



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Análisis de los espacios de transición en los supermercados de
la provincia de Sullana- 2023.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecto

AUTOR:

Ortiz Ruiz, Brayan Efrain (orcid.org/0000-0001-7673-5722)

ASESOR:

Ms. Romero Alamo, Juan Cesar Israel (orcid.org/0000-0001-6307-6924)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Urbanismo Sostenible

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

PIURA – PERÚ

2024

DEDICATORIA

Este trabajo fruto de mi constante esfuerzo y empeño va dedicado a las personas que más anhelo, a mi padre Silvio y mi madre Charito que son motivo por el cual sigo superándome y con su constante apoyo y sabios consejos me permiten alcanzar con éxito mis metas trazadas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por permitirme dar salud y bienestar y sobre todo guiarme en cada camino de mi vida que sigo constantemente. A mis padres y tías que indudablemente no dejan de apoyarme en cada momento, y a los docentes y amigos que me acompañaron durante mi etapa académica profesional.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ROMERO ALAMO JUAN CESAR ISRAEL, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "ANÁLISIS DE LOS ESPACIOS DE TRANSICIÓN EN LOS SUPERMERCADOS DE LA PROVINCIA DE SULLANA- 2023.", cuyo autor es ORTIZ RUIZ BRAYAN EFRAIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 11%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

PIURA, 06 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ROMERO ALAMO JUAN CESAR ISRAEL DNI: 45627561 ORCID: 0000-0001-6307-6924	Firmado electrónicamente por: JCROMEROA el 08- 07-2024 22:30:50

Código documento Trilce: TRI - 0798136



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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, ORTIZ RUIZ BRAYAN EFRAIN estudiante de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "ANÁLISIS DE LOS ESPACIOS DE TRANSICIÓN EN LOS SUPERMERCADOS DE LA PROVINCIA DE SULLANA- 2023.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

Nombres y Apellidos	Firma
BRAYAN EFRAIN ORTIZ RUIZ DNI: 72906974 ORCID: 0000-0001-7673-5722	Firmado electrónicamente por: BORTIZRU23 el 06-07- 2024 13:17:27

Código documento Trilce: TRI - 0798137

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de originalidad del autor/ autores	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO TEÓRICO	13
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	19
3.3. Escenario de estudio.....	20
3.4. Participantes.....	21
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
3.6. Procedimientos.....	23
3.7. Rigor científico.....	24
3.8. Método de análisis de la información.....	24
3.9. Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	26
V. CONCLUSIONES	47
VI. RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS	50
ANEXOS	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01. ¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios:	28
Tabla 02. ¿A cuáles de los siguientes supermercados suele acudir mayormente?:.....	29
Tabla 03. De acuerdo a las alternativas ¿Qué es lo que más concediera usted de un supermercado?:	30
Tabla 04. ¿Algunas veces se ha sentido incomodo al no poder salir con facilidad de un supermercado?:	31
Tabla 05. Según su experiencia como usuario ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de la Provincia de Sullana?:	32
Tabla 06. ¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?:	34
Tabla 07. ¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un supermercado de la provincia de Sullana?:	35
Tabla 08. ¿Considera usted que el supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?:	36
Tabla 09. De acuerdo a las siguientes alternativas ¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?:	37
Tabla 10. ¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar compartir experiencias con la gente?:	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01. Esquema de realización de variables	21
Figura 02. La ciudad de Sullana, tomada desde el plano catastral de Sullana propia.....	22
Figura 03. Delimitación de los 3 Supermercados, tomada desde el plano catastral de Sullana	23
Figura 04.: Resumen de ficha de observación 01.	27
Figura 05. ¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios?.....	28
Figura 06. ¿A cuáles de los siguientes Supermercados suele acudir mayormente?.....	29
Figura 07 ¿Qué es lo que más considera usted de un Supermercado?.....	30
Figura 08. ¿Algunas veces se ha sentido incómodo al no poder salir con facilidad de un Supermercado?.....	31
Figura 09. ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de la Provincia de Sullana?.....	32
Figura 10. Resumen de ficha de observación 02.....	33
Figura 11. ¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?.....	34
Figura 12. ¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana?.....	35
Figura 13. ¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?.....	36
Figura 14 ¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?.....	37
Figura 15 ¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente?.....	38
Figura 16: Resumen de ficha de observación	39

Resumen

El presente trabajo de investigación busca analizar los espacios de transición en los Supermercados de la Provincia de Sullana - 2023. En cuanto a la formulación del problema se planteó una metodología de enfoque cualitativo, con diseño y método de investigación fenomenológico, además la recolección de datos se realizó con las técnicas de encuestas, para conocer las sensaciones que les generan a las personas al percibir o integrar con los espacios comerciales así como también fichas de observación donde evaluara la relación espacial de los supermercados con relación al espacio público, y cómo influyen en el crecimiento social de la población. De esta manera se llega a conocer que los principales supermercados en la provincia de Sullana más acudidos por parte de la población al realizar las compras de sus artículos alimenticios son, Plaza Vea y Tottus, así como también se presentan características espaciales de yuxtaposición, como patios de comidas y áreas de recibo ubicadas al interior de las edificaciones, y que incluso los pasajes de circulación y pórticos son aquellos lugares neutrales que se relacionan con el contexto urbano. Y que la finalidad del proyecto nos permita conocer las características funcionales de yuxtaposición y encadenamiento que se ven reflejados mediante un lenguaje arquitectónico de privacidad en los supermercados de la provincia de Sullana.

Palabras clave: Espacios de transición, supermercados, contexto urbano.

Abstract

The present research work seeks to analyze the transition spaces in the Supermarkets of the Province of Sullana - 2023. Regarding the formulation of the problem, a qualitative approach methodology was proposed, with a phenomenological design and research method, in addition to data collection. It was carried out with survey techniques, to know the sensations generated in people when perceiving or integrating with commercial spaces as well as observation sheets where the spatial relationship of supermarkets in relation to public space was evaluated, and how they influence the social growth of the population. In this way, it is known that the main supermarkets in the province of Sullana most visited by the population when purchasing their food items are Plaza Vea and Tottus, as well as spatial characteristics of juxtaposition, such as patios. of meals and reception areas located inside the buildings, and that even the circulation passages and porches are those neutral places that relate to the urban context. And that the purpose of the project allows us to know the functional characteristics of juxtaposition and chaining that are reflected through an architectural language of privacy in the supermarkets of the province of Sullana.

Keywords: Transition Spaces, supermarkets, urban context.

I. INTRODUCCIÓN

Las edificaciones comerciales hoy en día son fundamentales en la sociedad, en donde mayormente los usuarios suelen ir a estos destinos esenciales con el fin de realizar actividades diarias, que incluso no solo son lugares para realizar compras, sino también para socializar, relajarse y disfrutar. Esto implica crear espacios accesibles y fluidos que faciliten la navegación y minimicen las barreras físicas. Además, la existencia de áreas compartidas puede impulsar la economía local al promover productos y conectar a los consumidores con proveedores locales.

Por lo tanto, los Supermercados hoy en día generan un gran flujo social, que permiten a las personas experimentar la idea de cómo ir de compras y producir encuentros comunitarios. Dado que hoy en día el comercio, es aquel que promueve el impulso productivo en ciudades y países del mundo, conllevando a la creación de núcleos estratégicos en las que se desarrollan actividades comerciales, que brinden mejores condiciones de conveniencia y comodidad a los compradores.

Además, las edificaciones comerciales deben de contar con áreas de transición es decir que puedan contar con espacios que relacionen el exterior y la necesidad de tener áreas de entorno adecuadas, hoy en día generan una problemática para los usuarios ya que no pueden tener un confort adecuado dentro de los espacios que usualmente son de manera delimitada con ciertos factores de privacidad, y no se relacionan con el ambiente público. De acuerdo con Padilla (2011), el espacio público tiene una importante función en el crecimiento social y económico de las urbes. Sin embargo, la aparición del conflicto entre lo privado y lo público provoca una pugna en la vida urbana social. Sobre esto puede decirse que la aparición de grandes supermercados podría tener la consideración de espacios privados que han sido abiertos al uso público.

Por lo tanto los espacios de transición cumplen un rol en la función espacial de los supermercados, ya que permiten analizar diversos factores ya sea, espaciales, urbanos, o incluso sociales; así como de la evaluación de las actividades o usos de dichos lugares y de las percepciones de los habitantes sobre lo que sucede en su territorio, por ello es propicio que esta investigación se tenga como finalidad analizar la existencia de espacios de transición en edificaciones

comerciales en la provincia de Sullana, y en ella poder identificar la conexión existente de espacios públicos-privados, abiertos-cerrados, así como colectivos-individuales.

Inclusive es esencial analizar estos espacios, ya que permiten desarrollar una diferente percepción a los usuarios que especialmente acuden a los supermercados, e incluso ordenan la composición espacial, generando un aspecto continuo a la ciudad. De cierto modo las actividades sociales suelen desarrollarse en diferentes espacios, por ende, en lugar de simplemente diseñarse áreas con flujos de circulación, se puede crear una conexión entre los espacios públicos y privados.

En la provincia de Sullana se puede evidenciar que existen edificaciones comerciales en donde no se ven reflejados los nodos de transición que hacen que los espacios sean más particulares, e incluso que fomenten el desarrollo en la ciudad y su urbanismo. Así como también un factor importante que no se considera es el espacio y el diseño del Supermercado, si bien sabemos el clima de la región es demasiado caluroso y pues los ciudadanos preferimos espacios abiertos y servicios al aire libre. Sin embargo, dentro de la Provincia no se logra encontrar en gran porcentaje de lo que el usuario busca.

Además, este proyecto de investigación, establece como objetivo general, el analizar los espacios de transición en los Supermercados de la Provincia de Sullana - 2023. Lo cual nos conlleva a una variedad de incógnitas que nos dan a conocer los objetivos específicos, los cuales son:

- Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023.
- Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.
- Definir las características de los espacios de transición en los Supermercados de la provincia de Sullana- 2023.

La realidad actual que reflejan los supermercados en la provincia de Sullana es especialmente la carencia de espacios expuestos al exterior urbano, y que la funcionalidad se encuentra consolidada en ambientes más privados, limitando las interacciones del usuario con su entorno inmediato. Por lo tanto, el estudio ayudará a futuras propuestas a analizar el impacto que cumplen los espacios de transición en los supermercados y en su contexto urbano.

II. MARCO TEÓRICO

Esta investigación se origina a partir de antecedentes con proyectos de igual similitud a nivel nacional e internacional para empezar, tenemos como antecedente internacional a **Amaya (2017), en su tesis titulada “Espacios de transición en los equipamientos culturales como elementos que potencian las dinámicas sociales”**. Lisboa, Portugal. Donde se tiene por objetivo principal el exponer el interés que cumple el equipamiento público con la congruencia en la ciudad, mediante una síntesis realizada a las áreas de transición de dichos edificios; plantea analizar la ciudad de Barcelona haciendo inca pie, en los espacios Colectivos, ya que cumplen una gran relevancia en la ciudad e incluso permiten analizar las consecuencias que se logran identificar en el ámbito social de las ciudades y barrios. Como consideraciones finales se tiene que la importancia de los Centros Cívicos es fundamental para identificar las fortalezas y puntos críticos de los espacios en la ciudad.

Según **Ruiz y Masaveu (2020), en su artículo de estudio “RETAIL 4.0: La nueva era de los Centros Comerciales”** Madrid. España. El cual plantea por objetivo el analizar en el retail 4.0, las transformaciones que afecta los centros comerciales y poder formular estrategias que proyecten el desarrollo a una nueva era. En donde se emplea una metodología de enfoque teórico y práctico que recopilara información de estudios profesionales, fuentes de investigación, noticias, informes, estadísticas y presentaciones. Concluyendo que, de acuerdo a la gran demanda existente del consumidor, se sugiere adaptar una flexibilidad de las nuevas tendencias en los supermercados, ofreciendo una vivencia grata al usuario.

De igual forma se tiene como antecedente Nacional, **Pérrigo (2021), en su tesis titulada “La Habitabilidad de los Espacios Públicos y su Incidencia en la Estructura Urbana en el Distrito de Salaverry, 2020”**. En donde se tuvo como finalidad especificar si los ambientes públicos influyen en la infraestructura urbanística del distrito de Salaverry. Se dio por objetivo evaluar y determinar los ambientes públicos en cuanto a la estructura urbana del Distrito, se obtuvieron resultados que muestran la existencia de espacios públicos con usos residuales que desintegran el paisaje urbano del distrito de Salaverry. De este modo el autor concluye que no existe un planeamiento urbano integral, con relación a los componentes físicos existentes como el clima, la duna y el mar, que son aspectos

socioculturales y de identidad en los espacios públicos.

Para **Trelles (2020)**), en su tesis titulada **“El comercio informal y sus factores influyentes en la degradación del espacio público del distrito del porvenir”**. En donde el autor plantea por objetivo analizar las cualidades que presentan los espacios inclusivos en las zonas colectivas, que posteriormente se aplicará a un centro educativo de el Porvenir. Este proyecto se realizó mediante un software de estadística SPSS V23, en donde se pudo identificar la excesiva acumulación informal del comercio, así como la deficiencia del espacio público en el Porvenir a causa del excesivo congestionamiento vehicular. Por tanto, esta investigación brinda una noción a las personas con capacidades diferentes, y la necesidad de evitar que estos se sientan excluidos y poder desenvolverse de manera personal. Por lo cual se tiene por conclusión que se necesitan espacios que puedan generar confort térmico y visual en determinados lugares, e incluso se recomienda utilizar espacios simples, abiertos y con formas arquitectónicas bien definidas para un diseño inclusivo e integral.

Si bien es cierto, los rápidos cambios físicos del último siglo han llevado a la incertidumbre y la falta de sentido de los espacios de transición, y a la interacción del hombre y el entorno. Es decir, un espacio de transición produce conocimiento compartido y democratiza los datos para aumentar la capacidad de los ciudadanos urbanos, ya sea por su capacidad de movimiento e interacción, basándose así en procesos sensoriales asociados con la exploración del entorno. Estos espacios están determinados por el ajuste entre la estructura, las habilidades y las capacidades de movimiento de las personas y las propiedades del entorno relacionadas con la acción.

Según, Borja y Muxi (2003). Salvar la oportunidad de conectar a las personas de la ciudad para compartir tiempo y espacio afirma su capacidad como lugar cercano y simultáneo, pero no como un lugar utópico ideal, sino como un lugar posible de libertad y trascendencia.

Las transiciones urbanas, han aplicado principalmente modelos conceptuales en la ciudad compacta como, el crecimiento inteligente, la ciudad ecológica, la ciudad inteligente y varias ideas, que hasta cierto punto contienen características colectivas urbanas, estas se refieren a procesos de transición estructural, cambios multidimensionales y radicales, que pueden dirigir eficazmente el desarrollo urbano hacia objetivos ambiciosos de sostenibilidad.

La existencia de los espacios públicos, son producto de las necesidades poblacionales, ya sea para satisfacer sus actividades y anhelos de ocio, o incluso poder tener interacción de sostenibilidad ambiental con la naturaleza; donde las personas no logran encontrar en sus congestionados y agitados escenarios cotidianos de residencia y trabajo” Durán,(2005, pg. 62).

La consideración cuidadosa del contexto y su entorno, así como las necesidades de la comunidad, son las fuerzas detrás de la creación de cualquier espacio. Estos espacios de transición están destinados a cumplir una función definida y se articulan de acuerdo con la conectividad y privacidad que cada espacio requiere. Por lo tanto, generan frecuentemente una oportunidad espacial y pueden usarse como extensión para una variedad de actividades. Dado que no podemos actuar a una distancia indefinida, y es de primordial importancia representar el espacio más cercano a nosotros.

En la actualidad el espacio periférico se vuelve cada vez más complejo y diversificado, y es comparado con el modelo de ciudad norteamericana donde las clases más pudientes son las que se trasladan hacia la periferia. Este proceso está asociado a la masificación del uso del automóvil particular, el cual “jugó un papel fundamental en la composición de las ciudades latinoamericanas” Hibernaos y Lindón,(2004, pg. 117). Los elementos de diseño contribuyen mucho a los espacios de transición, ya sea, pasillos, cuerpos de agua, aberturas como entradas, caminos, terrenos, patios, jardines, enrejados, pérgolas, vestíbulos, etc. Si no hay un espacio definido, el confinamiento por algunos de los elementos anteriores hará que el espacio sea funcional y sensato. Los espacios de transición ayudan mucho más en aspectos climatológicos y sus características varían según la topografía y condiciones climáticas de esa región en particular. El principal atributo que hace que estos espacios de transición sean significativos es que no tienen muchas restricciones funcionales o de diseño ni ningún prototipo que los confine.

