



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

**Impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial  
en la imagen urbana del distrito de Piura 2023**

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

Arquitecta

**AUTORA:**

Castro Abadie, Hilary Kay (orcid.org/0000-0002-6517-2466)

**ASESOR:**

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

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2024

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres, por su amor incondicional, y por creer en mí en cada paso de este camino académico.

A mis hermanos, por ser mis primeros amigos y mis eternos confidentes.

Gracias por su apoyo constante, sus palabras de aliento y por compartir conmigo cada paso de este camino.

Esta tesis es para ustedes, con todo mi cariño y gratitud.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, quien ha sido mi luz y guía a lo largo de este camino. Gracias por darme la fuerza, el coraje y la sabiduría necesarios para enfrentar cada desafío.

A mi familia, por ser mi mayor fuente de apoyo y fortaleza. Gracias por su comprensión durante los momentos de estrés y por celebrar conmigo cada logro, grande o pequeño.

Agradezco a mi asesor, por su constante apoyo y disposición para guiarme en este proceso.



**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: "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023", cuyo autor es CASTRO ABADIE HILARY KAY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14%, 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

| <b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>  | <b>Firma</b>  |
|---|---|
| ROMERO ALAMO JUAN CESAR ISRAEL<br><b>DNI:</b> 45627561<br><b>ORCID:</b> 0000-0001-6307-6924 | Firmado electrónicamente<br>por: JCROMEROA el 08-<br>07-2024 22:23:09 |

Código documento Trilce: TRI - 0798096





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, CASTRO ABADIE HILARY KAY 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: "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 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   |
|---|---|
| HILARY KAY CASTRO ABADIE<br>DNI: 70546455<br>ORCID: 0000-0002-6517-2466 | Firmado electrónicamente<br>por: HCASTROAB el 06-07-<br>2024 14:36:43 |

Código documento Trilce: TRI - 0798097



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|   |           |
|---|-----------|
| CARÁTULA .....  | i         |
| DEDICATORIA.....  | ii        |
| AGRADECIMIENTO.....   | iii       |
| DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....                          | iv        |
| DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....                          | v         |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS.....   | vi        |
| RESUMEN .....   | vii       |
| ABSTRACT .....  | viii      |
| I. INTRODUCCIÓN: .....  | 1         |
| II. MARCO TEÓRICO.....  | 4         |
| III. METODOLOGÍA.....   | 11        |
| <b>3.1 Tipo y diseño de investigación.....</b>                        | <b>11</b> |
| <b>3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....</b> | <b>11</b> |
| <b>3.3 Escenario de estudio .....</b>                                 | <b>13</b> |
| <b>3.4 Participantes: .....</b>                                       | <b>13</b> |
| <b>3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....</b>      | <b>14</b> |
| <b>3.6 Procedimiento .....</b>  | <b>15</b> |
| <b>3.7 Rigor científico .....</b>                                     | <b>16</b> |
| <b>3.8 Método de análisis de datos .....</b>                          | <b>16</b> |
| <b>3.9 Aspectos éticos.....</b>                                       | <b>17</b> |
| IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN .....                                       | 17        |
| V. CONCLUSIONES.....  | 34        |
| VI. RECOMENDACIONES: .....  | 37        |
| REFERENCIAS.....  | 38        |
| ANEXOS .....  | 42        |

## RESUMEN

La investigación analizó el impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura en 2023. Se seleccionaron locales comerciales representativos en el distrito de Piura, como 'Los postres de Paty', 'Tambo', 'SOHO Color', 'Inkafarma', y 'La Dominga', utilizando un criterio de conveniencia. El estudio, de enfoque cualitativo y diseño no experimental, empleó fichas de observación y guías de entrevista para recopilar datos. Los resultados indicaron que el diseño contemporáneo está generando un impacto negativo significativo en la imagen urbana de la ciudad. Este impacto se observa en la falta de integración con el entorno local y la proliferación descontrolada de estructuras que no armonizan con la identidad cultural y estética de Piura. Se concluyó que el diseño contemporáneo contribuye a la pérdida de identidad cultural, la degradación estética del paisaje urbano y la fragmentación social. Para abordar estos desafíos, se recomienda un enfoque integral que priorice la preservación del patrimonio local, la planificación urbana sostenible y la participación ciudadana en la toma de decisiones sobre el desarrollo urbano.

