionar espacios de almacenamiento específicamente destinados a las diversas actividades comerciales que se llevan a cabo en un mercado de abastos. Estas medidas y consideraciones buscan establecer un entorno comercial que cumpla con los estándares necesarios para promover la comodidad, la accesibilidad y la funcionalidad en beneficio de la comunidad y los comerciantes.

5.3 Del mismo modo, se conoció las características espaciales en cuanto al diseño de mercados de abastos, considerando las estructuras desde un punto de vista estético y espacial de acuerdo con los códigos de construcción, en contraposición a los parámetros de planificación urbana local y las normas nacionales de construcción. La dimensión en cuanto a los espacios del equipamiento, requieren ventilación e iluminación para mantener la calidad de los productos frescos y así garantizar un espacio cómodo para los consumidores y ocupantes. Por lo que los pasillos también deben ser anchos para permitir un paso cómodo, facilitando las compras como la llegada de los consumidores. De igual forma, al diseñar un mercado de abastos, se debe tener en cuenta la tipología del lugar, entendiendo las deficiencias del entorno urbano y sus características, tales como la cultura y su situación actual. Por lo tanto, debe ser un mercado para productos modernos e innovadores, capitalizando estas tendencias para atraer visitantes y crear demanda comercial para el Distrito de Cacatachi.

5.4 Como también, se identificó los aspectos sociales de las actividades agrícolas, el déficit de regulación como el control en el sector informal da lugar a que los productos y servicios no cumplan las normas de calidad, brindando poca seguridad, poniendo en riesgo la salud de los consumidores como de los comerciantes. Además, la afluencia de minoristas aumenta la competencia por la variedad de productos para los consumidores. Por otro lado, puede resultar difícil para algunos

comerciantes, especialmente si la oferta supera la demanda y los márgenes de beneficio se reducen.

5.5 Finalmente, la comercialización en el distrito de Cacatachi es insegura ya que los productos agrícolas en dicho lugar se venden en espacios con mobiliario inadecuado y puestos improvisados, lo que afecta el tránsito de peatones y vehículos de los consumidores. De manera similar, los productos con gran demanda en el sector agrícola son un aspecto importante para comprender las tendencias del mercado, siendo valiosos para los agricultores, comerciantes y población en general.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1** Se sugiere a la Municipalidad Distrital de Cacatachi, implementar un equipamiento comercial, que brinde una experiencia positiva a los consumidores y comerciantes. Por lo tanto, establecer claramente zonas designadas para las actividades comerciales, definiendo áreas específicas para diferentes tipos de productos o servicios, garantizando así una distribución ordenada y facilitando la experiencia del consumidor. Además, asegurar de que la infraestructura del equipamiento comercial sea adecuada, esto incluye proporcionar servicios básicos como electricidad, agua y saneamiento, así como la implementación de espacios que estén adecuadamente iluminados y ventilados.
- 6.2** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Cacatachi, tener en cuenta las condiciones físicas del entorno urbano en la que se incluyan la accesibilidad y distribución, donde los arquitectos puedan contribuir significativamente a crear un mercado funcional, seguro y agradable para la comunidad. Además, tener en cuenta estos aspectos para mejorar la experiencia general de oferta y demanda, fomentando la participación de los residentes del distrito.
- 6.3** Es recomendable que la Municipalidad Distrital de Cacatachi que los espacios del mercado de abastos sean diseñados con puestos, ambientes y pasillos amplios para la buena circulación de acuerdo como indica el reglamento establecido, garantizando así el cumplimiento de los estándares de salubridad, funcionalidad y comodidad para los comerciantes, clientes.
- 6.4** Se sugiere a la Municipalidad del Distrito de Cacatachi la organización regular de eventos, como ferias durante los fines de semana, destinados a brindar a los agricultores y comerciantes locales una plataforma para exhibir y vender sus productos. La implementación de estos eventos tiene como objetivo principal fomentar un ambiente animado y propicio que contribuya a reducir los índices de informalidad, especialmente en

respuesta al crecimiento poblacional comercial, donde muchos comerciantes se ven limitados para desarrollar sus actividades de manera formal. Estas iniciativas no solo dinamizan la economía local sino que también ofrecen una oportunidad valiosa para la comunidad y los comerciantes locales.

6.5 Para concluir, se hace la recomendación a la Municipalidad Distrital de Cacatachi de asignar espacios específicos destinados a la comercialización de productos agrícolas. Esta iniciativa podría incluir la implementación de programas de capacitación para los vendedores en técnicas de ventas, estrategias de comercialización y atención al cliente. Asimismo, se podría incentivar la agregación de valor a los productos agrícolas, promoviendo la transformación de estos en productos derivados y la expansión de la oferta de productos. La creación de áreas designadas para vendedores ambulantes o actividades recreativas podría contribuir a mitigar la necesidad de utilizar zonas no permitidas, fomentando así un entorno más ordenado y regulado.

## REFERENCIAS:

- Barrientos (2018). La agricultura peruana y su capacidad de competir en el mercado. *Equidad y Desarrollo*, 1(32), 143-179. doi:<https://doi.org/10.19052/ed.5056>
- Bazurto, L (2020). *Técnicas de abastecimiento de productos para el mercado las manueles” Post – Pandemia*. Repositorio Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55318>
- Blanco, Ganduglia & Rodríguez. (2018). *El mercado y la comercialización*. Repositorio Instituto interamericano. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- Bohorquez, Garcia, Mendez & Caycho. (2022). Atributos diferenciadores entre el comercio minorista tradicional y el moderno. 32(83). doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v32n83.99890>
- Bonilla (2018). *El mercado como integrador del espacio público. Intervención en San Andresito, Bogotá*. repositorio ucatolica. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/713cbe1e-1896-440f-a750-454e8d758b43>
- Cairo (2020). *Renovación del Mercado de Productores en San Isidro con Enfoque en la Arquitectura Modular*. Revista. Obtenido de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC\\_859bcf8efecd9098194a2c8979ac5224/Details](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_859bcf8efecd9098194a2c8979ac5224/Details)
- Canedo (2019). Estrategias comerciales implantadas en espacios públicos no destinados al comercio. *De Investigacion y Negocios*, 12(20). Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372019000200011](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200011)
- Chuquimango (2022). *Mercado de abastos*. Repositorio upao. Obtenido de [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9987/1/rep\\_marc\\_ela.chuquimango\\_olenka.pretell\\_mercado.de.abastos.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9987/1/rep_marc_ela.chuquimango_olenka.pretell_mercado.de.abastos.pdf)

- chuquimango, P (2022). *Mercado de abastos para el Distrito de Laredo, Trujillo*. Repositorio. Obtenido de [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9987/1/rep\\_marc\\_ela.chuquimango\\_olenka.pretell\\_mercado.de.abastos.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/9987/1/rep_marc_ela.chuquimango_olenka.pretell_mercado.de.abastos.pdf)
- Delgadillo. (2020). La dimension economica y cultural de los Mercados de Abasto. *17(44)*, 351-355. doi:<https://doi.org/10.29092/uacm.v17i44.806>
- Delgadillo. (2021). La dimension economica y cultural de los Mercados de Abasto. *17*.
- Díaz, B (2020). *Impacto del programa Buenas prácticas en la disposición temporal en un centro de abastos mercantil*. (Vol. 12). Artículo. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2218-36202020000600123](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202020000600123)
- Dominguez. (2019). Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en Mexico durante la decada de 2010-2019 *Arquitectura y Urbanismo. XLII*, 7-24. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376868446002>
- Flores. (2020). *Centro de Capacitación Agrícola en Huaral*. Repositorio Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/3372>
- Fort, Zimic, Rios. (2018). *El problema agrario en debate*. web. Obtenido de [http://biblioteca.spda.org.pe/biblioteca/catalogo/\\_data/20200306111238\\_SEPIA-XVII-web\\_compressed.pdf](http://biblioteca.spda.org.pe/biblioteca/catalogo/_data/20200306111238_SEPIA-XVII-web_compressed.pdf)
- Infante (2016). La importancia de los factores productivos y su impacto en las organizaciones agricolas en Leon Guanajuato Mexico. *16(2)*, 359-678. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/agor/v16n2/v16n2a03.pdf>
- Leitao. (2020). *NOTAS SOBRE LA AGRICULTURA EN LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO* (Vol. 16). Artículo. Obtenido de <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/medio-ambiente/agricultura-en-la-evolucion>
- Luque, Salazar, Lanchipa. (2021). *Impactos del COVID-19 en la agricultura y la seguridad alimentaria* (Vol. 48). Artículo de Revision. Obtenido de

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0253-57852021000100072](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-57852021000100072)

Luqy. (s.f.). *Impactos del COVID-19 en la agricultura y la seguridad alimentaria*.