Delgado (2006) Nos habla que al mencionar los espacios de transición nos estamos refiriendo a aquellos espacios que sobrevaloran la dimensión urbana, permitiendo asumir que lo rural o sus remanentes se subsumen en esa área”

La noción de estos espacios permite adoptar muchas formas diferentes, pueden ser, públicos o privados, simples y directos, como una puerta, o más complejos y

multifuncionales, como la terminal de un aeropuerto y su finalidad es crear una conexión entre dos zonas diferentes. En algunos casos, los espacios de transición están diseñados para ser estéticamente agradables. Por espacios de transición, se entiende que son aquellos que se relacionan entre lo colectivo y lo individual, lo abierto y lo cerrado, lo público y lo privado. Estos términos contrastantes contienen todas las características que los definen, tanto de manera arquitectónica urbana como socioeconómica. Lobera y Cenía, (2022, pg.1).

Por último, se sabe que un espacio de transición es un área de un edificio que conecta dos áreas funcionales diferentes. Puede ser un espacio interno o externo y por lo general, está diseñado para proporcionar una transición suave entre dos áreas.

Por otro lado, las principales ciudades de los países en desarrollo tienen una gran concentración de supermercados y la razón principal es el crecimiento de la población urbana con niveles comparativamente más altos de ingresos disponibles, que de tal manera, el fenómeno de las compras, han generado con el tiempo la existencia de mercados, comercios, pasajes y establecimientos, y con el efecto de los desarrollos y cambios sociales, económicos y tecnológicos que dan nacimiento a los supermercados. Según Flores y Plenge (2020) Nos dice que el surgimiento de edificios comerciales deriva de las necesidades que tienen los usuarios cuando compran, socializan e incluso realizan actividades culturales. (p.24).

Si bien es cierto los supermercados revitalizan las localidades de las áreas urbanas al proporcionar empleos, creando diversidad y oportunidades para la interacción social. Es decir, los supermercados interactúan con otras actividades sociales, culturales y turísticas de la comunidad, algunas de las cuales tienen ramificaciones económicas positivas. En donde se puede identificar que las personas adultas pasan más tiempo en los supermercados que en cualquier otro lugar además del hogar y el lugar de trabajo. Por supuesto, ese tiempo invertido puede tener un impacto económico positivo.

Según CACI (citado en Cushman & Wakefield, 2019), nos da a entender que mayormente los usuarios que suelen acudir a los supermercados pasan un 89% de su tiempo en el destino, ya sea realizando labores de compra o realizando actividades de ocio.

Los supermercados en el Perú, reflejan el entorno en el que pasa a primer plano un consumo intensificado y estandarizado. Dado que, en el contexto del capitalismo, los espacios modernos de uso comercial fueron establecidos por grandes sociedades económicas tanto chilenas como peruanas, especialmente en los supermercados. Estos se han ampliado y ahora conviven con otros espacios comerciales que no han sido superados por el espacio urbano, como mercados de abastos, espacios populares y galerías, así como mercadillos y calles principales. Esta heterogeneidad de espacios y bienes ofrecidos produjo una diversificación en los hábitos del consumidor peruano.

Flores y Plenge (2020) afirma. Para los peruanos, los supermercados no son sólo lugares para comprar y vender, sino que también desempeñan un papel en la sociedad y compensan la falta de espacio público. (p.24)

Sin embargo, la calidad pública de los nuevos centros, ha permitido generar nuevos espacios de socialización, como lugares donde la gente pueda reunirse, realizar diversas actividades y divertirse, salvando a la gente de los problemas de la vida social. Todo ciudadano siempre aspira a tener espacios confortables, de recreación que permitan desarrollar actividades de manera propicia y de su agrado donde el comercio genere percepciones de que esto sea realmente posible.

Briceño-Ávila (2018). Así como también el diseño de los supermercados para la organización del espacio y para que los usuarios puedan comprar con mayor comodidad. Sin embargo, el hecho de que estos tengan un esquema planificado complejo también trae algunas dificultades en la creación de organizaciones espaciales.

En la planificación arquitectónica de los supermercados, en este caso de edificios comerciales, se eliminan los obstáculos que pueden dificultar que las personas encuentren su camino y el cliente puede llegar a su destino lo antes posible, incluso la visibilidad de las tiendas es alta y se consideran que pasan a primer plano.

Según Frasquet y Valletbellmunt (2001, citado en Marín de la Cruz & Martín Cerdeño, 2013), las características fundamentales de las edificaciones comerciales son tanto tangibles (tecnología, entorno y accesibilidad), e incluso intangibles como (gestión comercial, servicios, financieros, estrategia).

En este sentido, se necesita una estrategia hábil para colocar elementos espaciales como la entrada, la circulación vertical y horizontal en los supermercados, dado que estos problemas en realidad conllevan cierta planificación y dificultades en el diseño de estos. Se dice que los supermercados se encuentran a la vanguardia del desarrollo de la nueva planificación urbana y en este caso también de la reconstrucción de espacios urbanos, en donde se permita contribuir con la hiperseguridad social. (Gregory 2006, Low 2004, Caldeira, 2000).

Por lo tanto, la relación de espacio-usuario es pieza clave en los supermercados ya que permite desarrollar una estructura compleja y funcional. Si bien es cierto los supermercados, hoy en día no reflejan el paisaje espacial con relación al exterior urbano. En este sentido se hará uso los instrumentos de medición como encuesta y fichas de observación que nos van a permitir medir las variables tanto de supermercado como espacio de transición,

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Enfoque

Esta investigación es de criterio cualitativo, ya que se pretende analizar la influencia que cumplen los espacios de transición en los Supermercados desde un aspecto espacial, contrastando la realidad actual del usuario y su entorno adecuado.

3.1.2. Diseño o método de investigación

- Se considera que es un estudio fenomenológico por que se evalúa en cómo el usuario interactúa en las edificaciones comerciales con relación al ambiente público.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Categoría 1 Espacio de transición

Definición conceptual: Según Lobera y Cenía, (2022), los espacios de transición son aquellos que se relacionan entre, lo colectivo y lo individual, lo abierto y lo cerrado, lo público y lo privado. Estos términos contrastantes contienen todas las características que los definen, tanto de manera arquitectónica urbana como socioeconómica (pg.1).

Categoría 2 Supermercado

Definición conceptual: Según la Real Academia Española, el supermercado es considerado como un establecimiento en donde se vende todo tipo de alimentos, productos de limpieza, bebidas, etc., y donde el usuario se sirve por sí solo e incluso poder pagar los productos a la salida.

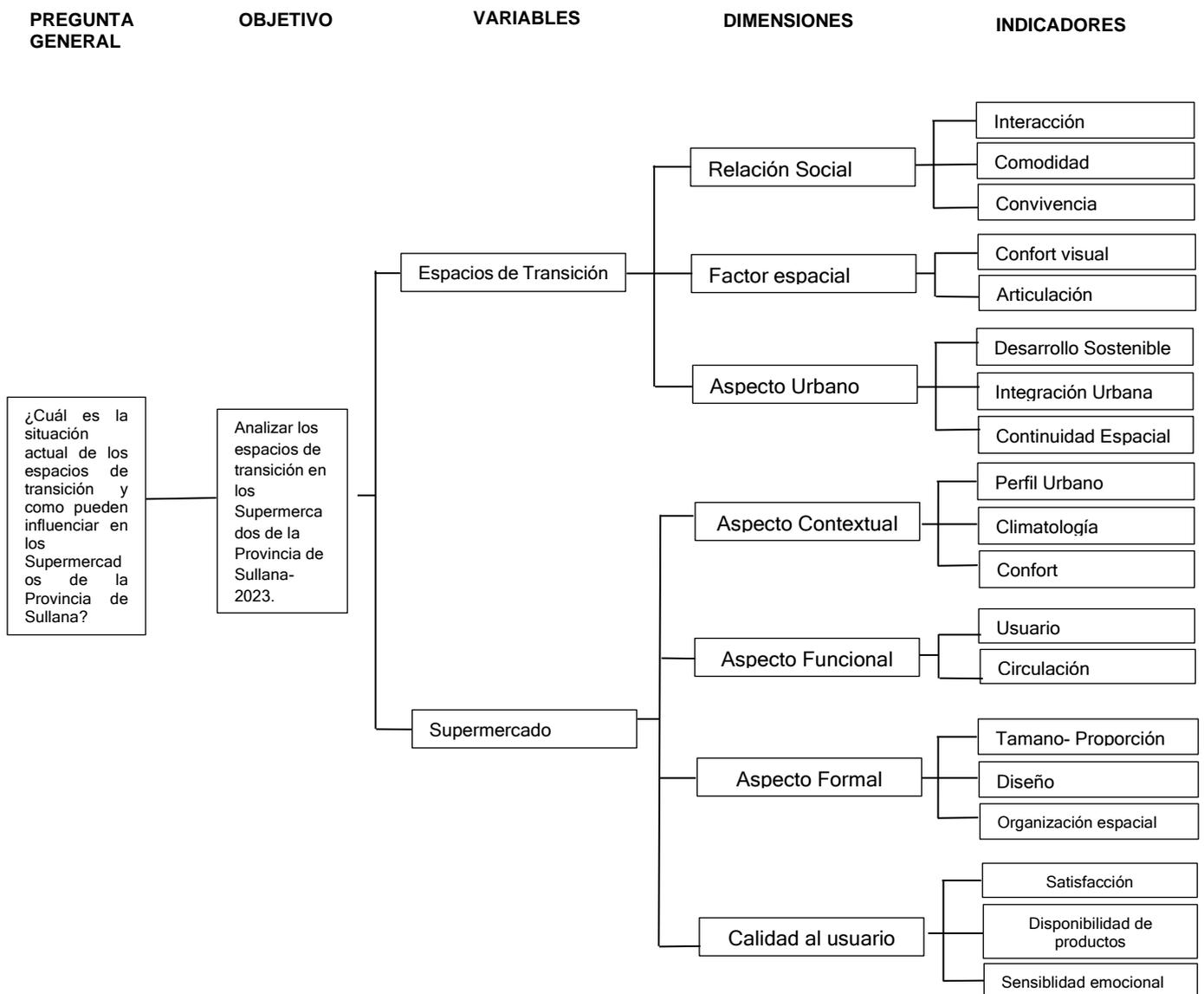


Figura 01: Esquema de realización de variables

3.3. Escenario de estudio

En esta presente investigación se optó por analizar la Ciudad de Sullana como principal escenario de estudio, el cual se ubica en la provincia de Sullana, y departamento de Piura, limitando con las riberas del río Chira, dentro de las vías principales encontramos, la Av. José de Lama, Carretera Panamericana Norte, Av. Santa Rosa, y calle Buenos Aires.

Por lo cual se toma como análisis 3 supermercados existentes de la ciudad de Sullana, en donde se realiza una extensa actividad comercial.

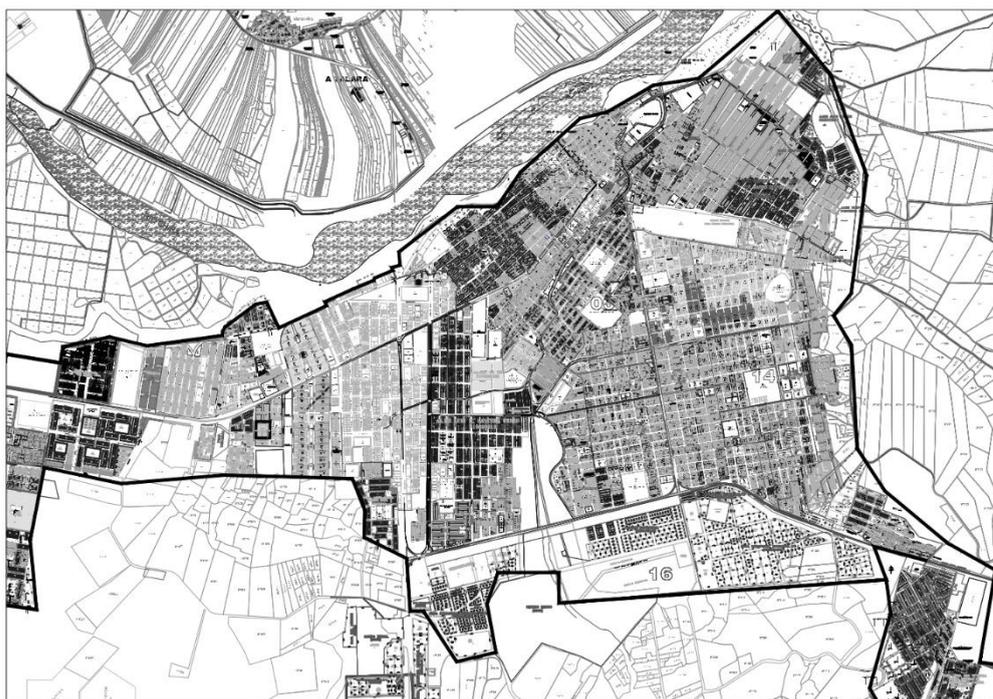


Figura 02: La ciudad de Sullana, tomada desde el plano catastral de Sullana
Fuente: Elaboración propia

3.4. Participantes

En esta presente investigación existirán dos tipos de participantes de acuerdo al estudio correspondientes. Según Palella y Martins (2008), define una muestra como: "...una porción o subconjunto de una población cuyas características deben reproducirse con la mayor precisión posible" (p.93).

Como primer participante se tendrá al "territorio físico", donde se obtendrá la muestra de tipo no probabilística. Según Cuesta, (2009) El muestreo no probabilístico es un método en el que se recolecta una muestra en donde la cantidad total de los individuos poblacionales no tienen las mismas posibilidades de ser seleccionados.

Por lo tanto, el muestreo no probabilístico será correspondiente 3 de los supermercados existentes en la ciudad de Sullana, elegidos a criterio propio de forma estrategia de acuerdo al factor de ubicación de estos mismo, los cuales son Supermercado Plaza Veá, Tottus y Precio Uno, cabe mencionar que estas edificaciones comerciales se encuentran dentro del rango excesivo de mayor actividad comercial en la provincia de Sullana, por lo cual es estratégica su propicia elección.



Figura 03: Delimitación de los 3 Supermercados, tomada desde el plano catastral de Sullana.
Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, para los participantes “humanos” se hará uso de una muestra probabilística. Según explica Hernández (2012) La principal ventaja del muestreo probabilístico es su mecanismo, que permite la aplicación de teorías estadísticas para el estudio de las propiedades muestrales de valores poblacionales (p. 21).

Según los resultados del censo realizado el año 2017 por el INEI, la provincia de Sullana alberga 311 454 habitantes. Por lo cual se hizo uso de una fórmula de muestreo aleatorio, de población finita para conocer el tamaño de la muestra, la cual sería:

$$n = \frac{N * Za^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Za^2 * p * q}$$

$$n = 68 \text{ habitantes}$$

La muestra será determinada por 68 habitantes los cuales serán encuestados con el fin de fundamentar las variables de supermercado y contexto urbano en la provincia de Sullana.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Observación

Se utilizará la observación como método de medición para las variables establecidas en el proyecto, como son espacio de transición y supermercados, además como factor de análisis se observará la relación espacial de los supermercados con relación al espacio público, y cómo influyen en el crecimiento social de la población en la provincia de Sullana.

Encuesta

La encuesta como técnica de evaluación, es un método que nos va a permitir obtener datos mediante preguntas o afirmaciones de las personas, para conocer las sensaciones que les generan al percibir o integrar con los espacios comerciales.

3.6. Procedimientos

Esta presente investigación tubo como procedimientos, la descripción y explicación de la realidad problemática, después con la formulación del problema, parar establecer los objetivos, del mismo modo, se consideró las dos variables de investigación, así como también la tabla de operacionalización de las variables divididas en indicadores conforme al objetivo general y específicos. Finalmente los instrumentos serán aplicados haciendo recopilación de datos mediante fichas de observación para un análisis espacial , además se hará uso de encuestas como factor adicional para conocer las percepciones del usuario con relación al exterior urbano de la provincia de Sullana, en el primer objetivo se utilizarán las fichas de observación ,con el fin de determinar los espacios de transición en la provincia de Sullana, así como también los supermercados estratégicamente seleccionados, continuando con los resultados, se realizará la discusión en función al marco teórico y terminar con la conclusión y recomendaciones.

3.7. Rigor científico

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Comprende la búsqueda de coherencia explicativa y la reconstrucción teórica, correspondiendo a la confiabilidad y validez en la investigación cuantitativa, se utilizan las siguientes técnicas: dependencia o consistencia lógica, así como transferibilidad, aplicabilidad, o confiabilidad.