**Palabras clave:** Arquitectura Comercial, imagen urbana, identidad cultural, diseño contemporáneo.

## ABSTRACT

The research analyzed the impact of contemporary commercial architecture design on the urban image of Piura in 2023. Representative commercial establishments in the Piura district were selected, such as 'Los postres de Paty,' 'Tambo,' 'SOHO Color,' 'Inkafarma,' and 'La Dominga,' using a convenience sampling method. The study, with a qualitative approach and non-experimental design, employed observation sheets and interview guides to collect data. The results indicated that contemporary design is generating a significant negative impact on the city's urban image. This impact is observed in the lack of integration with the local environment and the uncontrolled proliferation of structures that do not harmonize with the cultural and aesthetic identity of Piura. It was concluded that contemporary design contributes to the loss of cultural identity, the aesthetic degradation of the urban landscape, and social fragmentation. To address these challenges, an integrated approach is recommended that prioritizes the preservation of local heritage, sustainable urban planning, and citizen participation in decision-making regarding urban development.

**Keywords:** Commercial Architecture, urban image, cultural identity, contemporary design.



## **I. INTRODUCCIÓN:**

En el actual contexto global, la arquitectura comercial contemporánea experimenta una expansión sin precedentes, impulsada por el auge económico y la acelerada urbanización. Esta proliferación de diseños arquitectónicos modernos no solo busca eficiencia e innovación, sino que también plantea desafíos considerables para la identidad cultural y visual de los entornos urbanos. La estandarización de elementos de diseño, la pérdida de características históricas y la prevalencia de estilos arquitectónicos globales contribuyen a la creciente homogeneización de la estética urbana.

Este fenómeno no solo impacta la singularidad de los paisajes urbanos, sino que también suscita cuestionamientos cruciales sobre la preservación del patrimonio local y la autenticidad cultural. La globalización de las tendencias arquitectónicas, aunque el reflejo de la conexión global, podría llevar a la disminución de la implicación de los ciudadanos en la planificación y construcción de sus entornos locales, lo cual plantea preguntas fundamentales sobre la preservación del patrimonio y la autenticidad cultural. Este desafío cobra particular importancia en el distrito Piura en 2023, donde se profundiza la reflexión sobre cómo la modernización arquitectónica se entrelaza con la conservación cultural, dando forma al futuro de la imagen urbana.

En el ámbito nacional peruano, la influencia del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial ha experimentado un notable aumento, evidenciado por la creciente expansión urbana y el desarrollo económico del país. La búsqueda de eficiencia, funcionalidad e innovación en el diseño arquitectónico ha llevado a la adopción generalizada de estilos modernos en los espacios comerciales. Sin embargo, este impulso hacia la modernidad no está exento de desafíos, ya que la estandarización de elementos arquitectónicos y la introducción de tendencias globales plantean interrogantes significativos sobre la preservación de la identidad cultural y visual en el contexto urbano peruano.

La uniformidad estética, la pérdida de elementos arquitectónicos tradicionales y la posible desconexión con la rica herencia cultural del país son preocupaciones que emergen con fuerza. La globalización de la arquitectura comercial, si bien es reflejo de la participación de Perú en la economía mundial, también puede contribuir a la

pérdida de la autenticidad local y la singularidad cultural. Estos aspectos cobran una relevancia particular en el distrito de Piura en el año 2023, donde la intersección entre el diseño contemporáneo y la preservación cultural se manifiesta como un desafío esencial para la construcción de una imagen urbana que refleje la identidad peruana en constante evolución.

La ciudad de Piura, situada en la costa norte de Perú, se erige como un testigo vivo de una rica herencia histórica y cultural. A lo largo de las últimas décadas, ha experimentado un crecimiento constante que no solo ha transformado su paisaje físico, sino también sus espacios comerciales, impactando de manera significativa en su imagen urbana. La arquitectura comercial contemporánea, caracterizada por su enfoque en la funcionalidad, sostenibilidad y expresión estética, ha dejado una huella profunda en Piura, redefiniendo su apariencia y su identidad.

Un desafío notable es la pérdida de identidad arquitectónica y cultural. Las nuevas construcciones comerciales, influidas por las corrientes contemporáneas, a menudo carecen de elementos que reflejen la rica historia y herencia cultural de Piura. Esto ha generado una sensación de homogeneidad en el paisaje urbano, donde los edificios comerciales comparten diseños y estructuras similares, desconsiderando la singularidad del entorno local.

Adicionalmente, el acelerado crecimiento y expansión de la arquitectura comercial contemporánea han desencadenado procesos de gentrificación en ciertas zonas, desplazando a comunidades locales y tradicionales. Esto ha generado tensiones sociales y económicas, exacerbando las disparidades entre diferentes sectores de la población y afectando negativamente el tejido social de la ciudad.