Mazaquiza, Pereda, Curbelo, Figueredo, Cervantes. (2017). [https://oa.upm.es/57918/1/TFG\\_20\\_Ramos\\_Lopez\\_Paula.pdf](https://oa.upm.es/57918/1/TFG_20_Ramos_Lopez_Paula.pdf) (Vol. 29). Artículo. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2224-79202017000200008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2224-79202017000200008)

Olazabal. (2020). *Estudio de color de la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Artes de la Universidad Nacional de Ingeniera*. (Vol. 7). Revista. doi:<https://doi.org/10.21754/devenir.v7i14.774>

Ramos. (2020). *Evolución tipológica del mercado de abastos en Madrid*. Repositorio Universidad Politecnica de Madrid. Obtenido de [https://oa.upm.es/57918/1/TFG\\_20\\_Ramos\\_Lopez\\_Paula.pdf](https://oa.upm.es/57918/1/TFG_20_Ramos_Lopez_Paula.pdf)

Rivera. (2022). Tratado de Libre Comercio de America del Norte en Mexico y el sector agropecuario: efecto Kalfor-Verdoorn. *XXXVII(96)*, 21-37. doi:<https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n96/Rivera>

Rojas, Choquehuanca. (2020). *Centro de aprendizaje e investigación productivo agrario para el fortalecimiento de las capacidades agrícolas en el distrito de Lambayeque*. Repositorio Universidad Señor de Sipan . Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6843>

Infante, F (2016). *La importancia de los factores productivos y su impacto en las organizaciones agrícolas en Leon Guanajuato Mexico*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-80312016000200003](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-80312016000200003) Artículo.

Garland. (2017). *Una agricultura insostenible y la crisis del barbecho: el caso de los agricultores del valle de los ríos Apurímac y Ene, VRAE*. <http://dx.doi.org/http://doi.org/10.18800/antropologica.201701.008>. Artículo.

- Arias, B (2020). *Análisis de los factores de producción y comercialización para el crecimiento agroindustrial en el Perú*.  
[https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16601/1/CABEL\\_ARIAS\\_XIO\\_ANA.pdf](https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16601/1/CABEL_ARIAS_XIO_ANA.pdf). Tesis
- Cherlinka. (2020). *Tipos De Cultivos Agrícolas: Maximizando Su Rendimientos De Cultivos Agrícolas: Maximizando Su Rendimiento*.  
<https://eos.com/es/blog/tipos-de-cultivos-agricolas/>. Revista
- Cuevas. (2017). *ESTUDIO ETNOGRÁFICO SOBRE EL SISTEMA DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL ANEXO DE MOSOPUQUIO DEL DISTRITO DE CHARACATO, EN EL AÑO 2016*.  
<https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/55afd6d9-57f2-47db-9479-aa78fe35b157/content> Tesis
- Sierra. (2021). *La situación agrícola de Quintana Roo ante los retos tecnológicos: un estudio de caso*.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2415-06222021000400006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222021000400006) Artículo
- Federico. (2015). *El centro comercial : una teoría tipológica : claves para el reconocimiento de una arquitectura ignorada*.  
<https://doi.org/10.20868/UPM.thesis.40336>. Tesis
- Arriola, Miranda & Zamora. (2022). *Lenguaje semiótico en la arquitectura de tipología comercial moderna de la ciudad de Managua*.  
<http://dx.doi.org/doi.org/10.21754/devenir.v9i18.1288> .Artículo
- García, Z (2019). *El comercio informal y su influencia en los emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí*.  
[https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v10i3.1487](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i3.1487). Artículo
- Fustamente, Goicochea. (2018). *EL COMERCIO INFORMAL DE LOS VENEDORES AMBULANTES DEL MERCADO SANTA CELIA PRODUCE LA EVASIÓN DE IMPUESTOS AL ESTADO, CUTERVO 2016*.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5355/Salaz>

ar%20Goicochea%20%26%20Vargas%20Fustamante.pdf?sequence=1  
&isAllowed=y Tesis

Torres. (2017). *Comercio Informal Ambulatorio y sus efectos en el deterioro del Espacio Público de la Avenida España del distrito de Trujillo, 2017.*  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11782/torres\\_zf.pdf?sequence](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11782/torres_zf.pdf?sequence) Tesis

Serrano. (2019). *La intención emprendedora del comercio informal de la Economía Popular y Solidaria.*  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2071-081X2019000200012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2019000200012). Artículo

Ramirez. (2019). *LA INFORMALIDAD DEL COMERCIO EN EL PERÚ.*  
<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/1844/Ramirez%20Bernal%20Rolando%20Alfredo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.  
Tesis

Sime. (2017). *Mercado Municipal de Abastos.*  
<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/622450>. Tesis

Ramos. (2019). *Evolución tipológica del mercado de abastos en Madrid.*  
[https://oa.upm.es/57918/1/TFG\\_20\\_Ramos\\_Lopez\\_Paula.pdf](https://oa.upm.es/57918/1/TFG_20_Ramos_Lopez_Paula.pdf). Tesis

Carrión, Medina. (2020). *Mercado de abastos en el distrito de Magdalena del Mar.*  
[https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2875/T030\\_40193545\\_T%20%20%20CASTRO%20CARRION%20DIANA%20ESTE%20LA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2875/T030_40193545_T%20%20%20CASTRO%20CARRION%20DIANA%20ESTE%20LA.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Tesis

Sandoval, L (2021). *Percepción de comerciantes y compradores respecto a la presencia de perros y gatos vagabundos dentro de los mercados y las estrategias de control en el distrito de Los Olivos, Lima-Perú.*  
<http://dx.doi.org/10.15381/rivep.v32i3.20402> . Artículo

Castillo. (2020). *Regulación de los mercados de abastos en el derecho peruano.*  
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4626/DER\\_169.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4626/DER_169.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Tesis

- Kahatt. (2019). *Arquitectura y política: encuentros y desencuentros*.  
<https://revistas.pucp.edu.pe/documentos/arquitectura/A13.pdf>. Artículo
- Ferrer. (2015). *El mercado como lugar de encuentro*.  
<http://dx.doi.org/10.18389/dearq17.2015.08>. Artículo
- Flores. (2022). *PLAN NACIONAL DE ACCESIBILIDAD 2018-2023*.  
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3264579/Reporte%20de%20Seguimiento%20PNA%20-%202021.pdf> . Vivienda
- Aparicio. (2017). *En busca de la justicia espacial*.  
<https://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n48/0188-7742-polcul-48-00209.pdf>  
 . Artículo
- Zarate. (2019). *Infraestructura vial Diseño geométrico Señalización vial*.  
<https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/5645> . Tesis
- Chavez. (2017). *Un grupo social en espera de atención*.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2631-25812017000200203](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-25812017000200203) .Artículo
- Saravia. (2017). *Logística y territorio en la Franja Costero Marina de El Salvador. Políticas públicas, producción, usos y apropiación del territorio, 2009-2017*. <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/12464>. Tesis
- Avila. (2018). *EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU INFLUENCIA EN LA RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTES MAYORISTAS UBICADOS EN LA PARADA MUNICIPAL, BAGUA GRANDE – 2017.*” <https://hdl.handle.net/20.500.12692/27678> . Tesis

**ANEXO  
ANEXO 1:**

**TABLA DE CATEGORIZACION DE VARIABLES**

<b>Categoría de estudio</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Categorías</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>
<b>Variable independiente</b> Arquitectura comercial	García, 2019) Implica un equilibrio entre la belleza, la funcionalidad, la habitabilidad del espacio comercial para ponerlo al servicio de los negocios y comercio de las comunidades, en todas sus dimensiones.	Es un sistema que está conformado por actores correspondientes y por una sucesión de operaciones, de producción, transformación, comercialización de un producto, en un espacio estudiado.	Funcional  Espacialidad	Ubicación Accesibilidad Distribución Normativa  Dimensión Diseño	-Contexto -Vías Internas y Externas -Distribución funcional -Reglamento sanitario Minsa -Ordenanzas municipales -PDU -Áreas mínimas según el RNE -Tipología de estudio
<b>Variable dependiente</b> Actividad Agraria y Económica	(Economía agrícola 2020) La economía agraria estudia el sector agropecuario, así como se relaciona con parte del sistema económico	Son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía para satisfacer las necesidades socialmente humanas	Socioeconómico  Técnicas de comercialización	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad de comercio en actividad agraria Articulación de sectores rurales Comercialización Productos con mayor demanda	-Pachilla -Chirapa -Rumizapa -Crecimiento descentralizado del Distrito -Vías alternas -Venta informal -Demanda económica -Eje comercial -Conexión vías principales de comercio -Mobiliarios -Trabajo agrícola del Distrito