Esta presente investigación es de manera confiable ya que será evaluada por distintos especialistas.

3.8. Método de análisis de la información

Se analizarán las variables de la investigación como es, espacio de transición y supermercados, cuyo objetivo será analizar la existencia de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana, junto con los antecedentes y fenómenos estudiados se podrá tener una base de conocimiento para finalmente tener las conclusiones.

3.9. Aspectos éticos

Los resultados de este proyecto se determinarán evaluando su confidencialidad, no utilizando la información proporcionada para ningún propósito ajeno a la presente investigación y tomando las perspectivas de los encuestados. Todos los modelos, guías y técnicas se llevarán en consideración sin daño a la propiedad privada, bienes propios o el área examinada, incluyendo las fotos obtenidas del sector en las fichas de observación. Al final, los resultados serán precisos porque no habrá alteraciones, correcciones o cambios que afecten a otros proyectos o que parezcan duplicados.

Participación voluntaria: Se le preguntará al usuario si considera participar de manera voluntaria, y si no es así se respetará su decisión.

Riesgo: Informar a los participantes sobre cualquier riesgo o daño asociado con la participación en la investigación. Por lo cual, si surge una pregunta incómoda, se puede optar por responder o no.

Beneficios: Se dará a conocer que el proyecto investigado será brindado a la institución al ya haber culminado la investigación. Así mismo, ello no contribuye a la salud individual, más si a los resultados investigados podrán beneficiar a la salud pública.

Confidencialidad: La información obtenida se mantendrá confidencial y no se revelará la identidad de los participantes. Nos aseguramos de que la información proporcionada se mantenga estrictamente confidencial y se utilice únicamente con fines de investigación. Por lo tanto, estos datos serán almacenados por el investigador principal y podrán eliminarse fácilmente después de un tiempo.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS

Objetivo específico 01: *Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023.*

Ficha de Observación 01 (Anexo 03)	Encuesta 01 (Anexo 02)
---	-------------------------------

• Resumen ficha de observación 01



FICHA DE OBSERVACIÓN

Análisis de los espacios de transición en los Supermercados de la Provincia de Sullana- 2023.

LAMINA:

01

SUPERMERCADOS					TOTTUS	PLAZA VEA	PRECIO UNO	
					 <small>Descripción: Es una edificación comercial ubicada en Av. Panamericana N°146-Urb Santa Rosa, construida en el año 2013, además cuenta con un área de 8.034 m2.</small>	 <small>Descripción: Ubicada en Calle Plaza de Armas, Sector Centro de Sullana, construida en el año 2007 además cuenta con un área de 3 200 m2.</small>	 <small>Descripción: Ubicada en Av. Central Buenos Aires, Mz A2, construida en el año 2018, además cuenta con un área de 2.922 m2.</small>	
Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADOR				
	SUPERMERCADO	ASPECTO FORMAL	TAMAÑO-PROPORCION	FACHADAS	Jerárquica	X	X	X
					Deprimida	X	-	-
					Atractiva	-	-	-
				TAMAÑO DE EDIFICACION	Alta	-	X	-
					Media	X	-	X
					Baja	-	-	-
		UBICACIÓN	VIAS DE ACCESO	Avenida Principal	X	-	-	
				Vías Colectoras	-	-	X	
				Calles Secundarias	X	X	X	
				Vías arteriales	X	-	-	
				Vías peatonales	-	X	-	
			ZONIFICACION	Comercio Metropolitano	X	-	X	
Comercio Especializado				-	-	-		
Comercio Zonal	-	X	-					

LEYENDA: X Cuenta con la característica. - No cuenta con la característica.

Figura 04: Resumen de ficha de observación 01.

Fuente: Elaboración propia

- Encuesta 01

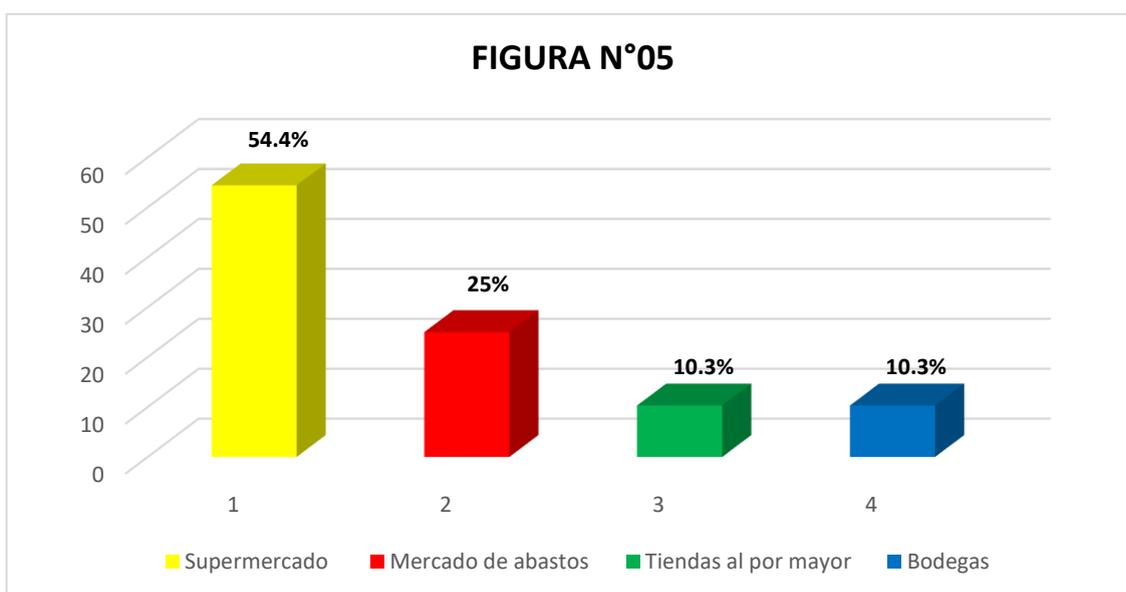
TABLA N°01

¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios?:

RESPUESTA	PORCENTAJE
Supermercado	54.4%
Mercado de abastos	25%
Tiendas al por mayor	10.3%
Bodegas	10.3%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Interpretación:

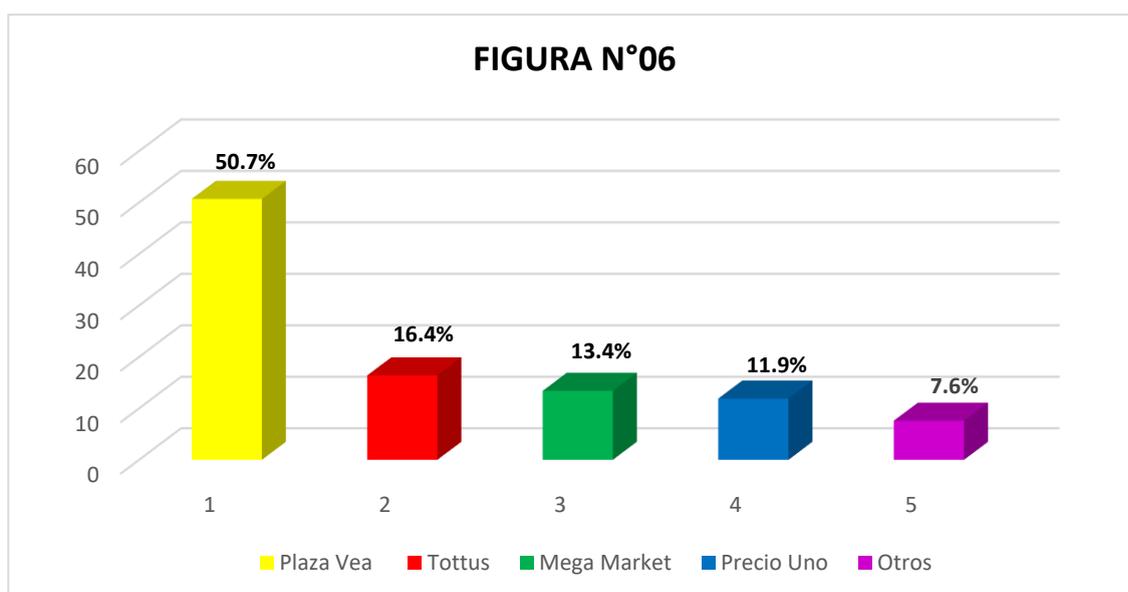
De acuerdo al indicador usuario, se obtuvo un resultado de 54.4% de personas que afirmaron acudir a los supermercados a realizar las compras de sus artículos alimenticios, así como un 25% a Mercados de abastos, 10.3% tiendas al por mayor, así mismo un 10.35 afirmaron que suelen acudir a bodegas, cabe recalcar que mediante esta interrogante se pudo dar a conocer los tipos de establecimientos comerciales más acudidos en la provincia de Sullana.

TABLA N°02

¿A cuáles de los siguientes Supermercados suele acudir mayormente:

RESPUESTA	PORCENTAJE
Plaza Vea	50.7%
Tottus	16.4%
Mega Market	13.4%
Precio Uno	11.9%
Otros.	7.6%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

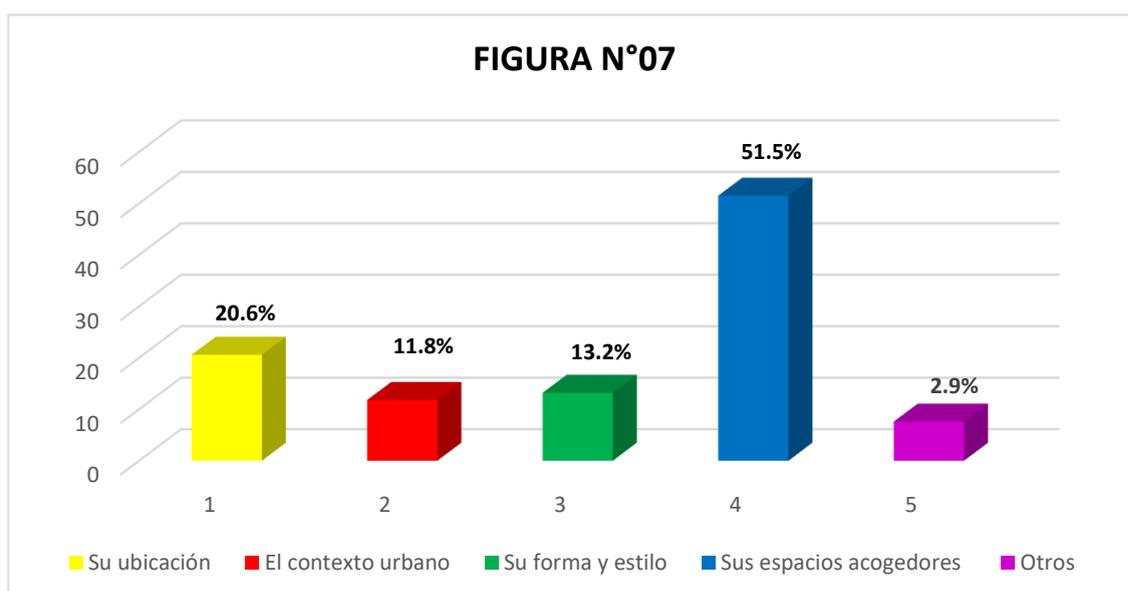
Con relación al indicador usuario, los resultados muestran que el 50.7% de personas acuden al supermercado Plaza Vea, así como también el 16.4% a Tottus, mientras que el 13.4% a Mega Market, el 11.9% a Precio Uno, y por último el 7.6% a otros supermercados. Por lo cual mediante esta interrogante podemos conocer a cuáles de los supermercados existentes suele acudir mayormente la población.

TABLA N°03

De acuerdo a las siguientes alternativas ¿Qué es lo que más considera usted de un Supermercado?:

RESPUESTA	PORCENTAJE
Su ubicación	20.6%
El contexto urbano	11.8%
Su Forma y estilo	13.2%
Sus espacios acogedores	51.5%
Otros.	2.9%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

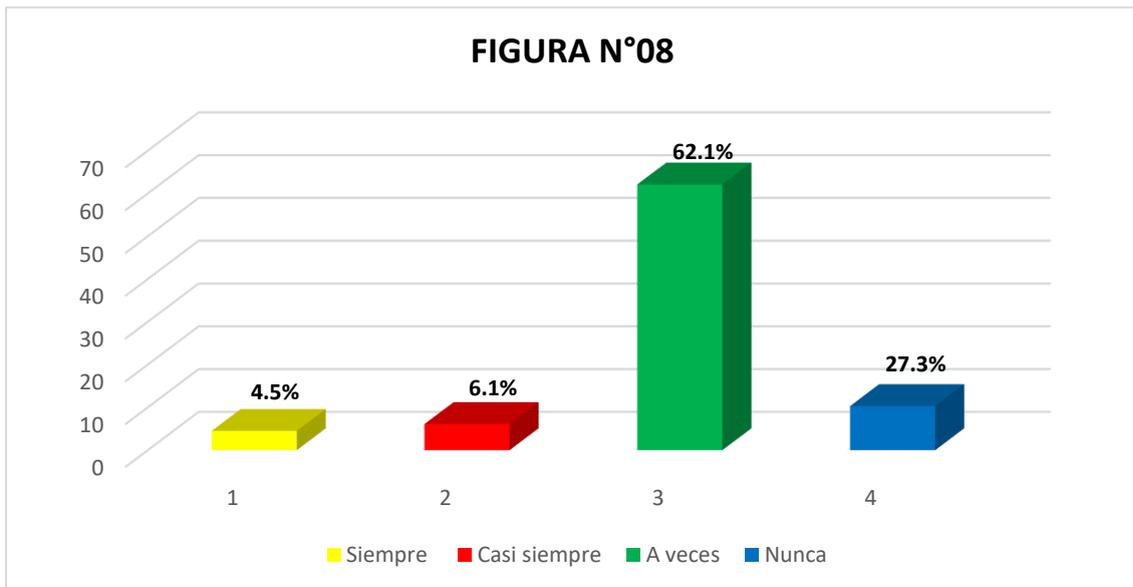
Según los resultados obtenidos, en cuanto a la interrogante: ¿Qué es lo que más considera de un Supermercado ?, se obtuvo que un 20.6% consideran que es por su ubicación, así como un 11.8% por el contexto urbano, 13.2% por su forma y estilo, seguido de 51.5% mencionan que lo que más resaltante de un supermercado son sus espacios acogedores, y por último un 7.6 respondieron que consideran otros

TABLA N°04

¿Algunas veces se ha sentido incómodo al no poder salir con facilidad de un Supermercado?

RESPUESTA	PORCENTAJE
Siempre	4.5%
Casi siempre	6.1%
A veces	62.1%
Nunca	27.3%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

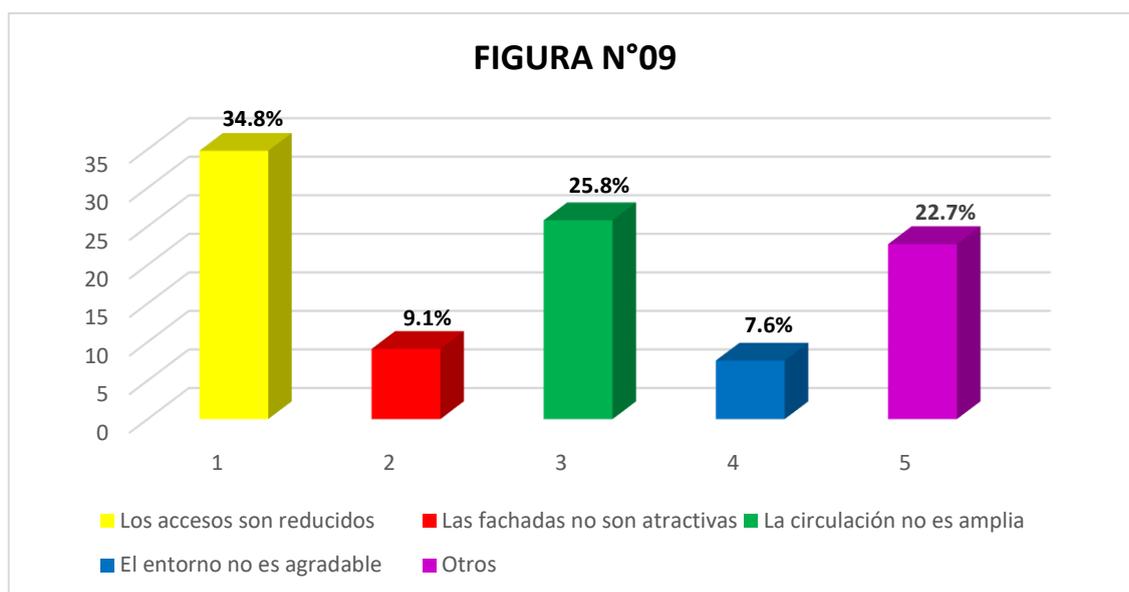
En cuanto las afirmaciones obtenidas para conocer si las personas algunas veces se han sentido incomodas al no poder salir con facilidad de un Supermercado, el 4.5% respondió que Siempre, el 6.1% casi siempre, así como también el 62.1% afirmó que a veces y por último el 27.3% nunca; esta interrogante pertenece a la dimensión circulación, lo cual nos permite conocer las perspectivas de las personas en cuanto al flujo peatonal tanto al interior como exterior de la edificación.