## ANEXO 2:

### Matriz de consistencia

TITULO: "ARQUITECTURA COMERCIAL COMO ESTRATEGIA A LA ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONOMICA DEL DISTRITO DE CACATACHI, 2023"				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	CATEGORIAS	METODOLOGIA	INSTRUMENTOS
¿De qué manera la arquitectura comercial sería una estrategia a la actividad agraria y económica del Distrito de Cacatachi 2023?	Determinar de qué manera la arquitectura comercial es una estrategia en la actividad agraria y económica del Distrito de Cacatachi 2023.	<b>CATEGORIA 1:</b> Arquitectura comercial <b>CATEGORIA 2:</b> Actividad agraria y económica		
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICOS			Entrevista
¿Cuáles son las características funcionales para el diseño de un mercado de abastos en el distrito de Cacatachi?,	Conocer las características espaciales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi .	<b>CATEGORIA 1:</b> Arquitectura comercial <b>SC1.1: Funcionalidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ubicación</li> <li>● Accesibilidad</li> <li>● Distribución</li> <li>● normativa</li> </ul>	Tipo: Descriptiva  Enfoque: Cualitativo  Diseño: Estudio de casos	
¿Cuáles son las características espaciales para el diseño de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?,	Conocer las características espaciales de diseño para la arquitectura comercial de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi	<b>CATEGORIA 1:</b> Arquitectura comercial <b>SC1.2: Espacialidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● dimensión</li> <li>● diseño</li> </ul>		Ficha de observación.
¿Cuáles son los aspectos sociales de la actividad agraria del Distrito de Cacatachi?,	Identificar los aspectos socioeconómicos de la actividad agraria del Distrito de Cacatachi	<b>CATEGORIA 2:</b> Actividad agraria y económica <b>SC1.1: Social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Sectores rurales agrícolas.</li> <li>● Afluencia de los comerciantes</li> <li>● Informalidad de Comercio</li> <li>● Articulación de sectores rurales.</li> </ul>		
¿Cuáles son las técnicas de comercialización agraria del Distrito de Cacatachi?.	Conocer las técnicas de comercialización agraria del Distrito de Cacatachi	<b>CATEGORIA 2:</b> Actividad agraria y económica <b>SC1.2: Técnicas de comercialización.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Comercialización</li> <li>● Productos comerciales con mayor demanda</li> </ul>		

Nota: Fuente de la elaboración propia.

## **ANEXO 3:**

*Instrumento de entrevista a los especialistas en Arquitectura.*

### **Instrumento de medición**

#### **ENTREVISTA**

Estimados profesionales de Arquitectura, reciba un cordial saludo, a continuación, planteo una serie de preguntas sobre la Arquitectura Comercial que ayudarán al desarrollo de la investigación. Su aporte será de gran relevancia.

#### **ITEMS**

##### **Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL**

- **Ubicación**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?

- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

## **ANEXO 4:**

*Instrumento de entrevista a la parte técnica de la Municipalidad Distrital de Cacatachi.*

### **Instrumento de medición**

#### **ENTREVISTA**

Estimados profesionales de la Municipalidad Distrital de Cacatachi, reciba un cordial saludo, a continuación, planteo una serie de preguntas sobre la Arquitectura Comercial que ayudarán al desarrollo de la investigación. Su aporte será de gran relevancia.

#### **ITEMS**

**Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL**

- **Ubicación**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?

- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

## **ANEXO 5:**

*Instrumento de entrevista a los comerciantes del Distrito de Cacatachi.*

### **Instrumento de medición**

#### **ENTREVISTA**

Estimados señores comerciantes del Distrito de Cacatachi, reciba un cordial saludo, a continuación, planteo una serie de preguntas sobre la Actividad Agraria y económica que ayudarán al desarrollo de la investigación. Su aporte será de gran relevancia.

#### **ITEMS**

##### **Variable: ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONÓMICA**

- **Sectores agrícolas rurales**

¿Considera usted que el producto debe seguir un proceso de fertilizantes químicos u orgánicos?

- **Afluencia de los comerciantes**

¿Considera que la existencia de un equipamiento destinado a un mercado de abastos de Cacatachi podrá mejorar una mejor afluencia de comerciantes?

- **Informalidad**

¿Al contar con un mercado de abastos usted cree que el comercio informal?

- **Articulación de comercialización**

¿Considera usted importante, que un mercado de abastos se consolide como un eje comercial para las zonas de comercialización?

- **Comercialización**

¿Qué estrategias consideras para una mejor comercialización?

- **Productos comerciales con mayor demanda**

¿Cuáles son los productos que mayormente vende?

## **ANEXO 6:**

*Instrumento de entrevista a la población del Distrito de Cacatachi.*

### **Instrumento de medición**

#### **ENTREVISTA**

Estimados señores del Distrital de Cacatachi, reciba un cordial saludo, a continuación, planteo una serie de preguntas sobre la Actividad Agraria y económica que ayudarán al desarrollo de la investigación. Su aporte será de gran relevancia.

#### **ITEMS**

##### **Variable: ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONÓMICA**

- **Sectores agrícolas rurales**  
¿Usted tiene conocimiento de los sectores de producción que se dan en el distrito de Cacatachi?
- **Afluencia de comercialización**  
¿Qué zona del distrito de Cacatachi usted visita para adquirir los productos agrarios de consumo?
- **Informalidad**  
¿Usted cree, que en el distrito de Cacatachi existiera un Mercado de abastos, el comercio informal continuaría?
- **Articulación de comercialización**  
¿Usted cree que, de existir un Mercado de abastos en el distrito de Cacatachi, este pudiera ser el núcleo de comercialización de producción agraria?
- **Comercialización**  
¿Si contaría con un Mercado de abastados en el distrito de Cacatachi, usted seguiría comprando sus productos en los mismos espacios improvisados?
- **Productos comerciales con mayor demanda**  
¿Cuáles son los productos agrarios que mayormente consume en el Distrito de Cacatachi?

## ANEXO 7:

El instrumento utilizado para la observación del lugar de estudio en el Distrito de Cacatachi se compone de diversas variables, categorías y subcategorías que se presentan a continuación:

**Variable independiente:** Arquitectura comercial.

Para esta variable se consideraron las siguientes categorías: Funcional y sus subcategorías: Ubicación, accesibilidad, distribución. En Espacialidad tiene como sub categorías: Dimensión y diseño.

**Variable dependiente:** Actividad agraria y económica.

En esta variable se calificaron las siguientes categorías: Socioeconómico y sus subcategorías: sectores rurales agrícola, afluencia de los comerciantes, informalidad, articulación de sectores rurales. En técnicas de comercialización como comercialización, productos comerciales con mayor demanda.

Descripción	Fotografías	Observaciones
Plano:	1) FOTO	
	2) FOTO	
	3) FOTO	
	4) FOTO	

## ANEXO 8:

### Asentimiento informado

Título de la investigación: "Arquitectura comercial como estrategia a la actividad agraria y económica del distrito de Cacatachi, 2023"

Investigador (a) (es): Trigozo Grandez Sandy Anita y Ramírez Bardales Olenka Mazzarella.

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada: "Arquitectura comercial como estrategia a la actividad agraria y económica del distrito de Cacatachi, 2023", cuyo objetivo es determinar de qué manera la arquitectura comercial es una estrategia en la actividad agraria y económica del Distrito de Cacatachi 2023.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Arquitectura, de la Universidad Cesar Vallejo del campus Tarapoto, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la Municipalidad Distrital de Cacatachi.

Teniendo como impacto del problema de la investigación la falta de un equipamiento comercial que proporcione las facilidades necesarias para llevar a cabo actividades comerciales de manera efectiva y organizada.

### **Procedimiento**

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

1. Se realizará una entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Arquitectura comercial como estrategia a la actividad agraria y económica del distrito de Cacatachi, 2023".
2. Esta entrevista tendrá un tiempo aproximado de 15 minutos y se realizará en el ambiente Distrito de Cacatachi. Las respuestas a la guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.



## ANEXO 9:



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"



Tarapoto, 13 de Octubre del 2023

Señor:  
**Herman Jose Flores Villacorta**  
Alcalde  
Municipalidad de Cacatachi  
Presente. -

**Asunto: Solicitud de consentimiento informado**, para el recojo de información pertinente en función al proyecto de investigación titulado "Arquitectura Comercial como estrategia a la actividad agraria y económica, Cacatachi, 2023."

De mi consideración:

Tengo el agrado de saludarle cordialmente en tal sentido, yo **OLENKA MAZZARELLA, RAMÍREZ BARDALES** con el D.N.I 62738199 y **SANDY ANITA, TRIGOZO GRANDEZ** con el D.N.I 74600333, nos dirigimos a ustedes en calidad de estudiantes del X ciclo, de la Escuela Profesional de Arquitectura, para solicitarle que nos permita realizar la investigación sobre el tema de estudio de nuestra tesis "Arquitectura Comercial como Estrategia a la Actividad Agraria y Económica, Cacatachi, 2023."

Dicha información pertinentemente recopilada será usada para efectos exclusivamente académicos, en el cual estaremos realizando, (fotos, videos, etc.) en las siguientes actividades (entrevista, ficha de observación) como parte de mi informe final de investigación, quedo a espera de ser atentado, sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi consideración y estima.

Atentamente,

**OLENKA MAZZARELLA, RAMÍREZ BARDALES**  
D.N.I 62738199

**SANDY ANITA, TRIGOZO GRANDEZ**  
D.N.I 74600333

## ANEXO 10:

### Validaciones de expertos de entrevista.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Entrevista” a los especialistas referente a las dos variables Arquitectura comercial y Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa (X)                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Pública
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: Entrevista

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Entrevista
<b>Autores:</b>	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
<b>Administración:</b>	Plantear varios ítems, entrenar a los entrevistadores, aplicar la entrevista y procesar los resultados.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 días calendario
<b>Ámbito de aplicación:</b>	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
<b>Significación:</b>	La escala está compuesta por 2 categorías en cada variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de las variables.

#### 4. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Arquitectura comercial	Funcional	Ubicación Accesibilidad Distribución de ambientes Normativa
	Espacialidad	Dimensión Diseño
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

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

A continuación, a usted le presento la “**Ficha de Observación**” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

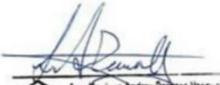
#### 6. Aspectos de validación

**Instrumento:** Entrevista

- Primera variable: Arquitectura Comercial

Objetivo de la variable: Conocer las funcionales y características espaciales para el diseño de un mercado de abastos como parte de una arquitectura comercial.

Categoría: Funcional					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Ubicación	¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Accesibilidad	¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Distribución	¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Normativa	¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?	4	4	4	
Categoría: Espacialidad					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Dimensión	¿Qué características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Diseño	¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	



Art. Mg. Luis Andrey Paredes Vásquez  
CAP. 19207

Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez  
DNI:45602846



#### 4. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

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

A continuación, a usted le presento la “Entrevista” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

## 6. Aspectos de validación

**Instrumento:** Entrevista.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

CATEGORIA: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Sectores agrícolas rurales	¿Considera usted que el producto debe seguir un proceso de fertilizantes químicos u orgánicos?	3	4	4	
Afluencia de los comerciantes	¿Considera que la existencia de un equipamiento destinado a un mercado de abastos en Cacatachi podrá generar una mejor afluencia de comerciantes?	4	4	3	
Informalidad del comercio	¿Al contar con un mercado de abastos usted cree que el comercio informal disminuirá en su Distrito?	3	4	3	
Articulación de sectores rurales	¿Considera usted importante, que un mercado de abastos en Cacatachi se consolide como un punto comercial imprescindible?	3	4	4	
CATEGORIA: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACION			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
comercialización	¿Qué estrategias consideras para un mejor proceso de comercialización?	4	4	3	
productos comerciales con mayor demanda	¿Cuáles son los productos que mayormente vende?	3	4	4	



Arq. Mg. Luis Andrey Paredes Vásquez  
CAP. 19207

Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez  
DNI:45602846

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Entrevista” a la población referente a la segunda variable Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa (X)                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Pública
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: Entrevista

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Entrevista
<b>Autores:</b>	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
<b>Administración:</b>	Plantear varios ítems, entrenar a los entrevistadores, aplicar la entrevista y procesar los resultados.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 días calendario
<b>Ámbito de aplicación:</b>	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
<b>Significación:</b>	La escala está compuesta por 2 categorías en la variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de la variable.

#### 4. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

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

A continuación, a usted le presento la “Entrevista” elaborado por **Sandy Anita Trigoz Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

## 6. Aspectos de validación

Instrumento: Entrevista.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Categoría: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Sectores agrícolas rurales	¿Usted tiene conocimiento de los sectores de producción que se dan en el distrito de Cacatachi?	4	4	3	
Afluencia de los comerciantes	¿Qué zona del distrito de Cacatachi usted visita para adquirir los productos agrarios de consumo?	4	3	3	
Informalidad del comercio	¿Usted cree, que en el distrito de Cacatachi existiera un Mercado de abastos, el comercio informal continuaría?	3	4	3	
Articulación de sectores rurales	¿Usted cree que, de existir un Mercado de abastos en el distrito de Cacatachi, este pudiera ser el núcleo de comercialización de producción agraria?	4	3	3	
Categoría: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
comercialización	¿Si contaría con un Mercado de abastados en el distrito de Cacatachi, usted seguiría comprando sus productos en los mismos espacios improvisados?	4	4	3	
Productos comerciales con mayor demanda	¿Cuáles son los productos agrarios que mayormente consume en el Distrito de Cacatachi?	3	3	3	



Arq. Mg. Luis Andrey Paredes Vásquez  
CAP. 18207

Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez  
DNI:45602846

## ANEXO 11:

### Validaciones de expertos de ficha de observación.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Ficha de Observación**” referente a la segunda variable Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa (X)                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Pública
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: Entrevista

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Entrevista
<b>Autores:</b>	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
<b>Administración:</b>	Plantear varios ítems, aplicar la ficha de observación y procesar los resultados.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 días calendario
<b>Ámbito de aplicación:</b>	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
<b>Significación:</b>	La escala está compuesta por 2 categorías en la variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de la variable.

#### 4. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

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

A continuación, a usted le presento la “Ficha de Observación” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

## 6. Aspectos de validación

**Instrumento:** Ficha de Observación.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Categoría: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	Al interior de sus domicilios cuentan con muchas variedades de hortalizas, como el bijao, sachá culantro, hierba luisa y frejol puspino, lechuga, Cocona y el ají charapita.	3	4	3	
	Existe otras variedades en plantaciones al exterior del distrito, que son: Maracuyá, Limón cidra Tamarindo, Guaba, Ciruelo, Piña.	4	4	3	
	Los usuarios prefieren los productos orgánicos. los productos químicos perjudican y dañan a la salud.	3	3	3	
	Los días Lunes a viernes, no cuentan con flujo de comercio, los días sábados y domingos, son los días que más afluencia de comercialización en distrito de Cacatachi.	4	4	3	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	Mayor afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	3	3	
	Regular afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	4	3	
	Menor afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	3	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: veredas para la comercializar sus productos.	3	4	3	
	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: pistas para la comercializar sus productos.	3	4	3	
	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: la plaza de armas para la comercializar sus productos.	4	4	3	
<b>Articulación de sectores rurales</b>	Los sectores de producción cuentan con vías asfaltadas y pavimentada	3	3	3	
	Los sectores de producción cuentan con una vía distrital que articula al distrito de Cacatachi.	4	4	3	

Categoría: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
comercialización	Los comerciantes venden sus productos en mobiliarios como: Mesa, Bandejas. Los comerciantes venden sus productos en espacios públicos improvisados como: El uso de las calzadas. Los comerciantes venden sus productos en los vehículos que transportan como: Furgoneta, Mototaxi, interrumpiendo el transporte vehicular. Los comerciantes optan en vender sus productos en base a sus necesidades.	4	4	4	
Productos comerciales con mayor demanda	Al ser un punto estratégico de producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martin cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón. Como flujo medio el Jr. Simón Bolívar producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martin cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón. Como flujo menor se consideró el: Jr. Miguel Grau, ya que cuenta con plantación y hortalizas, pero es menor los comerciantes que salen a vender a fuera de su casa.	3	4	4	




 Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez  
 CAP. 18207

Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez  
 DNI:45602846

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Entrevista**” a los especialistas referente a las dos variables Arquitectura comercial y Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 7. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa (X)	Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Pública	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde	

### 8. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 9. Datos de la escala: Entrevista

Nombre de la Prueba:	Entrevista
Autores:	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los entrevistadores, aplicar la entrevista y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	5 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
Significación:	La escala está compuesta por 2 categorías en cada variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de las variables.

## 10. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Arquitectura comercial	Funcional	Ubicación Accesibilidad Distribución de ambientes Normativa
	Espacialidad	Dimensión Diseño
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

## 11. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la “Ficha de Observación” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

**12. Aspectos de validación**

**Instrumento:** Entrevista

- Primera variable: Arquitectura Comercial

Objetivo de la variable: Conocer las funcionales y características espaciales para el diseño de un mercado de abastos como parte de una arquitectura comercial.

Categoría: Funcional					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Ubicación	¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Accesibilidad	¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Distribución	¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Normativa	¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?	4	4	4	
Categoría: Espacialidad					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Dimensión	¿Qué características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Diseño	¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	



Mg. Arq. Fred Jesús Huamán Rojas



## 10. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

## 11. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la “Entrevista” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

## **12. Aspectos de validación**

**Instrumento:** Entrevista.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

CATEGORIA: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	¿Considera usted que el producto debe seguir un proceso de fertilizantes químicos u orgánicos?	3	4	4	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	¿Considera que la existencia de un equipamiento destinado a un mercado de abastos en Cacatachi podrá generar una mejor afluencia de comerciantes?	4	4	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	¿Al contar con un mercado de abastos usted cree que el comercio informal disminuirá en su Distrito?	3	4	3	
<b>Articulación de sectores rurales</b>	¿Considera usted importante, que un mercado de abastos se consolide como un eje comercial para las zonas de comercialización?	3	4	4	
CATEGORIA: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACION			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>comercialización</b>	¿Qué estrategias consideras para un mejor proceso de comercialización?	4	4	3	
<b>productos comerciales con mayor demanda</b>	¿Cuáles son los productos que mayormente vende?	3	4	4	



Mg. Arq. Fred Jesús Huamán Rojas



**10. Soporte teórico**

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

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

A continuación, a usted le presento la “Entrevista” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