TABLA N°05

Según su experiencia como usuario ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de la Provincia de Sullana?

RESPUESTA	PORCENTAJE
Los accesos son reducidos	34.8%
Las fachadas no son atractivas	9.1%
La circulación no es amplia	25.8%
El entorno no es agradable	7.6%
Otros.	22.7%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

Según los resultados obtenidos en cuanto a la experiencia del usuario, y que defectos suelen considerar que tienen los supermercados de la provincia de Sullana, se obtuvo que el 34.8% consideran los accesos reducidos, un 9.1% que las fachadas no son atractivas, así como el 25.8% que la circulación no es amplia, seguido un 7.6% que el entorno no es agradable y un 22.7% afirmaron que existen otros defectos en los supermercados de la Provincia de Sullana.

- **Objetivo específico 02:** Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

Ficha de Observación 02 (Anexo 04)	Encuesta 01 (Anexo 02)
------------------------------------	------------------------

- **Resumen ficha de observación 02**

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN				LAMINA:
		Análisis de los espacios de transición en los Supermercados de la Provincia de Sullana- 2023.				02
Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.		CONTEXTO URBANO		TOTTUS	PLAZA VEA	PRECIO UNO
		VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADOR	
			Descripción: El supermercado se da a través de una avenida principal, las edificaciones o equipamientos colindantes son de carácter comercial, además el perfil de la edificación no cuenta con cubiertas, incluso carece de espacios con encuentros sociales hacia el exterior urbano.	Descripción: El contexto urbano de la edificación es de carácter comercial, cultural y recreativo ya que los equipamientos más resaltantes son la plaza de armas, junto con la iglesia matriz, sin embargo, no existe ningún elemento arquitectónico que permita articular con dichos equipamientos.	Descripción: los equipamientos cercanos son de comercio metropolitano, incluso la edificación comercial se relaciona a través de un pórtico, ubicado al ingreso del establecimiento que genera una zona de encuentro para el usuario, además no cuenta con cubiertas en su diseño, áreas verdes, ni mobiliario exterior.	
ESPACIO DE TRANSICIÓN	INTEGRACIÓN URBANA	PERFIL URBANO	Vías	X	X	X
			Veredas	X	-	X
			Iluminación Pública	X	X	X
			Equipamientos cercanos	X	X	X
		CONTINUIDAD ESPACIAL	Espacio de circulación exterior	-	-	X
			Zonas de encuentro	-	X	X
			Mobiliario exterior	-	X	X
Arborización	X	X	-			
LEYENDA:		X	Cuenta con la característica.	--	No cuenta con la característica.	

Figura 10: Resumen de ficha de observación 02.

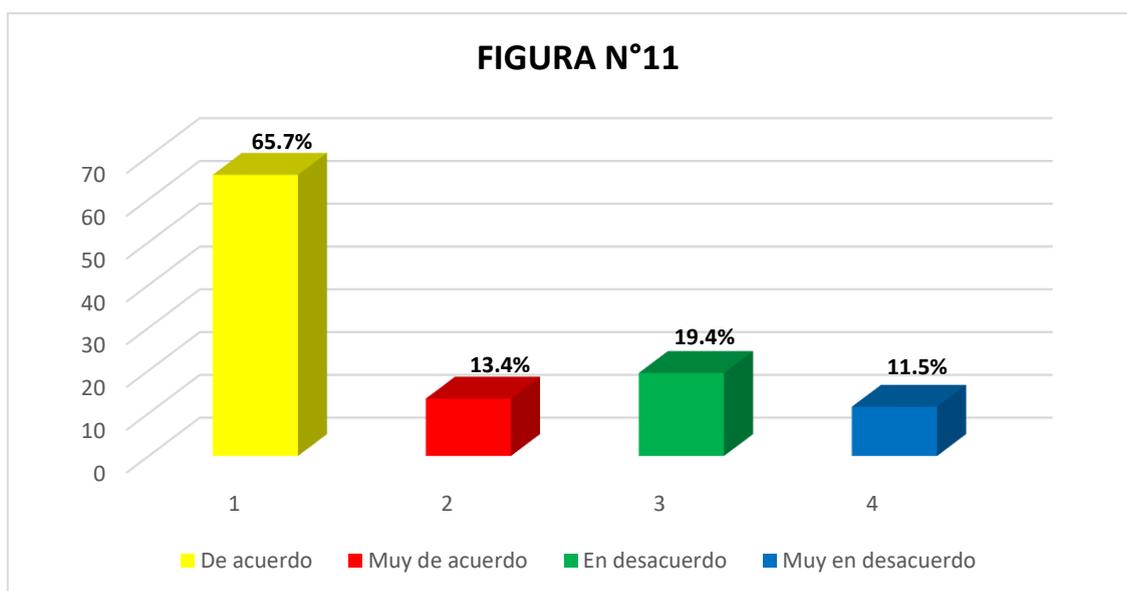
Fuente: Elaboración propia

TABLA N°06

¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?

RESPUESTA	PORCENTAJE
De acuerdo	65.7%
Muy de acuerdo	13.4%
En desacuerdo	19.4%
Muy en desacuerdo	11.5%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

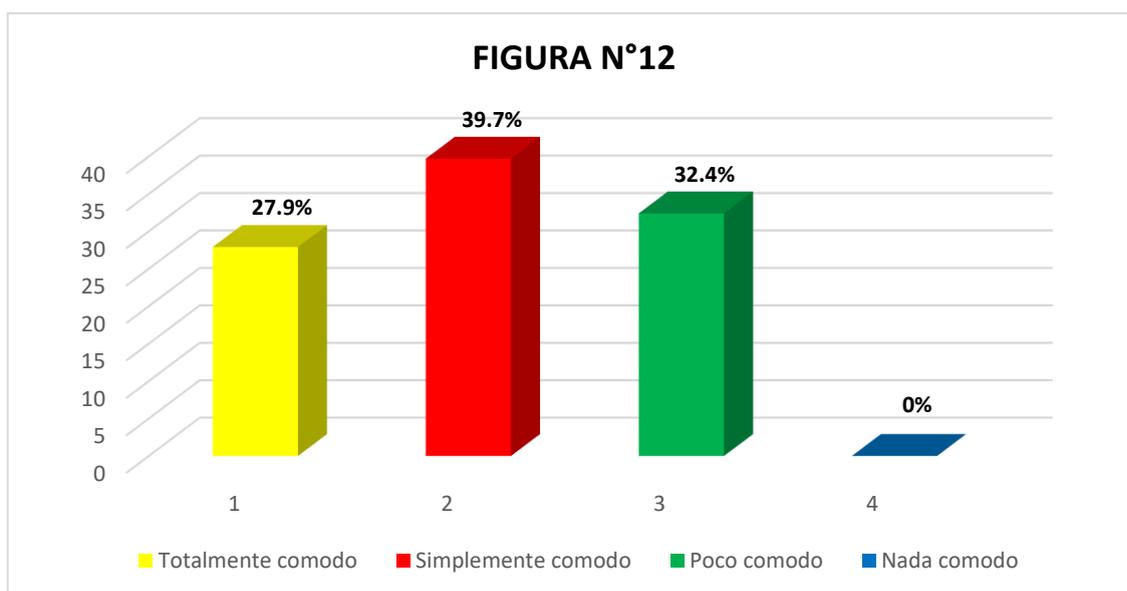
La mayoría de las personas afirmaron que están de acuerdo en que los Supermercados son lugares cómodos y accesibles teniendo un porcentaje de 65.7%, así mismo un 13.4% están muy de acuerdo, un 19.4% están en desacuerdo y por último un 11.5% están muy en desacuerdo que estas edificaciones son actualmente lugares con factores de comodidad y accesibilidad es sus espacios.

TABLA N°07

¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana?

RESPUESTA	PORCENTAJE
Totalmente cómodo	27.9%
Simplemente cómodo	39.7%
Poco cómodo	32.4%
Nada cómodo	0%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

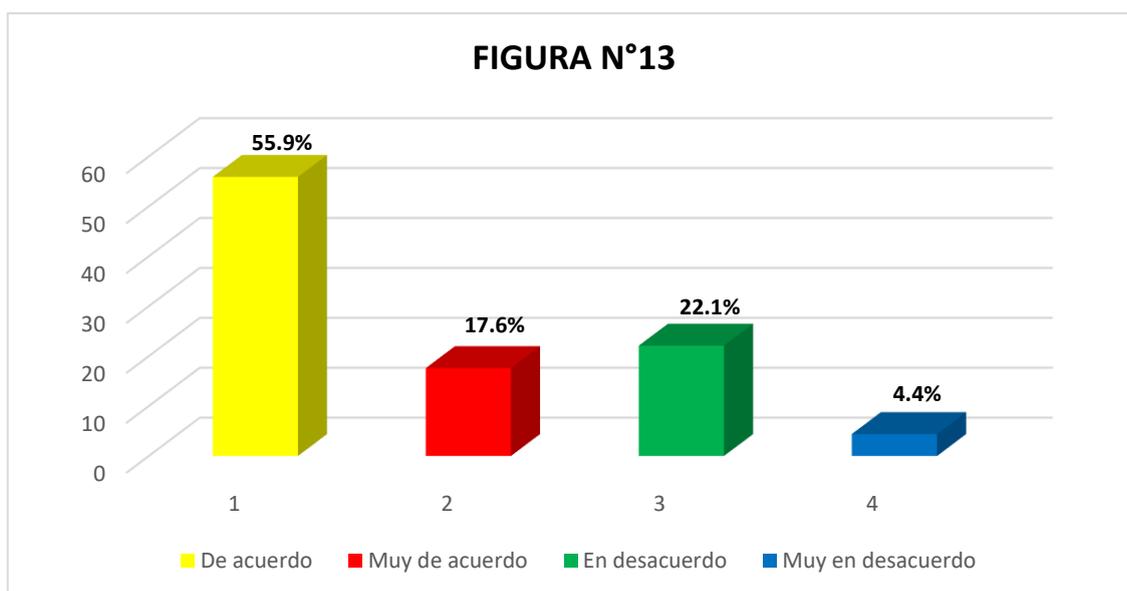
Según la Tabla N°07 en cuanto a la interrogante de ¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana? se obtuvieron resultados que muestran que el 27.9% en tan totalmente cómodos, un 39.7% afirmo que están simplemente cómodos, así como también un 32.4% poco cómodos y por último un 0% nada cómodos.

TABLA N°08

¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?

RESPUESTA	PORCENTAJE
De acuerdo	55.9%
Muy de acuerdo	17.6%
En desacuerdo	22.1%
Muy en desacuerdo	4.4%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

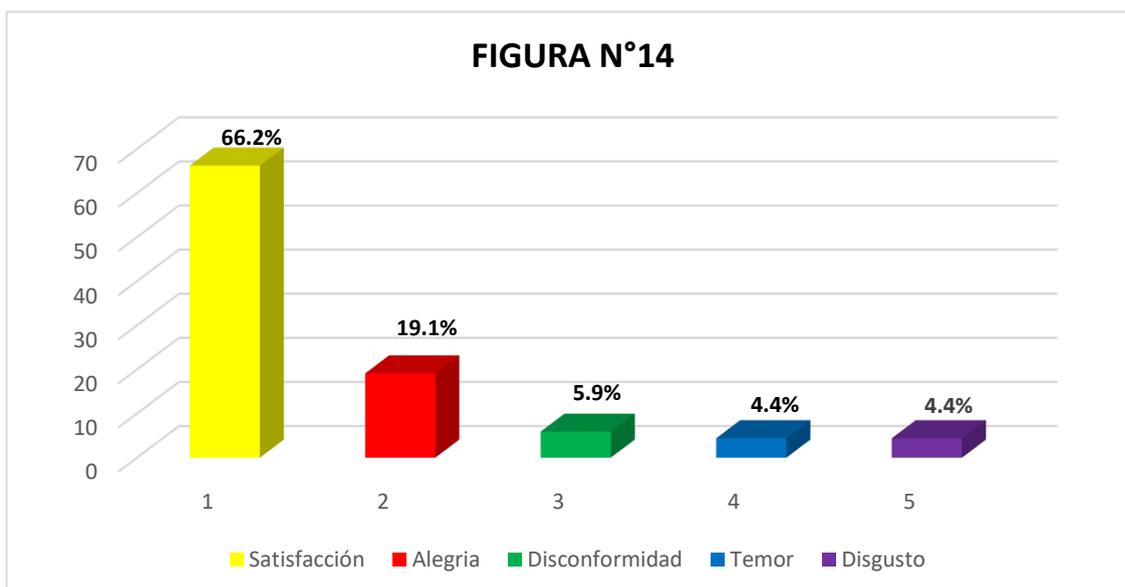
Según los resultados obtenidos en cuanto a la interrogante: ¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?, se obtuvo que el 55.9% de personas están de acuerdo, así como un 17.6% muy de acuerdo, el 22.1% en desacuerdo y de igual forma el 4.4% afirmaron que están muy en desacuerdo.

TABLA N°09

De acuerdo a las siguientes alternativas ¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?

RESPUESTA	PORCENTAJE
Satisfacción	66.2%
Alegría	19.1%
Disconformidad	5.9%
Temor	4.4%
Disgusto	4.4%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

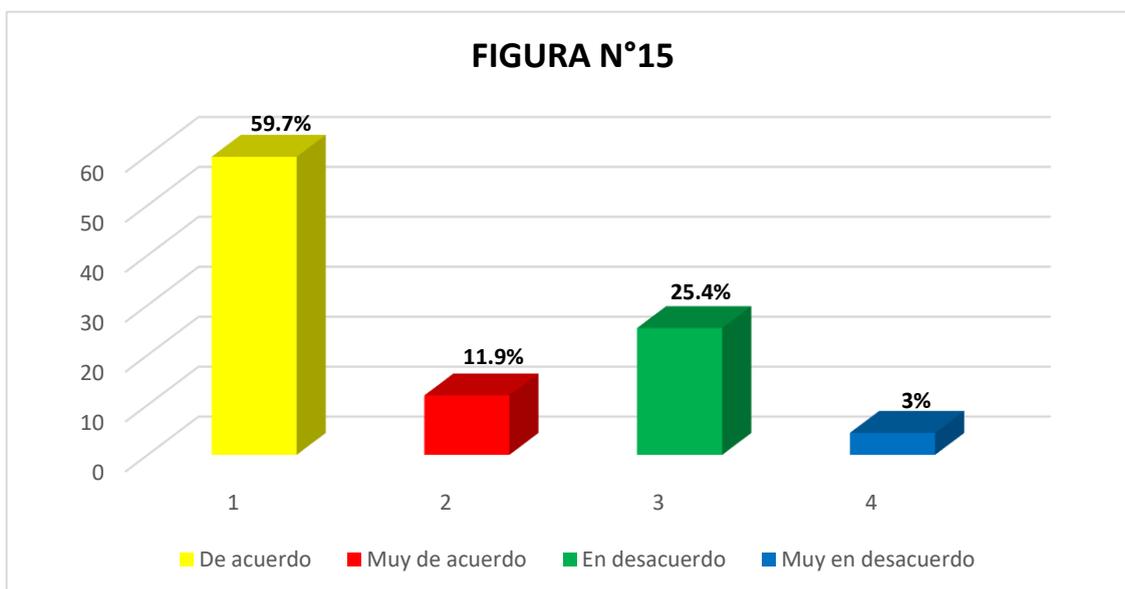
De acuerdo a las sensaciones que suele experimentar la gente al estar dentro de un espacio comercial, el 66.2% respondió que suele experimentar satisfacción, el 19.1% alegría, incluso el 5.9% disconformidad, así como también el 4.4% temor, y por ultimo se afirmó que el 4.4% de personas experimentan disgusto al estar dentro de estos establecimientos.

TABLA N°10

¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente?

RESPUESTA	PORCENTAJE
De acuerdo	59.7%
Muy de acuerdo	11.9%
En desacuerdo	25.4%
Muy en desacuerdo	3%

Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.