## **12. Aspectos de validación**

**Instrumento:** Entrevista.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

<b>Categoría: Social</b>					
<b>SUBCATEGORIA</b>	<b>ITEMS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACION</b>			<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
		<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	¿Usted tiene conocimiento de los sectores de producción que se dan en el distrito de Cacatachi?	4	4	3	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	¿Qué zona del distrito de Cacatachi usted visita para adquirir los productos agrarios de consumo?	4	3	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	¿Usted cree, que en el distrito de Cacatachi existiera un Mercado de abastos, el comercio informal continuaría?	3	4	3	
<b>Articulación de sectores rurales</b>	¿Usted cree que, de existir un Mercado de abastos en el distrito de Cacatachi, este pudiera ser el núcleo de comercialización de producción agraria?	4	3	3	
<b>Categoría: Técnicas de comercialización</b>					
<b>SUBCATEGORIA</b>	<b>ITEMS</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACION</b>			<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
		<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	
<b>comercialización</b>	¿Si contaría con un Mercado de abastados en el distrito de Cacatachi, usted seguiría comprando sus productos en los mismos espacios improvisados?	4	4	3	
<b>Productos comerciales con mayor demanda</b>	¿Cuáles son los productos agrarios que mayormente consume en el Distrito de Cacatachi?	3	3	3	



Mg. Arq. Fred Jesús Huamán Rojas

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**Ficha de Observación**” referente a la segunda variable Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 7. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)	Doctor	( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social	( )
	Educativa (X)	Organizacional	( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Pública		
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años	( )	
	Más de 5 años	(X)	
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde		

### 8. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 9. Datos de la escala: Entrevista

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Entrevista
<b>Autores:</b>	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
<b>Administración:</b>	Plantear varios ítems, aplicar la ficha de observación y procesar los resultados.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 días calendario
<b>Ámbito de aplicación:</b>	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
<b>Significación:</b>	La escala está compuesta por 2 categorías en la variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de la variable.

## 10. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

## 11. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la “**Ficha de Observación**” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

## **12. Aspectos de validación**

**Instrumento:** Ficha de Observación.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Categoría: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	Al interior de sus domicilios cuentan con muchas variedades de hortalizas, como el bijao, sachá culantro, hierba luisa y frejol puspino, lechuga, Cocona y el ají charapita.	3	4	3	
	Existe otras variedades en plantaciones al exterior del distrito, que son: Maracuyá, Limón cidra Tamarindo, Huaba, Ciruelo, Piña.	4	4	3	
	Los usuarios prefieren los productos orgánicos. los productos químicos perjudican y dañan a la salud.	3	3	3	
	Los días Lunes a viernes, no cuentan con flujo de comercio, los días sábados y domingos, son los días que más afluencia de comercialización en distrito de Cacatachi.	4	4	3	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	Mayor afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	3	3	
	Regular afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	4	3	
	Menor afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	3	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: veredas para la comercializar sus productos.	3	4	3	
	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: pistas para la comercializar sus productos.	3	4	3	
	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: la plaza de armas para la comercializar sus productos.	4	4	3	

<b>Articulación de sectores rurales</b>	Los sectores de producción cuentan con vías asfaltadas y pavimentada	3	3	3	
	Los sectores de producción cuentan con una vía distrital que articula al distrito de Cacatachi.	4	4	3	

Categoría: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>comercialización</b>	Los comerciantes venden sus productos en mobiliarios como: Mesa, Bandejas. Los comerciantes venden sus productos en espacios públicos improvisados como: El uso de las calzadas. Los comerciantes venden sus productos en los vehículos que transportan como: Furgoneta, Mototaxi, interrumpiendo el transporte vehicular. Los comerciantes optan en vender sus productos en base a sus necesidades.	4	4	4	
<b>Productos comerciales con mayor demanda</b>	Al ser un punto estratégico de producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martín cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón. Como flujo medio el Jr. Simón Bolívar producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martín cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón. Como flujo menor se consideró el: Jr. Miguel Grau, ya que cuenta con plantación y hortalizas, pero es menor los comerciantes que salen a vender a fuera de su casa.	3	4	4	



Mg. Arq. Fred Jesús Huamán Rojas

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Entrevista” a los especialistas referente a las dos variables Arquitectura comercial y Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 13. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa (X)                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Publica
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde

### 14. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 15. Datos de la escala: Entrevista

Nombre de la Prueba:	Entrevista
Autores:	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
Procedencia:	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
Administración:	Plantear varios ítems, entrenar a los entrevistadores, aplicar la entrevista y procesar los resultados.
Tiempo de aplicación:	5 días calendario
Ámbito de aplicación:	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
Significación:	La escala está compuesta por 2 categorías en cada variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías cada una de ellas, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de las variables.

### 16. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Arquitectura comercial	Funcional	Ubicación Accesibilidad Distribución de ambientes Normativa
	Espacialidad	Dimension Diseño
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

### 17. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la “Ficha de Observación” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

### 18. Aspectos de validación

**Instrumento:** Entrevista

- Primera variable: Arquitectura Comercial
- Objetivo de la variable: Conocer las funcionales y características espaciales para el diseño de un mercado de abastos como parte de una arquitectura comercial.

Categoría: Funcional					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Ubicación	¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Accesibilidad	¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Distribución	¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Normativa	¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?	4	4	4	
Categoría: Espacialidad					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
Dimensión	¿Qué características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	
Diseño	¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?	4	4	4	



Mg. Arq. Tulio Anibal Vásquez Canales  
CAP: 2333

Mg. Arq. Tulio Anibal Vásquez Canales  
DNI:01002646

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Entrevista” a los comerciantes referente a la segunda variable Actividad agraria y económica. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al que hacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 13. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Mg. Arq. Luis Andrey Paredes Vásquez
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (X)                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa (X)                      Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Magister Arquitectura y Gestión Pública
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (X)
<b>Experiencia en Investigación</b>	No corresponde

### 14. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 15. Datos de la escala: Entrevista

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Entrevista
<b>Autores:</b>	Est. Sandy Anita Trigozo Grandez Est. Olenka Mazzarella Ramírez Bardales
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo – Escuela de Pregrado – Título de Arquitecto
<b>Administración:</b>	Plantear varios ítems, entrenar a los entrevistadores, aplicar la entrevista y procesar los resultados.
<b>Tiempo de aplicación:</b>	5 días calendario
<b>Ámbito de aplicación:</b>	La ciudad de Cacatachi– Distrito de Cacatachi
<b>Significación:</b>	La escala está compuesta por 2 categorías en la variable, las cuales contienen a su vez 6 subcategorías, de los cuales nacen los ítems para la creación del instrumento que busca evaluar las categorías e subcategorías de la variable.

## 16. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

## 17. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la “Entrevista” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

### **18. Aspectos de validación**

**Instrumento:** Entrevista.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

CATEGORIA: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	¿Considera usted que el producto debe seguir un proceso de fertilizantes químicos u orgánicos?	3	4	4	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	¿Considera que la existencia de un equipamiento destinado a un mercado de abastos en Cacatachi podrá generar una mejor afluencia de comerciantes?	4	4	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	¿Al contar con un mercado de abastos usted cree que el comercio informal disminuirá en su Distrito?	3	4	3	
<b>Articulación de sectores rurales</b>	¿Considera usted importante, que un mercado de abastos se consolide como un eje comercial para las zonas de comercialización?	3	4	4	
CATEGORIA: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACION			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>comercialización</b>	¿Qué estrategias consideras para un mejor proceso de comercialización?	4	4	3	
<b>Productos comerciales con mayor demanda</b>	¿Cuáles son los productos que mayormente vende?	3	4	4	



Mg. Arq. Tulio Anibal Vásquez Canales  
CAP: 2333

Mg. Arq. Tulio Anibal Vásquez Canales  
DNI:01002646



**16. Soporte teórico**

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

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

A continuación, a usted le presento la “Entrevista” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramirez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

### 18. Aspectos de validación

**Instrumento:** Entrevista.

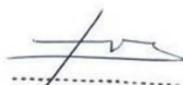
- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Categoría: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	¿Usted tiene conocimiento de los sectores de producción que se dan en el distrito de Cacatachi?	4	4	3	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	¿Qué zona del distrito de Cacatachi usted visita para adquirir los productos agrarios de consumo?	4	3	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	¿Usted cree, que en el distrito de Cacatachi existiera un Mercado de abastos, el comercio informal continuaría?	3	4	3	
<b>Articulación de sectores rurales</b>	¿Usted cree que, de existir un Mercado de abastos en el distrito de Cacatachi, este pudiera ser el núcleo de comercialización de producción agraria?	4	3	3	
Categoría: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>comercialización</b>	¿Si contaría con un Mercado de abastados en el distrito de Cacatachi, usted seguiría comprando sus productos en los mismos espacios improvisados?	4	4	3	
<b>Productos comerciales con mayor demanda</b>	¿Cuáles son los productos agrarios que mayormente consume en el Distrito de Cacatachi?	3	3	3	



Mg. Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales  
CAP: 2333

Mg. Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales  
DNI: 01002646



## 16. Soporte teórico

Variable	Categorías	Subcategorías
Actividad Agraria y Económica	Social	Sectores agrícolas rurales Afluencia de los comerciantes Informalidad del comercio Articulación de sectores rurales
	Técnicas de comercialización	Comercialización Productos comerciales con mayor demanda

## 17. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la “Ficha de Observación” elaborado por **Sandy Anita Trigozo Grandez y Olenka Mazzarella Ramírez Bardales** en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

### **18. Aspectos de validación**

**Instrumento:** Ficha de Observación.

- Segunda variable: Actividad Agraria y Económica

Objetivo de la variable:

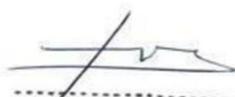
Identificar los aspectos sociales de la actividad agraria como estrategia para la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Conocer las técnicas de producción agraria para el crecimiento económico de la arquitectura comercial de un mercado de abastos.