Fuente. Encuesta aplicada a los habitantes de la provincia de Sullana, por elaboración propia.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N°10 se obtuvo el resultado máximo de 59.7% de personas que afirman que están de acuerdo, así como un 11.9% muy de acuerdo, el 25.4% en desacuerdo y el 3% muy en desacuerdo, dichos resultados nos permiten conocer si la población considera que los supermercados son lugares donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente.

- **Objetivo específico 03:** Definir las características de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana- 2023

Ficha de Observación 03 (Anexo 05)

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		FICHA DE OBSERVACIÓN				LAMINA: 03	
Análisis de los espacios de transición en los Supermercados de la Provincia de Sullana- 2023.							
Definir las características de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana- 2023.	ESPACIOS DE TRANSICIÓN				TOTTUS	PLAZA VEA	PRECIO UNO
							
	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADOR	Descripción: Es una edificación comercial ubicada en Av. Panamericana N°146-Urb Santa Rosa, construida en el año 2013, además cuenta con un área de 8.034 m2.	Descripción: Ubicada en Calle Plaza de Armas, Sector Centro de Sullana, construida en el año 2007 además cuenta con un área de 3 200 m2.	Descripción: Ubicada en Av. Central Buenos Aires, Mz A2, construida en el año 2018, además cuenta con un área de 2.922 m2.
	CONTEXTO URBANO	RELACIÓN SOCIAL	INTERACCIÓN	Espacio de encuentro interior	X	-	-
				Espacio de encuentro exterior	-	-	X
			ACCESIBILIDAD	Acceso Peatonal	X	X	X
				Acceso Vehicular	X	X	-
				Acceso de Emergencia	-	X	X
		FACTOR ESPACIAL	CONFORT VISUAL	Ventanas	-	X	-
				Puertas de Vidrio	-	-	-
				Muros Cortina	-	-	-
			ARTICULACIÓN	Intersección	-	-	-
				Yuxtaposición	X	-	X
Encadenamiento		X	X	X			
LEYENDA:		X	Cuenta con la característica.	--	No cuenta con la característica.		

Figura 16: Resumen de ficha de observación 03.

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023.

En primer lugar, se utilizó la ficha de observación 01, en donde se pudieron medir los indicadores de Tamaño-Proporción y Ubicación, obteniendo resultados que muestran que las edificaciones elegidas a criterio cuentan con estructuras jerárquicas, ya que su tamaño y alturas son elevadas en cuanto a su entorno inmediato. A esto podemos adjuntar lo dicho por Gehl (2010), quien nos dice que la escala humana es la base de una planificación urbana exitosa. Los edificios de grandes alturas pueden contribuir a una jerarquía visual clara que facilita la orientación y la interacción social en las ciudades”. Según esta teoría y en base a nuestro resultado se deduce que la jerarquía de las edificaciones comerciales analizadas cumple un rol importante en el diseño urbano de la ciudad ya que hacen que sean más habitables y accesibles.

Así mismo se logró identificar que actualmente las fachadas son poco atractivas y algunas cuentan con un carácter deprimido o descuidado, dando la impresión de que el interior es aburrido y de mala calidad. Lo cual Doe (2020) nos menciona que una fachada atractiva no solo es estéticamente agradable, sino que también comunican identidades y valores que generan interés y curiosidad entre los transeúntes. Por lo tanto, se llega a deducir que las fachadas no tienen ningún efecto dinámico y atractivo que exprese belleza y buen confort visual, que ayudará a atraer más clientes y mejorar la experiencia de compra. Es decir, una fachada bien diseñada puede influir en la decisión de un cliente de entrar a un establecimiento, incluso en términos de funcionalidad y éxito comercial, es importante que los supermercados mantengan fachadas atractivas y mantengan una buena reputación en la comunidad. visual.

De igual forma las edificaciones comerciales cuentan con una gran infraestructura vial urbana compuesta por vías colectoras y principales, como lo es la Av. José de Lama ,Av. Panamericana, Calle plaza de armas, y Av. Buenos Aires ,proporcionan una red completa y accesible para los usuarios. Por lo tanto, Currie (2019) deduce que la accesibilidad en el sistema vial no solo mejora la calidad de convivencia de las

personas discapacitadas, más bien permite contribuir a la eficiencia y sostenibilidad del transporte urbano. Por ello las edificaciones comerciales analizadas están previamente ubicadas en zonas bien conectadas con las vías principales para lograr aumentar el atractivo y visibilidad para clientes potenciales. Esto puede traducirse en un mayor número de ventas y visitas.

En segundo lugar, mediante el instrumento cuestionario, se lograron medir los indicadores de usuario y circulación, obteniendo resultados máximos que nos muestran que el supermercado es el establecimiento comercial al que más suele acudir la población a realizar las compras de sus artículos alimenticios (Tabla N° 01). Lo cual Frasquet y Valletbellmunt (2013), nos dice que las características fundamentales de las edificaciones comerciales son tanto tangibles (tecnología, entorno y accesibilidad), e incluso intangibles como (gestión comercial, servicios, financieros, estrategia). Lo cual es indispensable ya que estos establecimientos impulsan la economía local de Sullana, ofreciendo opciones y variedad a los consumidores y generando un gran impacto a nivel comunitario.

De acuerdo a lo antes dicho se pudo analizar que específicamente los Supermercados tanto Plaza Vea como Tottus son los más preferenciales por parte de la población de Sullana (Tabla N°02), lo cual Martines (2018) Nos da a conocer que los establecimientos comerciales son aquellos espacios físicos donde se desarrollan actividades económicas de venta de bienes y servicios, cumpliendo con las normas legales y contribuyendo a la vitalidad de la economía local. Si bien es cierto estos supermercados son los más influyentes en la Provincia de Sullana ya que mayormente son los más accesibles para la mayoría de usuarios, los cuales han sido factor de análisis para el proyecto junto con otros supermercados existentes.

Asi mismo se pudo conocer que según los pobladores, lo que más consideran de un supermercado son los espacios acogedores y su ubicación (Tabla N°03), tal y como lo menciona Pérez (2018) ,que la ubicación es la base del éxito de un negocio. Estar en el lugar correcto puede aumentar las oportunidades de ventas y la visibilidad. Dándonos a entender que estos factores son fundamentales para influir en el bienestar del usuario y generar mayor flujo comercial.

Incluso se conoce que solo a veces los usuarios suelen sentirse incómodos al no poder salir con facilidad de un supermercado (Tabla N°04), debido a que el gran porcentaje de población opinan que el mayor defecto considerado en los supermercados son sus accesos reducidos (Tabla N°05) Por lo cual es importante mencionar lo dicho por Lucas (2020) La accesibilidad es esencial para asegurarse de que todos, independientemente de sus capacidades, puedan disfrutar de espacios públicos con igualdad y seguridad. Por lo tanto, los supermercados que son más accesibles son mucho más convenientes y atractivos para muchos clientes.

De modo que inicialmente en las fichas de observación se analizaron tres supermercados existentes ,donde se llega a conocer que los factores de ubicación son fundamentales en el desarrollo de los supermercados, al estar ubicados en áreas comerciales densamente accesibles por vías colectoras, principales y arteriales que permiten conectar con sectores altamente poblados, así mismo es considerable que la gran altura de las fachadas que poseen las edificaciones generan una notable jerarquía en el perfil urbano existente .Y según los resultados analizados por parte de los pobladores se llega a concluir que los principales supermercados en la provincia de Sullana son Plaza Vea y Tottus.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

Según los datos obtenidos por la ficha de observación 02, en donde se analizaron los indicadores de Perfil Urbano y Continuidad espacial, se obtuvo que los establecimientos comerciales cuentan con componentes urbanos como vías, veredas e iluminación pública en buen estado, pero estos no generan cambios contiguos en la relación con la edificaciones. Según lo afirma Gehl (2018), que la planificación del componente urbano debe crear ciudades dinámicas e integradas que generan la diversidad cultural y promuevan la inclusión. De acuerdo a esta afirmación los componentes urbanos juegan un papel decisivo en la calidad de vida y función de la ciudad y sus habitantes, sin embargo, se puede deducir que estos elementos no son dinamismos ya que no generan movimiento o interacción constante con la edificación.

Así mismo las edificaciones cuentan con equipamientos colindantes de carácter comercial, cultural y recreativo, en donde Carvalho (2020) nos menciona que la planificación integrada de equipamientos colindantes permite mejorar la accesibilidad y convivencia en áreas urbanas densamente pobladas. Según lo dicho confirmamos que la presencia de estos equipamientos cercanos añade belleza y valor a la ciudad, lo cual de alguna manera genera un impacto positivo de la zona.

De igual forma, se analizó que la mayoría de los supermercados carece de circulación exterior lo cual no genera relación entre el edificio y su contexto urbano o natural, afirmando lo dicho por Gómez (2021), que la circulación exterior no solo debe ser funcional, sino también visualmente atractiva y armonizar con el diseño arquitectónico y el entorno. Por lo tanto, es importante destacar que en su mayoría los supermercados no cuentan con este tipo de circulación que permita que el interior y el exterior de las edificaciones se conecten de manera fluida, afectando la integración con el contexto circundante junto con su relación visualmente atractiva.

Asimismo, el mobiliario exterior urbano en las edificaciones es deficiente ya que solo el supermercado Plaza Vea cuenta un gran número de bancas al exterior, debido a que esta edificación colinda con un área recreativa como la plaza de armas, ubicada dentro del sector centro de la provincia de Sullana. Dicho lo siguiente por Gehl (2010) El diseño de mobiliario urbano exterior debe combinar la funcionalidad con la estética para crear áreas acogedoras que fomenten la interacción entre las personas. Con referencia a lo antes dicho se puede llegar a conocer que las bancas son el mobiliario urbano existe más frecuente, y que incluso son necesarias para crear lugares donde las personas pueden reunirse, conversar y compartir experiencias, fomentando la cohesión social y la integración comunitaria, lo cual según lo observado solo se ve reflejado en algunas edificaciones.

Además, la presencia de áreas verdes con relación al contexto urbano solo se ve reflejado en dos edificaciones observadas como es la presencia de árboles, arbustos y plantas ornamentales que promueven un ambiente más tranquilo. Dicho lo siguiente, Timothy (2011) nos dice que aboga por la incorporación de la naturaleza en áreas urbanas, como las comerciales. Según la plantación de árboles en estos

lugares tan solo no mejoran la apariencia y comodidad de las personas, sino que también mejora la sostenibilidad ambiental. Por lo tanto, se puede deducir que, para llegar a generar un supermercado con un futuro viable, la sostenibilidad ambiental de áreas verdes es esencial.

De igual manera mediante el cuestionario aplicado se pudo medir los indicadores de satisfacción y sensibilidad emocional, obteniendo resultados que nos muestran que la mayoría de la población solo están de acuerdo en que los supermercados son cómodos y accesibles (Tabla N°06), lo cual nos lo dice Xia (2011), que un supermercado puede ser más atractivo para los clientes si tiene un diseño accesible y cómodo, lo que puede reducir el tiempo de compra y aumentar la satisfacción del cliente. Por ende, actualmente las edificaciones no cuentan con un buen diseño accesible, y se podría decir que ciertos pobladores no están totalmente convencidos que estos espacios sean bastante satisfactorios, ya sea por las afirmaciones obtenidas en la (Tabla N°07), donde también las personas confirman sentirse simplemente cómodas al poder transitar dentro de un supermercado, siendo esta una respuesta no tan satisfactoria para los usuarios. Además, se considera que el supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función. (Tabla N°08), quien nos lo confirma es Briceño-Ávila (2018), que nos dice que el diseño de los supermercados para la organización del espacio es esencial para que los usuarios puedan comprar con mayor comodidad. Sin embargo, el hecho de que estos tengan un esquema planificado complejo también trae algunas dificultades en la creación de organizaciones espaciales. Si bien es cierto se puede decir que no existe un balance entre la accesibilidad pública con la exclusividad privada de las edificaciones comerciales.

Así mismo se sabe que el gran porcentaje poblacional siente satisfacción a estar dentro de un espacio comercial, por lo tanto Spence, Puccinelli, Grewal, y Roggeveen,(2014) nos afirman que las estrategias de comercio sensoriales que involucran espacios, iluminación y aromas pueden mejorar la experiencia de compra y la satisfacción emocional en supermercados. Es decir, de acuerdo a la afirmación de los autores, la percepción de comodidad en los espacios comerciales tiene una gran influencia en la satisfacción emocional de los pobladores de la provincia de Sullana.

Finalmente, el contexto que se logra analizar de las edificaciones forma un rol importante en el desarrollo de los supermercados, sin embargo, no existe la gran presencia de componentes urbanos como lo son el mobiliario exterior, arborización, o espacios de circulación exterior que aumenten la continuidad espacial comunitaria. Y de acuerdo a la influencia que pueden cumplir los espacios de transición, según lo dicho por los pobladores podemos decir que ellos consideran que los supermercados generan ciertas emociones satisfactorias, pero sin embargo perciben que los espacios tienen ciertas restricciones funcionales, es decir no experimenta del todo al estar dentro de estos establecimientos, debido a que es fundamental que ellos puedan socializar y compartir experiencias con la gente.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Definir las características de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana- 2023.

De acuerdo a la ficha de observación 03 aplicada en las edificaciones comerciales, se logra identificar las dimensiones de Relación Social Y Factor espacial, obteniendo resultados que muestran que la interacción dentro de los supermercados reflejado en el espacios tanto interiores como exteriores ,es poco notable ya que en su totalidad solo una edificación comercial analizada cuenta con una zona de encuentro social, que se da a través de un pórtico, ubicado al ingreso del establecimiento como espacio de conexión para el usuario. De este modo López (2020), nos da a entender que los espacios para reuniones sociales en las edificaciones son vitales para la salud física y mental de las personas, porque brindan oportunidades para la interacción social, apoyo emocional y la reducción del aislamiento. Es decir, la ausencia de estos espacios hace que no se proporcione un lugar neutral en los supermercados donde las personas de diferentes orígenes puedan interactuar, y compartir experiencias.

Asimismo, en cuanto al confort visual, se llega a saber que una de las edificaciones cuenta con este factor, reflejado a través de una ventana suspendida y formada por sí misma, creando la sensación de relajación y bienestar. Lo cual, Solmaz (2018, nos dice que la calidad, distribución y control de la luz, junto con la cantidad de luz, tienen un impacto directo en la satisfacción y productividad de los usuarios. Es decir, la

existencia de un ventanal que permita visualizar el contexto urbano dentro del establecimiento refleja no solo la pertinencia de estar realizando una actividad comercial, sino más bien de sentir la facilidad de estar comprometido visualmente con el exterior, esto de alguna forma evita la fatiga ocular y el estrés en los usuarios.

De igual manera la ubicación y dirección de los accesos en las edificaciones se ve reflejada en la disposición con la que los usuarios acceden a productos y servicios ofrecidos, sin embargo, Sanford, (2013). Nos dice que los centros comerciales accesibles fomentan la igualdad de oportunidades y aseguran la capacidad de participar plenamente en la vida económica y social, independientemente de sus habilidades físicas. Por lo tanto, las dimensiones de los accesos son prácticos permitiendo asegurar que todos los clientes, tenga la facilidad de acceder independientemente aun así de sus capacidades físicas, financieras o culturales.

Así mismo se logró analizar que en cuanto, a la articulación de los espacios, no se refleja la existencia de intersección que origine un área en común resultante tanto de la edificación con relación al contexto urbano, careciendo de zonas espaciales compartidas. Según Kotler (2012) Cuando dos o más establecimientos comparten un espacio físico o virtual, se produce una intersección en el espacio comercial, que genera sinergias que benefician a ambas partes mediante el intercambio de clientes y recursos. Por lo tanto, no se ve reflejado los principios de diseño físicos, sin ninguna forma geométrica compleja que pueda crear patrones visuales intrigantes y estructuras innovadoras.

De la misma forma se observó la existencia de espacios como patio de comidas y un recibo de ingreso generando relaciones espaciales de yuxtaposición, por lo cual según lo dicho por The Pritzker Architecture Prize, (2021), nos dice que la superposición permite que los edificios se adapten y cambien según las nuevas demandas sin perder su esencia. En el diseño urbano, la colocación de espacios públicos junto a áreas privadas puede fomentar la interacción social mientras se preserva la privacidad.

Así mismo el factor de encadenamiento se ve reflejado en vías peatonales, veredas y pórticos como espacios en común de la edificación y el contexto urbano. Lo cual según lo dicho por Ching. (2014), que la disposición de espacios de encadenamiento espacial, se puede lograr mediante la manipulación de elementos como el color, la luz, la escala

y la proporción, creando una secuencia fluida y coherente que guía al usuario. Si bien es cierto los espacios intermedios existentes generan una conexión leve de transición, lo cual visualmente no es tan relevante para la edificación, por ello es necesario que se cree una buena organización y disposición de espacios con conexión fluida y continua, de modo que el usuario se pueda guiar de manera natural e intuitiva a través de diversas áreas de la edificación.