Categoría: Social					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>Sectores agrícolas rurales</b>	Al interior de sus domicilios cuentan con muchas variedades de hortalizas, como el bijao, sacha culantro, hierba luisa y frejol puspino, lechuga, Cocona y el ají charapita.	3	4	3	
	Existe otras variedades en plantaciones al exterior del distrito, que son: Maracuyá, Limón cidra Tamarindo, Huaba, Ciruelo, Piña.	4	4	3	
	Los usuarios prefieren los productos orgánicos. los productos químicos perjudican y dañan a la salud.	3	3	3	
	Los días Lunes a viernes, no cuentan con flujo de comercio, los días sábados y domingos, son los días que más afluencia de comercialización en distrito de Cacatachi.	4	4	3	
<b>Afluencia de los comerciantes</b>	Mayor afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	3	3	
	Regular afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	4	3	
	Menor afluencia en comercializar sus productos agrarios.	3	3	3	
<b>Informalidad del comercio</b>	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: veredas para la comercializar sus productos.	3	4	3	
	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: pistas para la comercializar sus productos.	3	4	3	
	Los comerciantes utilizan los espacios públicos como: la plaza de armas para la comercializar sus productos.	4	4	3	

<b>Articulación de sectores rurales</b>	Los sectores de producción cuentan con vías asfaltadas y pavimentada	3	3	3	
	Los sectores de producción cuentan con una vía distrital que articula al distrito de Cacatachi.	4	4	3	

Categoría: Técnicas de comercialización					
SUBCATEGORIA	ITEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN			Observaciones y/o recomendaciones
		Claridad	Coherencia	Relevancia	
<b>comercialización</b>	Los comerciantes venden sus productos en mobiliarios como: Mesa, Bandejas. Los comerciantes venden sus productos en espacios públicos improvisados como: El uso de las calzadas. Los comerciantes venden sus productos en los vehículos que transportan como: Furgoneta, Mototaxi, interrumpiendo el transporte vehicular. Los comerciantes optan en vender sus productos en base a sus necesidades.	4	4	4	
<b>Productos comerciales con mayor demanda</b>	Al ser un punto estratégico de producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martín cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón. Como flujo medio el Jr. Simón Bolívar producción agraria el Distrito de Cacatachi, en el Jr. San Martín cuenta con mayor demanda en los productos como: El plátano, La Yuca, el Coco, El limón. Como flujo menor se consideró el: Jr. Miguel Grau, ya que cuenta con plantación y hortalizas, pero es menor los comerciantes que salen a vender a fuera de su casa.	3	4	4	

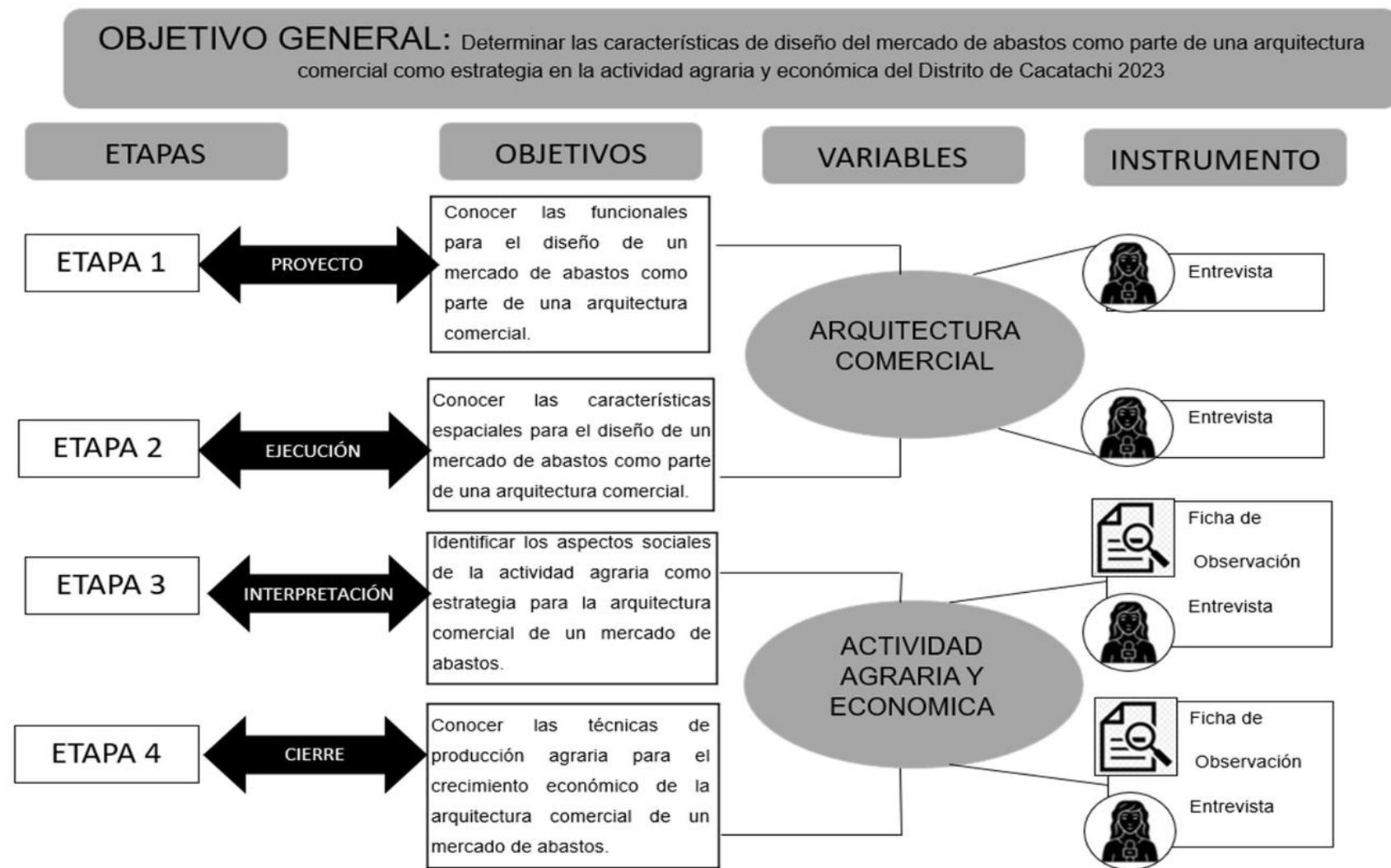


MCA Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales  
CAP: 2332

Mg. Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales  
DNI:01002646

**ANEXO 12:**

*Procedimientos.*



## ANEXO 13: Entrevista estructurada a los Especialistas en Arquitectura.

Nombre: Mg. Arq. Tulio Aníbal Vásquez Canales

- **Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, por que es demasiado lejos la distancia de Cacatachi a los 3 mercados que tiene el Distrito de Tarapoto, prácticamente costaría el doble transportar los productos que se llevaría de Cacatachi a Tarapoto o viceversa, es necesario hacer un estudio o replanteo del comercio del mismo Cacatachi.

- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Se debe tomar en cuenta la ubicación estratégica de un mercado con respecto a las tramas de vías que tiene el Distrito de Cacatachi con la carretera Fernando Belaunde Terry

- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Enfocar su uso en un mercado de abastos minorista en el Distrito de Cacatachi, esto significa que no contara con todos los espacios que cuenta un equipamiento de un mercado mayorista, también se debe tomar en cuenta espacios para camionetas y no solo para camiones de carga.

- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos? Considero que se deberá tomarse los estudios del PDU del Distrito de Cacatachi y los acuerdos que se toma en el municipio, que son las ordenanzas municipales.

- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Se debe tomar en cuenta la eliminación, ventilación, espacios mínimos para pasajes peatonales y pasajes para servicios.

- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, como cualquier otro diseño sea urbano o arquitectónico se debe considerar con bastante énfasis la tipología de vida de la sociedad determinada del Distrito de Cacatachi

Nombre: Arq. Julio Cesar Ruiz Ramírez

Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL

- **Ubicación**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, deben estar acorde con el plan de desarrollo urbano de la localidad, siendo compatible a una zonificación de comercio, dependiendo en que escala de categoría Mercado y al uso municipal, además de cumplir con los criterios en accesibilidad y seguridad.

- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Se debe tomar en cuenta la ubicación de un Mercado de Bastos en el distrito de Cacatachi, no se permita un radio menor de quince metros de la edificación, la amenaza de plagas, residuos, canales de regadío. Por lo tanto, debe estar ubicado accesiblemente que conecte al consumidor y para el ocupante.

- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Evaluar el comercio del Distrito de Cacatachi y considerar a qué equipamiento de abastos estará destinado, también contar con circulaciones para cada usuario destinado para un Mercado de abastos, para tener espacios limpios al entrar y salir los alimentos.

- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?

Si, Se debe tomar en cuenta los acuerdos municipales, así mismo del PDU del distrito de Cacatachi y así sucesivamente con la norma A.070 y las norma A.010, A.020, A. 130 del RNE.

- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Los criterios de diseño deberán tener en cuenta los ambientes el tamaño adaptado para la instalación y mantenimiento de los equipos, asimismo la circulación del personal y el traslado de cosas o productos minimizando los riesgos de contaminación directa o cruzada.

- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, las consideraciones que se deben tomar en cuenta para un Mercado de abastos, tener el conocimiento de la demanda del lugar, para tener el dimensionamiento y la categoría municipal, para desarrollar una propuesta arquitectónica que esté acorde a las necesidades de la población del Distrito de Cacatachi.

## **ANEXO 14:** Entrevista estructurada a la parte técnica de la Municipalidad Distrital de Cacatachi en Arquitectura del Distrito de Cacatachi.

Nombre: Ing Civil. Frank Manuel Macedo Vásquez:

### **Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL**

- **Ubicación**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, se debe tomar en cuenta que un mercado debe ser el espacio que se construye la relación entre la sociedad y los alimentos de primera necesidad, quizá con el tiempo, los mercados se conviertan en construcciones innovadoras, por ello el PDU, nos ayudara a identificar un punto estratégico de la zona de estudio para la ubicación de un mercado.
- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Desde el punto de vista se han realizado innovadoras estrategias comerciales como ofrecer variedad de alimentos de calidad compartiendo e incorporando los métodos de producción y las alianzas de los pequeños comerciantes.
- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Es necesario que un mercado de abastos tenga un nivel de mantenimiento y conservación adecuada en sus infraestructuras y equipamientos, de tal forma que los comerciantes puedan realizar su actividad en un entorno competitivo, se mantenga la calidad de los servicios y el crecimiento de los comerciantes.
- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?

Se debe tomar en cuenta lo dispuesto por los artículos 57 y 58 de la norma técnica A. 010 Condiciones generales, la norma A.070 nos ayudara como es la distribución y el proceso para un mercado y los tipos de mercados y que norma conlleva a cada establecimiento.
- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Considero que, para construir un mercado, el diseño debe tener conocimiento y analizar los requerimientos de demanda de la zona, con la finalidad de tener el dimensionamiento correcto para el desarrollo de una propuesta técnica que responda a las necesidades de la población del Distrito de Cacatachi.
- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Es depende del arquitecto o ingeniero que le designe un proyecto.

Nombre: Ing Ambiental. Miguel Torres Panduro

**Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL**

- **Ubicación**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, un mercado es el lugar que confluyen los consumidores y comerciantes, para satisfacer las necesidades a través de un proceso de intercambio comercial, si bien es cierto el Plan de Desarrollo Urbano ayudara identificar la ubicación, pero tomemos cuenta que se respeta las zonas agrícolas y el entorno ambiental para la ubicación de un mercado en el Distrito de Cacatachi.
- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Se debe tomar en cuenta estrategias en un mercado, en la accesibilidad a los residuos sólidos, ya que un mercado es un foco de contaminación, por lo tanto, para mantener un mercado limpio el diseño tiene que estar accesible a estos residuos.
- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Se debe tomar en cuenta el reglamento sanitario de funcionamiento del mercado de abastos,  
por lo que se deberá disponer de un programa de higiene y saneamiento.
- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?

No solo se debe considera la norma A.070 aquí influye mucho el reglamento Sanitario para Establecimientos de mercado de abastos de salud - Minsa, normas determinadas edificaciones comerciales.
- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Considero que el diseño de una infraestructura de un mercado debe ser sustentable, realizar de manera integral al medio ambiente considerando que la edificación debe responder a las características del entorno al clima, al suelo y el medio ambiente el desarrollo futuro de la zona del Distrito de Cacatachi.
- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Se debe considerar el lugar, porque una infraestructura que no esté acorde, traería problemas ambientales, como la ventilación y los materiales constructivos no está apto para la zona.

Nombre: Ec. Félix Francisco Arévalo Tapullima

**Variable: ARQUITECTURA COMERCIAL**

- **Ubicación**

¿Usted considera necesario que se tome un plan de desarrollo urbano estratégico para la ubicación de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Si, bien se sabe la ubicación de un mercado en un Distrito que aún no está proyectado para un mercado, se necesita de un PDU, pero primero se tiene que evaluar la economía de producción para estos comerciantes, ya que la economía es la manera en que una sociedad administra recursos escasos con el objetivo de producir bienes y servicios con valor, para satisfacer necesidades de una población.

- **Accesibilidad**

¿Qué estrategias considera que se deben tomar en cuenta en la accesibilidad al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Al respecto se debe tomar en cuenta que para la implementación de cualquier estrategia sea efectiva, todas las decisiones deben ser lideradas por una sola administración, y para lograr el objetivo de beneficios sociales se debe considerar acciones comerciales estratégicas basadas en alianzas entre productores y comerciantes.

- **Distribución**

¿Cuáles son las consideraciones que se debe tomar en cuenta en la distribución de un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Considero que un mercado de abastos se debe difundir la oferta comercial del mercado y su imagen en la sociedad para sobresalir la económica del Distrito al implementar un mercado en el Distrito de Cacatachi

- **Normativa**

¿Usted considera que se deberá tomar en cuenta los criterios de diseño de la norma A.070 al implementar un equipamiento de un mercado de abastos?

Por criterio todo proyecto sin normas traería problemas a largo plazo, así mismo perjudicaría a la población, si es que un mercado no está diseñado a los estándares que se rigen a estas normas de construcción establecidas en el Reglamento Nacional de Edificaciones.

- **Dimensión**

¿Qué Características de diseño se deben emplear en los espacios al construir un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Considero que los espacios deberán ser espaciosos y libres con accesibilidades seguras para discapacitados y a la población, muchas veces he visto que no toman en cuenta a los discapacitados y creo que es fundamental para un mercado de abastos.

- **Diseño**

¿Usted considera que se debe tener en cuenta la referencia del lugar de estudio al diseñar un mercado de abastos en el Distrito de Cacatachi?

Opino que un mercado en el Distrito de Cacatachi este a la altura de las necesidades de la población y identificar la identidad del lugar para crear un diseño satisfactorio a la población

## ANEXO 15: Palabras claves de entrevista de los comerciantes.

		SEGUNDA VARIABLE: ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONOMICA															
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	ENTREVISTA ESTRUCTURADA	COMERCIANENTES: ACTORES ESTRATEGICOS PARA IDENTIFICAR LOS ASPECTOS SOCIALES DE LA ACTIVIDAD AGRARIA Y CONOCER LAS TECNICAS DE PRODUCCION AGRARIA DE UN MERCADO DE ABASTOS														
		PREGUNTAS ESTRUCTURADAS	Betsy Rojas Saldaña	Santiago Valles	Celia Florinda Chumbe Arévalo	Elvira Rengifo Rojas	Jorge manuel rojas rojas	Loisith angulo inga	Bessy lozano inga	Andrea rengifo chumbe	Blanca rios rengifo	Iverh inga rojas	Jade reategui rojas	Edgar reategui vargas	Xiomara antonella mozombite sangama	Lucy acuña tantalean	Zulema tapullima manuyama
SOCIAL	SECTORES AGRICOLAS RURALES	¿Considera usted que el producto debe seguir un proceso de fertilizantes químicos u orgánicos?	Organico, mas sano	Organico-no ocasiona daños	Organico-salud	Quimicos-fertilizar suelo	Organico, mas sano	Quimicos-aumento de produccion	Quimicos-aumento de cultivo	Organicos-nutrientes a las plantas	Quimicos-fertilizar suelo	Organico-no ocasiona daños	Quimicos-aumento de produccion	Quimicos-aumento de cultivo	Organico-no ocasiona daños	Organico,mas sano	Organico-salud
	AFLUENCIA DE LOS COMERCIANTES	¿Considera que la existencia de un equipamiento destinado a un mercado de abastos en Cacatachi podrá generar una mejor afluencia de comerciantes?	Si considera-mayor produccion	beneficio y desarrollo	ventaja competitiva	Satisfacer las necesidades	No solo afluencia, sino mayor produccion	compra y venta	Si considera-mayor produccion	Beneficio de venta	Buena acogida	compra y venta	compra y venta	compra y venta	Satisfacer las necesidades	Si considera-mayor produccion	Satisfacer las necesidades
	INFORMALIDAD DEL COMERCIO	¿Al contar con un mercado de abastos usted cree que el comercio informal disminuirá en su Distrito?	mejor ingreso y beneficio	Impuestos	mejor ingreso y beneficio	Estrategias de ventas	Impuestos	mejor ingreso y beneficio	Impuestos	Estrategias de ventas	mejor ingreso y beneficio	Estrategias de ventas	mejor ingreso y beneficio	Impuestos	mejor ingreso y beneficio	Estrategias de ventas	Impuestos
	ARTICULACION DE SECTORES RURALES	¿Considera usted importante, que un mercado de abastos se consolide como un eje comercial para las zonas de comercializacion ?	Calidad de vida	Oferta y demanda	Oferta y demanda	Satisfacer las necesidades	Oferta y demanda	Calidad de vida	Estrategias de ventas	Calidad de vida	Estrategias de ventas	Oferta y demanda	Calidad de vida	Satisfacer las necesidades	Calidad de vida	Estrategias de ventas	Calidad de vida
TECNICAS DE COMERCIALIZACION	COMERCIALIZACION	¿Qué estrategias consideras para una comercialización?	Precio, promociones	Punto de ventas	Precio, promociones	Estrategias de ventas	Marketing	Punto de ventas	Promociones	Plan estrategico de ventas	Estrategias de ventas	Marketing	Promociones	Plan estrategico de ventas	Estrategias de ventas	Marketing	Promociones
	PRODUCTOS COMERCIALES CON MAYOR DEMANDA	¿Cuáles son los productos que mayormente vende?	Platano, yuca, frejol puspino	limon, coco	culantro, maracuya, naranja	Platano, yuca, frejol puspino	Guaba, coco, platano	maiz, aji dulce, culantro, platano	papaya, culantro, frejol puspino, aji dulce	platano	maiz, aji dulce, culantro, platano	maiz, aji dulce, culantro, platano	Platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca	platano, naranja, limon	papaya, culantro, frejol puspino, aji dulce	platano, naranja, limon