Por lo tanto, dentro de lo observado se puede deducir que las características de los espacios de transición en los supermercados se dan a través de áreas de recibo, y patios de comidas, que incluso la existencia de vías peatonales, veredas y pórticos, generan factores espaciales de encadenamiento en ciertos espacios, si bien es cierto estos elementos se ven reflejados en algunas de las edificaciones por lo tanto es necesario una buena planificación de espacios con principios de diseño físicos, con formas geométrica múltiples que puedan crear patrones visuales intrigantes y estructuras innovadoras.

V. CONCLUSIONES

O. E. 1. *Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023.*

- Se concluye que el factor de accesibilidad vial conformado por vías como la Av. José de Lama, Av. Panamericana, Calle plaza de armas, y Av. Buenos Aires, cumplen una función importante en la ubicación de los supermercados existentes contribuyendo a la planificación urbana y vialidad del usuario.
- La carencia de efectos dinámicos y atractivos en las fachadas de los supermercados limitan la creatividad arquitectónica, adaptación del diseño y confort visual para los usuarios.
- Los principales supermercados en la provincia de Sullana más acudidos por parte de la población al realizar las compras de sus artículos alimenticios son, Plaza Vea y Tottus, por su notable ubicación generando mayor flujo comercial con sectores altamente poblados.

O. E. 2. *Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.*

- La existencia de equipamientos como comercio, cultura y recreación generan una gran influencia social en el contexto urbano de los supermercados en la provincia de Sullana.
- El principal mobiliario exterior existente para lugares de reunión y encuentro social en los supermercados son las bancas urbanas, fomentando la cohesión social y la integración comunitaria en los habitantes.
- La accesibilidad pública del contexto no genera un balance adecuado con la exclusividad privada de los supermercados, debido a la existencia de barreras físicas y visuales que restringen la experiencia de socializar y compartir vivencias con la gente.

O. E. 3. *Definir las características de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana- 2023.*

- La relación de espacios tanto en el ámbito público como en el privado de los Supermercados, se genera a través pasajes de circulación y pórticos como lugares neutrales, sin embargo, su existencia es poco notable.
- Los patios de comidas y áreas de recibo son los principales ambientes con características de yuxtaposición, generando espacios contiguos en los supermercados de la Provincia.
- Los principios de diseño físicos, como formas geométricas complejas son necesarias para crear patrones visuales de articulación.

O. G. *Analizar los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana -2023.*

- Se concluyo que los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana presentan características funcionales de yuxtaposición y encadenamiento que se ven reflejados mediante un lenguaje arquitectónico de privacidad, así como los principios de diseño físicos, como formas geométricas, efectos dinámicos y elementos arquitectónicos complejos son necesarios para crear patrones de articulación con el contexto urbano, así como la existencia de barreras físicas y visuales que restringen la experiencia de socializar y compartir vivencias con la gente.

VI. RECOMENDACIONES

- Los Espacios de Transición deben estudiarse y planificarse con ciertos diseños funcionales que permitan generar un hábitat complejo y variado en los supermercados, por lo que es necesario que los usuarios impriman sus propias emociones, y genere un paisaje urbano diverso.
- Es necesario que se proporcionen áreas verdes, áreas de recreación al aire libre para niños, adolescentes y jóvenes, así como la implementación de patios o halls con el fin de poseer espacios de encuentro y reuniones sociales, proporcionando una buena calidad de vida a la población que visita regularmente los supermercados de la Provincia.
- Los supermercados deben contar con infraestructuras esenciales que permitan que los usuarios desarrollen una actividad comercial de alta calidad dentro de los máximos estándares, ya que la necesidad de instrumentos arquitectónicos facilita las funciones espaciales, ya sea interactuar, generar encuentros sociales, y todas aquellas relacionadas con la actividad social.
- Las autoridades tanto como los profesionales encargados de planificar los supermercados no solo deben preocuparse en que la edificación tenga una política de privacidad, sino que también en que esta tenga una importancia en su entorno espacial y social generando una política de hábitat.

REFERENCIAS

- ALBERTO, P (2020). Programa lúdico neurociencia en la transición educativa del nivel inicial al primario en una institución educativa, lima- 2022 (Tesis Titulada). [Fecha de consulta: 26 de Setiembre del 2023]. Universidad César Vallejo Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/112537>
- ALBURQUEQUE, L, & ATOCHE, M. (2021). Centro comercial ecológico turístico y recreacional en la ciudad de Sullana - Piura. Universidad César Vallejo. (Tesis Titulada de Arquitectura) [Fecha de consulta: 09 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/84644>
- ALMENDRAS, M, & TORRES, E. (2020). Espacios multigeneracionales e inclusivos aplicados en zonas comunes y de transición en un centro educativo politécnico secundario el Porvenir, 2019. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54800>
- AMAYA, M (2017). Espacios de transición en los equipamientos culturales como elementos que potencian las dinámicas sociales. [Fecha de consulta: 10 de noviembre del 2023]. Disponible en: <https://run.unl.pt/handle/10362/25789>
- ARCE, P. (2020). Inserciones urbanas. escenarios del espacio colectivo. (Tesis de Maestría). [Fecha de consulta: 28 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11185/5583>
- COBIAN, S., & AVILUZ, L. (2019). Análisis de la recreación pasiva y su impacto socio - ambiental en Nuevo Chimbote para la implementación de un equipamiento urbano de escala zonal - 2018. (Proyecto de investigación) Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38618>
- DAVILA, A. (2018). Políticas de espacio y clase social en los centros comerciales latinoamericanos. (Libro de investigación). [Fecha de consulta: 20 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=5pXGDwAAQBAJ&lpg=PR9&ots=rMxhuL->

[l8N&dq=Centro%20comercial&lr&hl=es&pg=PR9#v=onepage&q=Centro%20comercial&f=false](https://doi.org/10.1016/j.actaastro.2020.05.012)

DU JONCHAY, CHEN, H, WIEGER, A , SZAJNFARBER, Z (2020). Space architecture design for commercial suitability: A case study in in-situ resource utilization systems.[Fecha de consulta: 29 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.actaastro.2020.05.012>

ELSEVIER, R (2022). The impact of glazed barriers on the visual and functional performance of transition spaces in college buildings using space syntax.[Fecha de consulta: 12 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102119>

FLORES. R ,& PLENGE.S (s/f). Centros comerciales en el Perú en el 2019. Edu.pe. Recuperado el 13 de noviembre de 2023, Disponible en: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4902/MDE_2030.pdf?sequen

FRIAS , H (2023). Influencia del comercio informal en el perfil urbano del mercado de abastos de Chulucanas, 2023. (Tesis Titulada de Arquitectura) Universidad César Vallejo. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/126309>

GONZALES, C (2020). RETAIL 4.0: espacios de transición como estrategia de remediación de bloques de vivienda social. Disponible en: <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/57936>

GASPARRO, K ,ZERJAV, V , KONSTANTINOU, E . CASADY, C (2022). Vanguard Projects as Intermediation Spaces in Sustainability Transitions.[Fecha de consulta: 19 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/87569728221077011>

- HOLGUÍN, A. (2018). La recuperación del espacio público como estrategia de revitalización urbana del Complejo de Mercados de Piura, 2017. (Título de arquitectura). Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11775>
- JÁCOME, J. & RONDAN, M. (2022). Horror vacui como criterio de diseño en la proyección de viviendas unifamiliares de Nuevo Chimbote, 2022. Universidad César Vallejo. [Fecha de consulta: 07 de Setiembre del 2023]. Disponible en:
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/106252>
- KAMEL.H, CHARLES J, SYRGY ,J .Shopping well-being at the mall: Construct, antecedents, and consequence.(Revista internacional) .[Fecha de consulta: 19 de Octubre del 2023]. Disponible en:
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.06.011>
- KALAIVANI, P (2023). A study of transition spaces in traditional houses of Tamil Nadu (Revista de conocimiento) [Fecha de consulta: 25 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:001047745300023>
- MALPICA, J (2022). El crecimiento urbano informal y su impacto en las estrategias de planificación en Chimbote. (Proyecto de investigación) Universidad César Vallejo. Disponible en:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/94472>
- MOYA, L. Espacios de Transición, Ciudad Y Territorio Estudios Territoriales, 2009 (Artículo de opinión) [Fecha de consulta: 05 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/75951>
- PERROTE, G. (2021) Habitar-es colectivo. sobre las transiciones entre lo público y lo privado en el habitar colectivo. un ejercicio proyectual sobre el barrio de Güemes en córdoba, Argentina (Tesis titulada). [Fecha de consulta: 21 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11185/5918>

- PÉRRIGO, F (2021), La Habitabilidad de los Espacios Públicos y su Incidencia en la Estructura Urbana en el Distrito de Salaverry, 2020. Tesis titulada. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12759/8053>
- ROIG, M. (2022). Los espacios en transición. el caso del partido de Brandsen, 2004-2018. (Tesis titulada). [Fecha de consulta: 25 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.2438/te.2438.pdf>
- RUIZ. C ,& MASAVEU.J (2020) La nueva era de los centros comerciales”. Recuperado el 13 de noviembre de 2023, Disponible en: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/42328/TFG-%20Ruiz-Jarabo%20Masaveu%2c%20Carmen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SU, F, & GERMAN, V. (2019). Dinamismo comercial urbano como modelo estructurador de la galería comercial Feria Balta - Chiclayo. Universidad César Vallejo. [Fecha de consulta: 22 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/37713>
- SANDOVAL, L. (2019). Análisis de la recreación pasiva y su impacto socio - ambiental en Nuevo Chimbote para la implementación de un equipamiento urbano de escala zonal - 2018. (Tesis Titulada de Arquitectura) Universidad César Vallejo. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38618>
- SHAFIEE, M. & ES-HAGHI, SMS .Mall image, shopping well-being and mall loyalty.(Revista internacional) .[Fecha de consulta: 19 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000415991200005>
- TRELLES, V. (2020). El comercio informal y sus factores influyentes en la degradación del espacio público del distrito del porvenir. Universidad César Vallejo. [Fecha de consulta: 25 de Setiembre del 2023]. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44790>

VÁSQUES, J. & VILCHEZ, A. (2021). Centro de Abastecimiento y Distribución de Comercio Central en la Ciudad de Sullana”. (Tesis Titulada) Universidad César Vallejo. [Fecha de consulta: 12 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/85596>

WONG, C & NAIR P (2018). Mall patronage: dimensions of attractiveness in urban context.[Fecha de consulta: 23 de Octubre del 2023]. Disponible en: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000442727700002>

ANEXOS

ANEXO 01. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

TTULO	OBJETIVO GENERAL	PREGUNTA GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	PREGUNTAS DERIVADAS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	CATEGORIA: VARIABLES	SUB CATEGORIA: DIMENSIONES	CODIGOS: INDICADORES	METODOS DE RECOLECCIÓN	HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN
Análisis de los espacios de transición en supermercados de la provincia de Sullana 2023.	Analizar los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana - 2023	¿Cuál es la situación actual de los espacios de transición y como pueden influenciar en las edificaciones comerciales de la provincia de Sullana?	La realidad actual que reflejan los supermercados en la provincia de Sullana es especialmente que no cuentan con espacios expuestos al exterior urbano, sino que estos se encuentran consolidados en ambientes más privados, limitando las interacciones del usuario con su entorno inmediato.	O.E 1. Identificar y conocer los principales supermercados existentes de la provincia de Sullana.	¿Cuáles son los principales supermercados existentes de la provincia de Sullana?	Existen supermercados que no cuentan con nodos de transición que hacen que los espacios sean más particularidades, e incluso que fomenten el desarrollo en la ciudad y su urbanismo.	Supermercados	Aspecto formal Aspecto Funcional	Tamano-Proporción Ubicación Usuario Circulación	Observación/ Encuesta	Ficha de observación/ cuestionario
				O.E.2. Analizar el contexto urbano de los supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.	¿Cuál es la importancia del contexto urbano en los supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición?	El contexto urbano, es fundamental porque permite generar oportunidades y restricciones en la movilidad espacial de las personas involucradas.	Contexto Urbano	Integración Urbana	Perfil Urbano Continuidad Espacial	Observación/ Encuesta	Ficha de observación/ cuestionario
				O. E 3. Definir las características de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana- 2023.	¿Cuál es la relevancia de los espacios de transición en los supermercados de la provincia de Sullana?	Los espacios de transición son fundamentales para la función espacial de los supermercados en Sullana, ya que permiten analizar diversos factores ya sea, espaciales, urbanos, o incluso sociales.	Espacios de Transición	Calidad de Usuario Relación Social Factor Espacial	Satisfacción Sensibilidad emocional Interacción Accesibilidad Confort Visual Articulación	Observación	Ficha de observación

ANEXO 02. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS: CUESTIONARIO

	CUESTIONARIO DE TESIS: Análisis de los espacios de transición en los Supermercados de la Provincia de Sullana-2024.
<i>Descripción: El presente cuestionario tiene por finalidad obtener datos mediante afirmaciones de las personas, para conocer las sensaciones que les generan al percibir o integrar los espacios comerciales de los Supermercados en la ciudad de Sullana.</i>	
<i>Objetivos de la dimensión: - Identificar y conocer los principales supermercados existentes de la provincia de Sullana. -Analizar el contexto urbano de los supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.</i>	
PREGUNTAS:	
INDICADOR: USUARIO	
<p>1. ¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios?</p> <ul style="list-style-type: none">A. SupermercadosB. Mercado de abastosC. Tiendas al por mayorD. Bodegas	
<p>2. A cuáles de los siguientes Supermercados suele acudir mayormente:</p> <ul style="list-style-type: none">A. Plaza VeaB. TottusC. Mega MarketD. Precio UnoE. Otro.	
<p>3. De acuerdo a las siguientes alternativas ¿Qué es lo que más considera usted de un Supermercado?</p> <ul style="list-style-type: none">A. Su ubicaciónB. El contexto urbanoC. Su forma y estiloD. Sus espacios acogedoresE. Otro.	
INDICADOR: CIRCULACIÓN	
<p>4. ¿Algunas veces se ha sentido incomodo al no poder salir con facilidad de un Supermercado?</p> <ul style="list-style-type: none">A. SiempreB. Casi siempreC. A vecesD. Nunca	
<p>5. Según su experiencia como usuario ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de Provincia de Sullana?</p> <ul style="list-style-type: none">A. Los accesos son reducidosB. Las fachadas no son atractivasC. La circulación no es ampliaD. El entorno no es agradableE. Otro..	

INDICADOR: SATISFACCIÓN

6. **¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?**

- A. De acuerdo
- B. Muy de acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo
- E.

7. **¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana?**

- A. Totalmente cómodo
- B. Simplemente Cómodo
- C. Poco cómodo
- D. Nada cómodo

8. **¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?**

- A. De acuerdo
- B. Muy de acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo

INDICADOR: SENSIBILIDAD EMOCIONAL

9. **De acuerdo a las siguientes alternativas ¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?**

- A. Satisfacción
- B. Alegría
- C. Disconformidad
- D. Temor
- E. Disgusto

10. **¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente?**

- A. De acuerdo
- B. Muy de acuerdo
- C. En desacuerdo
- D. Muy en desacuerdo

ANEXO 03. FICHA DE OBSERVACIÓN 01



FICHA DE OBSERVACIÓN

SUPERMERCADO "TOTTUS"

LAMINA:

01

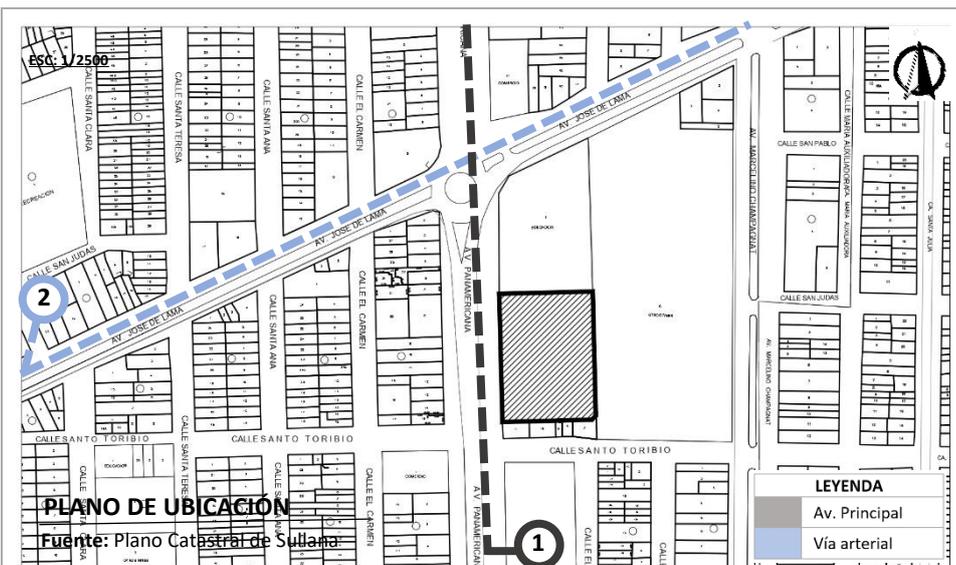
Objetivo Especifico: Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023

IDENTIFICACIÓN

SUPERMERCADO	Tottus
DIRECCIÓN	Av. Panamericana N°146-Urb Santa Rosa
DISTRITO	Sullana
PROVINCIA	Sullana
DEPARTAMENTO	Piura
CONSTRUCCIÓN	
AÑO	2013
ÁREA	8.034 m ²
PISOS	1 piso



ANALISIS DE UBICACIÓN



1. AV. Panamericana



La avenida Panamericana es una de las vías principales de la Provincia de Sullana, que permite conectar con diferentes distritos aledaños.

2. AV. José de Lama



Se pudo visualizar que la avenida José de Lama es aquella vía arterial con mayor flujo vehicular del sector.

Grado de intensidad

Factores	Poco		Regular		Bastante	
	1	2	3	4	5	6
Flujo comercial					X	
Acceso Vehicular						X
Equipamientos cercanos					X	
Comercio Metropolitano						X
Accesos Peatonales	X					
Comercio Zonal	X					

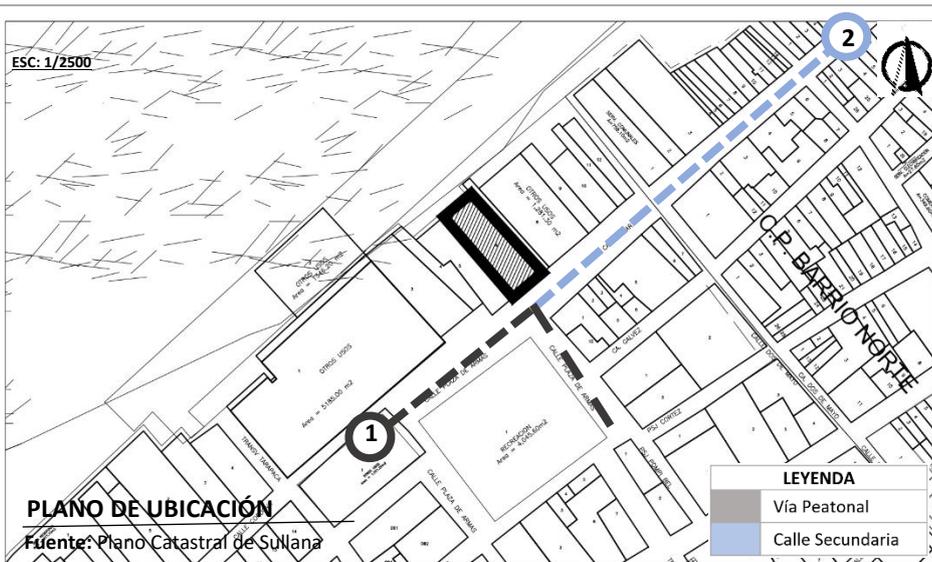
Objetivo Especifico: Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023

IDENTIFICACIÓN

SUPERMERCADO	Plaza Vea
DIRECCIÓN	Calle Plaza de Armas, Sector Centro de Sullana
DISTRITO	Sullana
PROVINCIA	Sullana
DEPARTAMENTO	Piura
CONSTRUCCIÓN	
AÑO	2007
ÁREA	3.200 m2
PISOS	2 piso



ANÁLISIS DE UBICACIÓN



1. Calle Plaza de Armas



La Calle Plaza de armas es una vía Peatonal ubicada en la parte frontal de la edificación, y facilita el acceso hacia los espacios públicos ubicados en el sector.

2. Calle la Mar



La Calle la Mar es una vía secundaria que permite proporcionar acceso hacia la Plaza de armas, cuya zona es menos transitada.

Grado de intensidad

Factores	Poco		Regular		Bastante	
	1	2	3	4	5	6
Flujo comercial					X	
Acceso Vehicular		X				
Equipamientos cercanos						X
Comercio Metropolitano	X					
Accesos Peatonales						X
Comercio Zonal						X

Objetivo Especifico: Identificar y conocer los principales Supermercados existentes de la Provincia de Sullana- 2023

IDENTIFICACIÓN

SUPERMERCADO	Precio Uno
DIRECCIÓN	Av. Central Buenos Aires, Mz A2
DISTRITO	Sullana
PROVINCIA	Sullana
DEPARTAMENTO	Piura
CONSTRUCCIÓN	
AÑO	2018
ÁREA	2.922 m2
PISOS	1 piso



ANÁLISIS DE UBICACIÓN



1. AV. Buenos Aires



La avenida Buenos Aires es una avenida Colectora que actúa como vía de enlace entre zonas locales y servicios comerciales.

2. Calle Jorge Chávez



Se pudo visualizar que la Calle Jorge Chávez es aquella que genera conexión con flujos principales de comercio aledaño.

Grado de intensidad

Factores	Grado de intensidad					
	Poco		Regular		Bastante	
	1	2	3	4	5	6
Flujo comercial					X	
Acceso Vehicular						X
Equipamientos cercanos					X	
Comercio Metropolitano						X
Accesos Peatonales	X					
Comercio Zonal	X					

ANEXO 04. FICHA DE OBSERVACIÓN 02



FICHA DE OBSERVACIÓN

SUPERMERCADO "TOTTUS"

LAMINA:

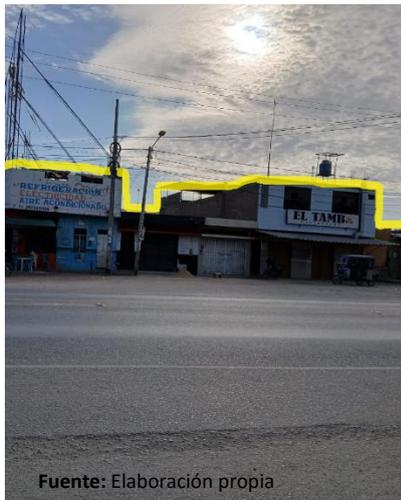
02

Objetivo Especifico: Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

ANALISIS DE SITIO

RELACIÓN CON EL ESPACIO EXTERIOR	Solo se da a través de una avenida principal	ESPACIOS DE CIRCULACIÓN EXTERIOR	MOVILIARIO EXTERIOR
CUBIERTAS	No cuenta con cubiertas	Escaleras -	Bancas -
ACCESOS	Cuenta con 2 accesos peatonales y un acceso Vehicular	Rampas -	Pérgolas -
MOBILIARIO EXTERIOR	No cuenta con mobiliario exterior	Pasaje de circulación -	Sillas -
		ZONAS DE ENCUENTRO	ARBORIZACIÓN
		Patio de comidas -	Palmeras -
		Cines -	Arbustos -
		Pasajes de Circulación -	Arboles x
		Pórticos -	Plantas. Ornamentales -

PERFIL URBANO



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

COMPONENTES URBANOS	ESTADO		
	BUENO	REGULAR	MALO
VIAS	X		
VEREDAS		X	
AREAS VERDES		X	
ILUMINACION PUBLICA	X		

OBSERVACIONES:

Se puede analizar que el supermercado se da a través de una avenida principal, las edificaciones o equipamientos colindantes son de factor comercial, además el perfil de la edificación no cuenta con cubiertas, incluso carece de espacios con encuentros sociales hacia el exterior urbano, además su fachada es rígida sin ningún atractivo visual, por lo cual da la sensación de tener espacios mas restringidos sin una buena experiencia visual.

Objetivo Especifico: Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

ANALISIS DE SITIO

RELACIÓN CON EL ESPACIO EXTERIOR	Se relaciona a través de una avenida secundaria	ESPACIOS DE CIRCULACIÓN EXTERIOR		MOVILIARIO EXTERIOR	
CUBIERTAS	No cuenta con cubiertas	Escaleras	-	Bancas	X
ACCESOS	Cuenta con 2 accesos peatonales y un acceso Vehicular	Rampas	-	Pérgolas	-
MOBILIARIO EXTERIOR	Cuenta con bancas de madera al exterior de la edificación	Pasaje de circulación	-	Sillas	-
		ZONAS DE ENCUENTRO		ARBORIZACIÓN	
		Patio de comidas	-	Palmeras	-
		Cines	-	Arbustos	X
		Pasajes de Circulación	-	Arboles	X
		Pórticos	-	Plantas. Ornamentales	X

PERFIL URBANO



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

COMPONENTES URBANOS	ESTADO		
	BUENO	REGULAR	MALO
VIAS	X		
VEREDAS	X		
AREAS VERDES		X	
ILUMINACIÓN PUBLICA	X		

OBSERVACIONES:

Se observo que el contexto urbano de la edificación es de carácter comercial, cultural y recreativo ya que los equipamientos mas resaltantes son la plaza de armas, junto con la iglesia matriz, sin embargo, no existe ningún elemento arquitectónico que permita articular con dichos equipamientos, es decir la edificación no cuenta con cubiertas, espacios de circulación exterior y ambientes colectores.

Objetivo Especifico: Analizar el contexto urbano de los Supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

ANALISIS DE SITIO

RELACIÓN CON EL ESPACIO EXTERIOR	Se relaciona a través de un pórtico, ubicado al ingreso de la edificación comercial, así como pasajes de circulación
CUBIERTAS	No cuenta con cubiertas
ACCESOS	Cuenta con un 1 acceso peatonal
MOBILIARIO EXTERIOR	No cuenta con una banca al exterior urbano

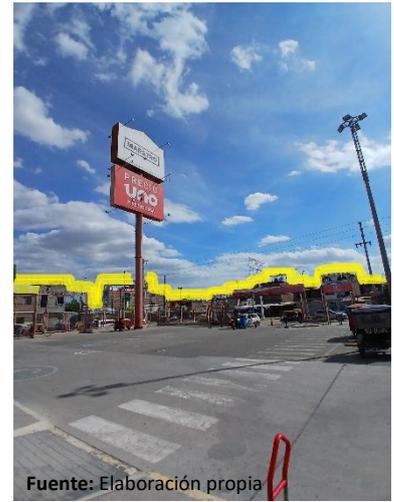
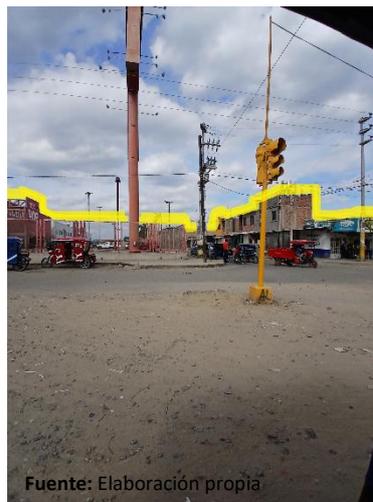
ESPACIOS DE CIRCULACIÓN EXTERIOR	
Escaleras	-
Rampas	-
Pasaje de circulación	x

MOBILIARIO EXTERIOR	
Bancas	x
Pérgolas	-
Sillas	-

ZONAS DE ENCUENTRO	
Patio de comidas	-
Cines	-
Pasajes de Circulación	x
Pórticos	x

ARBORIZACIÓN	
Palmeras	-
Arbustos	-
Arboles	-
Plantas. Ornamentales	-

PERFIL URBANO



COMPONENTES URBANOS	ESTADO		
	BUENO	REGULAR	MALO
VIAS	X		
VEREDAS		X	
AREAS VERDES			
ILUMINACION PUBLICA	X		

OBSERVACIONES:

Se analizo que los equipamientos cercanos son de comercio metropolitano, incluso la edificación comercial se relaciona a través de un pórtico, ubicado al ingreso del establecimiento que genera una zona de encuentro para el usuario, además no cuenta con cubiertas en su diseño, áreas verdes, ni mobiliario exterior, incluso este cuenta con un espacio de circulación exterior que se da a través de un pasaje.

ANEXO 05. FICHA DE OBSERVACIÓN 03



FICHA DE OBSERVACIÓN SUPERMERCADO "TOTTUS"

LAMINA:

03

Objetivo Especifico: Definir las características de los espacios de transición en los Supermercados de la provincia de Sullana- 2023.

FACTOR ESPACIAL



INTERACCIÓN



ESPACIO INTERIOR

Espacios de encuentro	SI	NO
-----------------------	----	----

Se pudo analizar la existencia de un pequeño patio de comidas lo cual es un encuentro social en donde puede compartir emociones.

ESPACIO EXTERIOR

Espacios de encuentro	SI	NO
-----------------------	----	----

No existen espacios interactivos al exterior de la edificación, solo la existencia de comercio ambulatorio como (venta de ropa, accesorios, comidas rápidas, etc.)

CONFORT VISUAL

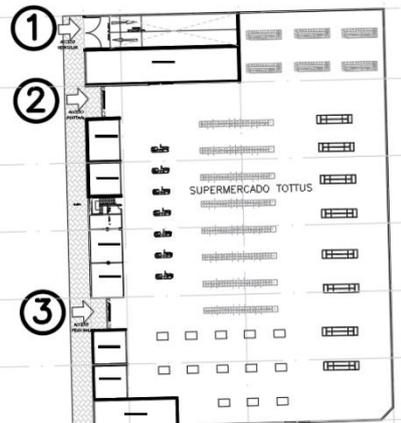
Ventanas	SI	NO
----------	----	----

Puertas de Vidrio	SI	NO
-------------------	----	----

Muros cortina	SI	NO
---------------	----	----

La edificación no cuenta con conexiones visuales hacia el exterior urbano.

ESC: 1/500



PLANO DE ACCESOS
Fuente: Elaboración propia

ACCESIBILIDAD



ARTICULACIÓN

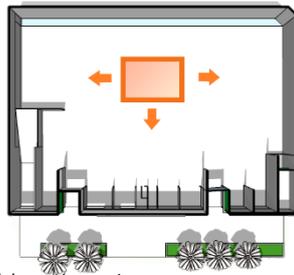
INTERSECCIÓN



Fuente: Elaboración propia

No existe la relación que vincula a la edificación con el contexto urbano, careciendo de zonas espaciales compartidas.

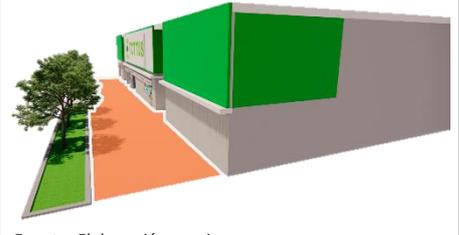
YUXTAPOSICIÓN



Fuente: Elaboración propia

Se analizo un patio de comidas al interior de la edificación que genera un plano aislado con continuidad espacial dentro del supermercado

ENCADEMAMIENTO



Fuente: Elaboración propia

Se analiza la existencia de veredas peatonales intermedias que se enlazan con ambos espacios distantes.

Objetivo Especifico: Definir las características de los espacios de transición en los Supermercados de la provincia de Sullana- 2023.