## ANEXO 16: Palabras claves de entrevista a la población.

SEGUNDA VARIABLE: ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONOMICA																	
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	ENTREVISTA ESTRUCTURADA	POBLACION: ACTORES ESTRATEGICOS PARA IDENTIFICAR LOS ASPECTOS SOCIALES DE LA ACTIVIDAD AGRARIA Y CONOCER LAS TECNICAS DE PRODUCCION AGRARIA DE UN MERCADO DE ABASTOS														
		PREGUNTAS ESTRUCTURADAS	Aselith Vargas Reategui	Enorith Rojas Acuña	Marisol Inga Rojas	Diverio Inga Rojas	John Guevara Rojas	Marcial García Rojas	Jorge Torres Rojas	Doris Mori Saldaña	Dennis Rojas Mori	Charo Rojas Mori	Blass Amasifú n Arévalo	Kattia Inga Tapullima	Guillermina Maicelo Lozano	Geiser Lozano Dávila	Aline Flores Dávila
SOCIAL	SECTORES AGRICOLAS RURALES	¿Usted tiene conocimiento de los sectores de producción que se dan en el distrito de Cacatachi?	Conocimiento de los sectores de producción	Mayor producción, mayor ventas	Conocimiento de productos	Desconoce	Desconoce	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Desconoce	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción
	AFLUENCIA DE LOS COMERCIANTES	¿Qué zona del distrito de Cacatachi usted visita para adquirir los productos agrarios de consumo?	Jr. San martin	Jr. Miguel grau	Jr. Independencia	No visita ninguna zona	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia
	INFORMALIDAD DEL COMERCIO	¿Usted cree, que en el distrito de Cacatachi existiera un Mercado de abastos, el comercio informal continuaría?	Contaminación ambiental	No considera	Reduciría la informalidad	No seguiría la informalidad	Si seguiría la informalidad	Si seguiría la informalidad	Controlaría un poco	No seguiría la informalidad	Reduciría la informalidad	Reduciría la informalidad	Controlaría un poco	Si seguiría la informalidad	No seguiría la informalidad	Si seguiría la informalidad	Si seguiría la informalidad
	ARTICULACION DE SECTORES RURALES	¿Usted cree que, de existir un Mercado de abastos en el distrito de Cacatachi, este pudiera ser el núcleo de comercialización de producción agraria?	Pleno desarrollo	Vender sus productos	Mejoraría la economía	Pleno desarrollo	Vender sus productos	Crecimiento de la ciudad	Desarrollo de la ciudad	Si, es importante	Crecimiento del comercio	Vender sus productos	Si, es importante	Vender sus productos	Si, es importante	Crecimiento del comercio	Crecimiento de la ciudad
TECNICAS DE COMERCIALIZACION	COMERCIALIZACION	¿Si contaría con un Mercado de abastados en el distrito de Cacatachi, usted seguiría comprando sus productos en los mismos espacios improvisados?	No, prefiero en el mercado- mas sano	No, prefiero en el mercado- mas sano	No, prefiero en el mercado	Si, Calidad de los productos	Si, Mas economico	No, prefiero en el mercado	No, prefiero en el mercado- mas sano	No, prefiero en el mercado- mas sano	No, prefiero en el mercado- mas sano	No, prefiero en el mercado- Variedades de productos	No, prefiero en el mercado- Precio justo	No, prefiero en el mercado- Variedades de productos	No, prefiero en el mercado- Precio justo	No, prefiero en el mercado- Variedades de productos	No, prefiero en el mercado- Precio justo
	PRODUCTOS COMERCIALES CON MAYOR DEMANDA	¿Cuáles son los productos agrarios que mayormente consume en el Distrito de Cacatachi?	Platano, yuca, culantro, coco, frejol puspino	platano	platano, yuca, frejol puspino	yuca	platano, yuca, frejol puspino	Platano, yuca, culantro, coco, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	platano	platano, yuca, culantro, coco, frejol puspino	platano	yuca	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	

## ANEXO 17: Palabras claves de entrevista a la población.

SEGUNDA VARIABLE: ACTIVIDAD AGRARIA Y ECONOMICA																		
CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	ENTREVISTA ESTRUCTURADA	POBLACION: ACTORES ESTRATEGICOS PARA IDENTIFICAR LOS ASPECTOS SOCIALES DE LA ACTIVIDAD AGRARIA Y CONOCER LAS TECNICAS DE PRODUCCION AGRARIA DE UN MERCADO DE ABASTOS															
		PREGUNTAS ESTRUCTURADAS	Roy Ing Tapullima	Javier Inga Flores	Nelida Vargas Arevalo	Amelia Rengifo Villacorta	Sidla Inga Sinarahua	Bella Flor Rodríguez García	Merlita Diaz Murrieta	Bernil Rodríguez Angulo	Giovanni Rojas Rojas	Sadith Florea Davila	Maura Elvira Flores Inga	Edson Gómez Ríos	Antonietta Alegría Saldaña	Sofía Sinarahua Tafur	Sofía Sinarahua Tafur	
SOCIAL	SECTORES AGRICOLAS RURALES	¿Usted tiene conocimiento de los sectores de producción que se dan en el distrito de Cacatachi?	Desconoce	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Desconoce	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Mayor producción-ventas	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	Conocimiento de los sectores de producción	
	AFLUENCIA DE LOS COMERCIANTES	¿Qué zona del distrito de Cacatachi usted visita para adquirir los productos agrarios de consumo?	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. Miguel grau	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. Miguel grau	Jr. San martin, Jr. Miguel grau	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	Jr. San martin	Jr. San martin, Jr. Miguel grau, Jr. Independencia	
	INFORMALIDAD DEL COMERCIO	¿Usted cree, que en el distrito de Cacatachi existiera un Mercado de abastos, el comercio informal continuaría?	Si, es importante	Si, es importante	Si, es importante	Si, es importante	Si, es importante	Si le parece factible	Si, es importante	No seguirá la informalidad	No seguirá la informalidad	No seguirá la informalidad	Si seguira la informalidad	Si, es importante	Si seguira la informalidad	Si, es importante	Si, es importante	
	ARTICULACION DE SECTORES RURALES	¿Usted cree que, de existir un Mercado de abastos en el distrito de Cacatachi, este pudiera ser el núcleo de comercialización de producción agraria?	Crecimiento de la ciudad	Desarrollo de la ciudad	Desarrollo de la ciudad	Crecimiento de la ciudad	Desarrollo de la ciudad	Si, es importante	Si, es importante	Crecimiento de la ciudad	Si, es importante	Crecimiento de la ciudad	Si, es importante	Si, beneficiaría	Desarrollo de la ciudad	Si, es importante	Crecimiento de la ciudad	
TECNICAS DE COMERCIALIZACION	COMERCIALIZACION	¿Si contaría con un Mercado de abastados en el distrito de Cacatachi, usted seguiría comprando sus productos en los mismos espacios improvisados?	No, prefiero en el mercado- Precio justo	No, prefiero en el mercado- mas sano	No, prefiero en el mercado- Variedades de productos	No, prefiero en el mercado- Calidad de los productos	No, prefiero en el mercado- Variedades de productos	No, prefiero en el mercado- Calidad de los productos	No, prefiero en el mercado- Calidad de los productos	No, prefiero en el mercado- Mas economico	No, prefiero en el mercado- Mas economico	No, prefiero en el mercado- Mas economico	No, prefiero en el mercado- Mas economico	No, prefiero en el mercado- Mas economico	No, prefiero en el mercado- Variedades de productos	No, prefiero en el mercado- Mas economico	No, prefiero en el mercado- Mas economico	
	PRODUCTOS COMERCIALES CON MAYOR DEMANDA	¿Cuáles son los productos agrarios que mayormente consume en el Distrito de Cacatachi?	platano, yuca, frejol puspino	Platano, yuca, culantro, coco, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca	platano, yuca	platano, yuca	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca, frejol puspino	platano, yuca	