FACTOR ESPACIAL

<p>VOLUMETRIA DE SUPERMERCADO PLAZA VEA Fuente: Elaboración propia</p>	<p>INTERACCIÓN</p>	<p>ESPACIO INTERIOR</p> <table border="1"> <tr> <td>Espacios de encuentro</td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table> <p>Se pudo observar que dentro de la edificación el usuario genera encuentros sociales en las circulaciones del establecimiento debido a la ausencia de espacios definidos</p>		Espacios de encuentro	SI	NO						
		Espacios de encuentro	SI	NO								
<p>ESPACIO EXTERIOR</p> <table border="1"> <tr> <td>Espacios de encuentro</td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table> <p>Se logro observar que no existen espacios de encuentro al exterior urbano del supermercado Plaza Vea</p>		Espacios de encuentro	SI	NO								
Espacios de encuentro	SI	NO										
<p>ESC: 1/1000</p> <p>PLANO DE ACCESOS Fuente: Elaboración propia</p>		<p>CONFORT VISUAL</p> <table border="1"> <tr> <td>Ventanas</td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> <tr> <td>Puertas de Vidrio</td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> <tr> <td>Muros cortina</td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table> <p>Cuenta con una ventana suspendida y formada por sí misma, creando la sensación de confusión espacial</p>		Ventanas	SI	NO	Puertas de Vidrio	SI	NO	Muros cortina	SI	NO
		Ventanas	SI	NO								
Puertas de Vidrio	SI	NO										
Muros cortina	SI	NO										
<p>ACCESIBILIDAD</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>1</p> <p>ACCESO VEHICULAR</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>2</p> <p>ACCESO PEATONAL 1</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>3</p> <p>ACCESO DE EMERGENCIA</p> </div> </div>												

ARTICULACIÓN

<p>INTERSECCIÓN</p> <p>Fuente: Elaboración propia</p> <p>La volumetría de la edificación tanto como el contexto existente no se intercepta mediante ningún elemento arquitectónico.</p>	<p>YUXTAPOSICIÓN</p> <p>Fuente: Elaboración propia</p> <p>No se presenta ningún espacio contiguo que permita tener una continuidad espacial de la edificación.</p>	<p>ENCADEMAMIENTO</p> <p>Fuente: Elaboración propia</p> <p>Se analizo la existencia de una vía peatonal como espacio en común tanto de la edificación como el contexto</p>
--	---	---

Objetivo Especifico: Definir las características de los espacios de transición en los Supermercados de la provincia de Sullana- 2023.

FACTOR ESPACIAL



VOLUMETRIA DE SUPERMERCADO PRECIO UNO
Fuente: Elaboración propia

INTERACCIÓN



ESPACIO INTERIOR

Espacios de encuentro	SI	NO
-----------------------	----	----

Dentro de la edificación no existen espacios de encuentro social solo se ven reflejadas las circulaciones lineales en todo el establecimiento.

ESPACIO EXTERIOR

Espacios de encuentro	SI	NO
-----------------------	----	----

Se analizo un pórtico al ingreso de la edificación, el cual cumple la función de ser un área compartida por usuarios, conductores, mototaxistas, etc.

CONFORT VISUAL

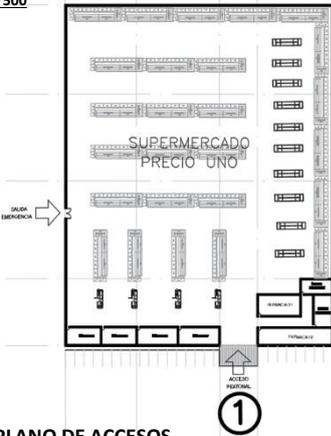
Ventanas	SI	NO
----------	----	----

Puertas de Vidrio	SI	NO
-------------------	----	----

Muros cortina	SI	NO
---------------	----	----

La edificación no cuenta con conexiones visuales hacia el exterior urbano.

ESC: 1/500



PLANO DE ACCESOS
Fuente: Elaboración propia

ACCESIBILIDAD

1 ACCESO PEATONAL 1

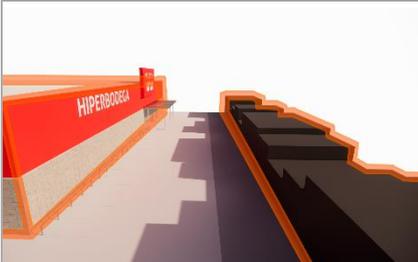


2 ACCESO DE EMERGENCIA



ARTICULACIÓN

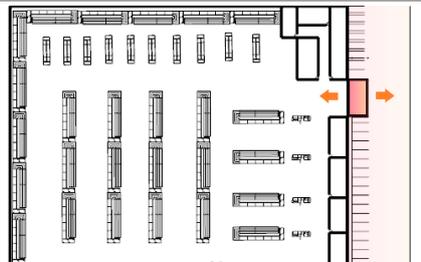
INTERSECCIÓN



Fuente: Elaboración propia

Ambos componentes espaciales no logran generar ninguna intersección que origine un área en común resultante.

YUXTAPOSICIÓN



Fuente: Elaboración propia

Se analizo un espacio de recibo al ingreso de la edificación que se relaciona con el exterior urbano.

ENCADEMAMIENTO



Fuente: Elaboración propia

Se observo un pórtico como tercer espacio conector e intermediario de ambos espacios distantes.

ANEXO 06. IMÁGENES DE ESPACIOS CONTIGUOS

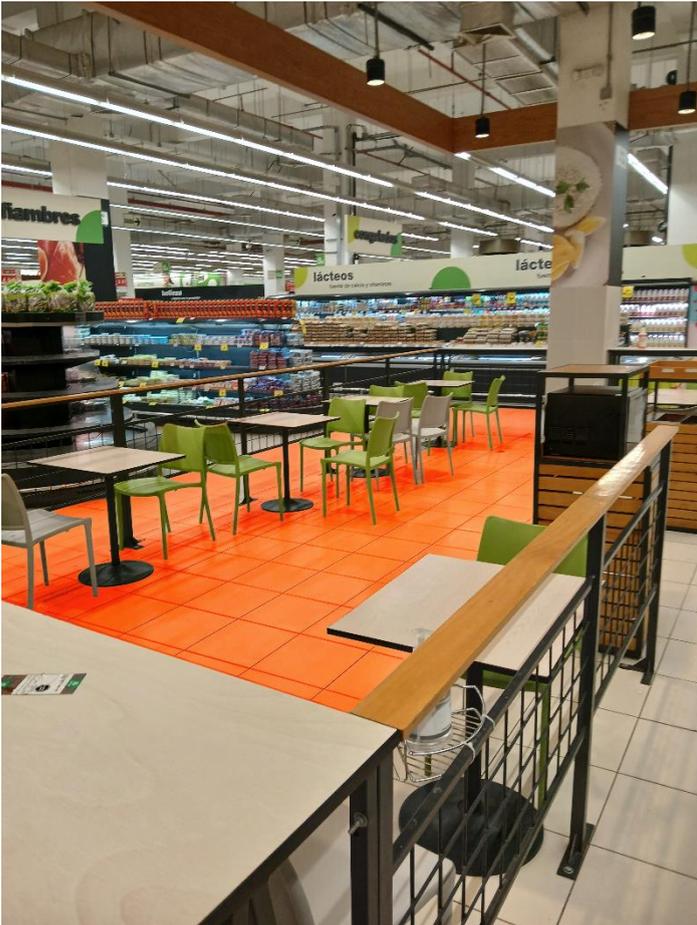


FIGURA 17: PATIO DE COMIDAS SUPERMERCADO - PLAZA VEA

Fuente: Elaboración propia

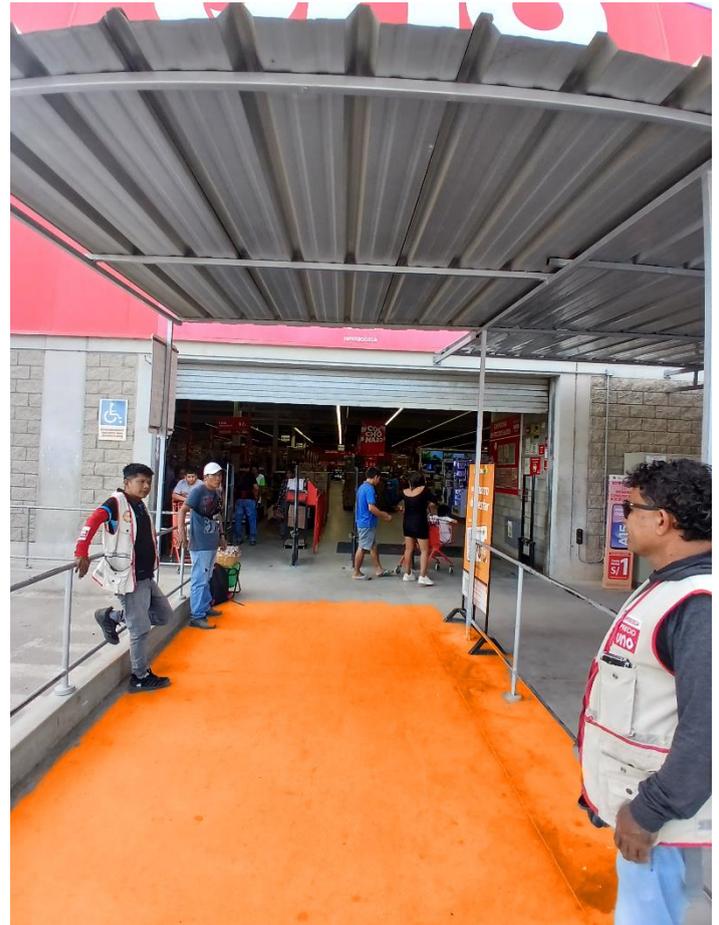


FIGURA 17: HALL DE INGRESO-SUPERMERCADO PRECIO UNO.

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 07. VALIDACIÓN POR EXPERTO 01

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer arquitectónico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Luzmary Vladimiro Saldivaraga Garcia	
Grado profesional:	Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>)	Dóctor ()
Área de formación académica:	MAESTRO	
Áreas de experiencia profesional:	CONSTRUCCION/DOCENCIA UNIVERSITARIA	
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - DFOBA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTEROR ORREGO	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (<input checked="" type="checkbox"/>)	Más de 5 años ()
Experiencia en Investigación (si corresponde)		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autores:	Ortiz Ruiz Brayan Efrain
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	Evaluación para juicio de jueces
Tiempo de aplicación:	8 minutos
Ámbito de aplicación:	Supermercado, edificaciones comerciales
Significación:	Compuesta de 10 interrogantes, con las cuales se busca conocer las sensaciones de los usuarios al percibir o integrar con los espacios comerciales (Supermercados).

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Supermercado	Aspecto Funcional	Según (Castañer y Camerino (2001) Es la capacidad que permite localizar el propio cuerpo en relación de la posición de los objetos de un lugar determinado, a su vez posicionar elementos en función de su propia posición (p. 79).
	Calidad de Usuario	La calidad del usuario es aquella que se vincula con el valor y la satisfacción del cliente, (Kotler y Armstrong (2013)

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

A continuación, a usted le presento el cuestionario elaborado por Ortiz Ruiz Brayan Efrain en el año 2024.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD 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.
COHERENCIA 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.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

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

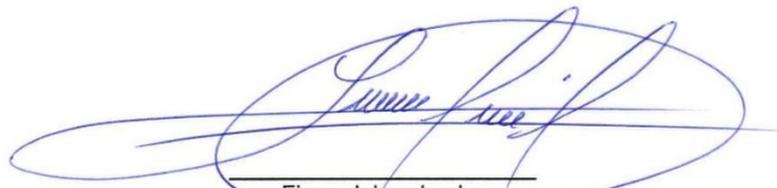
1	No cumple con el criterio
2	Bajo Nivel
3	Moderado nivel
4	Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Supermercado
- Objetivos de la Dimensión:
 - Identificar y conocer los principales supermercados existentes de la provincia de Sullana.
 - Analizar el contexto urbano de los supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción	¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?	3	3	3	
	¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana?	3	3	3	
	¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?	3	3	3	
Sensibilidad Emocional	¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?	3	3	3	
	¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente?	3	3	3	

Usuario	¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios?	3	3	3	
	A cuáles de los siguientes Supermercados suele acudir mayormente:	3	3	3	
	De acuerdo a las alternativas ¿Qué considera usted más agradable de un Supermercado?	3	3	3	
Circulación	¿Algunas veces se ha sentido incomodo al no poder salir con facilidad de un Supermercado?	3	3	3	
	Según su experiencia como usuario ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de Provincia de Sullana?	3	3	3	


 Firma del evaluador
 DNI 71019956

ANEXO 08. VALIDACIÓN POR EXPERTO 02

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer arquitectónico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	GERARDO GONZALES AREVALO
Grado profesional:	Maestro () Doctor (X)
Área de formación académica:	AREA EDUCATIVA
Áreas de experiencia profesional:	ARQUITECTURA
Institución donde labora:	MINISTERIO DE VIVIENDA - UCV
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación (si corresponde):	TRABAJOS PSICOMETRICOS REALIZADOS. TITULO DEL ESTUDIO REALIZADO

2. Pronósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autores:	Ortiz Ruiz Brayan Efrain
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	Evaluación para juicio de jueces
Tiempo de aplicación:	8 minutos
Ámbito de aplicación:	Supermercado, edificaciones comerciales
Significación:	Compuesta de 10 interrogantes, con las cuales se busca conocer las sensaciones de los usuarios al percibir o integrar con los espacios comerciales (Supermercados).

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Supermercado	Aspecto Funcional	Según (Castañer y Camerino (2001) Es la capacidad que permite localizar el propio cuerpo en relación de la posición de los objetos de un lugar determinado, a su vez posicionar elementos en función de su propia posición (p. 79).
	Calidad de Usuario	La calidad del usuario es aquella que se vincula con el valor y la satisfacción del cliente, (Kotler y Armstrong (2013)

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

A continuación, a usted le presento el cuestionario elaborado por Ortiz Ruiz Brayan Efrain en el año 2024.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD 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.
COHERENCIA 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.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

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

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

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Supermercado
- Objetivos de la Dimensión:
 - Identificar y conocer los principales supermercados existentes de la provincia de Sullana.
 - Analizar el contexto urbano de los supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción	¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?	4	4	4	
	¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana?	4	4	4	
	¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?	3	3	3	
Sensibilidad Emocional	¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?	4	4	4	
	¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente?	4	4	4	

Usuario	¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios?	4	4	4	
	A cuáles de los siguientes Supermercados suele acudir mayormente:	4	4	4	
	De acuerdo a las alternativas ¿Qué considera usted más agradable de un Supermercado?	3	3	3	
Circulación	¿Algunas veces se ha sentido incomodo al no poder salir con facilidad de un Supermercado?	3	3	3	
	Según su experiencia como usuario ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de Provincia de Sullana?	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI 08644546

ANEXO 09. VALIDACIÓN POR EXPERTO 03

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer arquitectónico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	CÉSAR ANTONIO PERALTA CHAVEZ
Grado profesional:	Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	ARQUITECTO
Áreas de experiencia profesional:	VIVIENDO
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)
Experiencia en Investigación (si corresponde)	

2. Pronósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario
Autores:	Ortiz Ruiz Brayan Efrain
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	Evaluación para juicio de jueces
Tiempo de aplicación:	8 minutos
Ámbito de aplicación:	Supermercado, edificaciones comerciales
Significación:	Compuesta de 10 interrogantes, con las cuales se busca conocer las sensaciones de los usuarios al percibir o integrar con los espacios comerciales (Supermercados).

4. **Soporte teórico**

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Supermercado	Aspecto Funcional	Según (Castañer y Camerino (2001) Es la capacidad que permite localizar el propio cuerpo en relación de la posición de los objetos de un lugar determinado, a su vez posicionar elementos en función de su propia posición (p. 79).
	Calidad de Usuario	La calidad del usuario es aquella que se vincula con el valor y la satisfacción del cliente, (Kotler y Armstrong (2013)

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

A continuación, a usted le presento el cuestionario elaborado por Ortiz Ruiz Brayan Efraín en el año 2024.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD 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.
COHERENCIA 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.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

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

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

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: Supermercado
- Objetivos de la Dimensión:
 - Identificar y conocer los principales supermercados existentes de la provincia de Sullana.
 - Analizar el contexto urbano de los supermercados y la influencia que cumplen los espacios de transición.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Satisfacción	¿De acuerdo a su experiencia en los Supermercados considera usted que son lugares cómodos y accesibles?	4	4	4	
	¿Qué tan cómodo se siente usted al transitar dentro de un Supermercado de la provincia de Sullana?	4	4	4	
	¿Considera usted que el Supermercado es un espacio privado con ciertas restricciones en su función?	4	4	4	
Sensibilidad Emocional	¿Qué sensaciones suele experimentar usted al estar dentro de un espacio comercial?	4	4	4	
	¿Considera usted que los Supermercados son lugares en donde se puede socializar y compartir experiencias con la gente?	4	4	4	

Usuario	¿A qué tipo de establecimiento suele acudir usted a realizar las compras de sus artículos alimenticios?	4	4	4	
	A cuáles de los siguientes Supermercados suele acudir mayormente:	4	4	4	
	De acuerdo a las alternativas ¿Qué considera usted más agradable de un Supermercado?	4	4	4	
Circulación	¿Algunas veces se ha sentido incomodo al no poder salir con facilidad de un Supermercado?	4	4	4	
	Según su experiencia como usuario ¿Qué defectos considera usted que tienen los Supermercados de Provincia de Sullana?	4	4	4	



 CÉSAR A. PERALTA CHIRA

 ARQUITECTO CAP. 27812

Firma del evaluador

DNI 70800184