Otro desafío considerable es el impacto ambiental. Muchas de las nuevas construcciones contemporáneas no adoptan prácticas sostenibles, lo que resulta en un aumento de la huella ecológica de la ciudad. La falta de consideración ambiental puede conllevar problemas como la pérdida de espacios verdes, la contaminación del aire y agua, y el agotamiento de recursos naturales.

La formulación de esta investigación surge de la imperante necesidad de comprender los efectos de la arquitectura comercial contemporánea en la imagen urbana de Piura. En un contexto de desarrollo y evolución constante, es esencial analizar cómo estas nuevas estructuras comerciales contribuyen a la identidad y perspectiva urbana desde la óptica de los residentes y visitantes.

Frente a este panorama, la pregunta central que orienta este estudio es: "¿Cuál es el impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura?" De esta interrogante derivan los problemas específicos a abordar, tales como: ¿Cuáles son las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos?, ¿Cuáles son los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura? Y, finalmente, ¿De qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura?

La justificación de esta investigación no solo recae en la esfera arquitectónica, sino también en el contexto social y económico de Piura. La apariencia de la ciudad puede influir en su atractivo para inversores, turistas y residentes. Una comprensión más profunda de cómo el diseño arquitectónico afecta la imagen urbana podría propiciar oportunidades para un desarrollo urbano más sostenible y culturalmente enriquecedor.

El objetivo general de esta investigación es analizar el impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura. Para alcanzar este propósito, se plantean los siguientes objetivos específicos: describir detalladamente las características importantes del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura, e Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura.

La arquitectura, como disciplina, trasciende la mera construcción de estructuras físicas. Trasciende más allá de su utilidad y aspecto visual; es el reflejo de la cultura, la comunidad y la época en que se crea. A lo largo de la historia, los arquitectos han dejado una marca indeleble en nuestras ciudades, generando espacios que no solo sirven como refugio, sino que también moldean nuestra identidad colectiva y experiencia diaria. La arquitectura comercial contemporánea desafía las convenciones, buscando innovar en la interacción entre el espacio comercial y la imagen urbana. En este contexto, surge la necesidad de investigar el "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura".

## II. MARCO TEÓRICO

La arquitectura comercial ha experimentado transformaciones significativas en las últimas décadas, desempeñando un papel crucial en la configuración de las áreas urbanas y en la experiencia del consumidor. Para comprender en profundidad esta variable, es esencial revisar las investigaciones más recientes que han analizado sus diversos aspectos.

A nivel internacional, en Guatemala, Hernández (2018) realizó un estudio para examinar la trayectoria y desarrollo de la arquitectura comercial en varias culturas y naciones. Se empleó un método cualitativo intencional no probabilístico, usando técnicas de análisis documental bibliográfico. La investigación se fundamentó en una hipótesis y comprendió la evaluación de diversos estilos de arquitectura comercial, materiales de construcción, funcionalidad, criterios de espacio y tipos de establecimientos. Además, se llevó a cabo una encuesta entre varios usuarios en el centro comercial "Santa Felicia" de Guatemala.

Los resultados indicaron que la arquitectura comercial ha progresado en beneficio de los usuarios. Se notó que los jóvenes prefieren estructuras más amplias como centros comerciales y tiendas zonales, mientras que los adultos valoran la funcionalidad y cercanía de estos locales. La investigación sugiere que la arquitectura comercial ha sido ventajosa para los usuarios, adaptándose en diversas formas, tanto locales como zonales.

En Chile, Hernandez (2014) se centra en las galerías comerciales y sus conexiones con la ciudad, el centro y los espacios públicos. El estudio aborda dimensiones socioeconómicas, históricas, patrimoniales y climáticas, entre otras, que influyen en la ciudad y sus áreas. Destaca el valor de las galerías comerciales y propone revitalizarlas para enfrentar las condiciones climáticas adversas, transformándolas en espacios multifuncionales que se conecten con el exterior y fomenten actividades generadoras de desarrollo urbano.

A nivel nacional en Chiclayo, Failoc (2019) realizó un estudio con el objetivo de crear una infraestructura comercial que ofreciera los espacios necesarios para

facilitar el funcionamiento adecuado de la Feria Balta. Para este estudio, se empleó un enfoque cualitativo que incluyó la recopilación de datos a partir de diversas fuentes bibliográficas, fichas de observación, entrevistas y un análisis detallado de teorías relacionadas con la variable en cuestión. Los resultados permitieron identificar los problemas que afectan las infraestructuras comerciales y determinar los espacios requeridos para la venta de alimentos. Como conclusión, se dedujo la necesidad imperante de contar con una infraestructura comercial apropiada para satisfacer las demandas de los comerciantes y, al mismo tiempo, abordar el problema espacial que afecta a la comunidad.

De la Cruz (2019) se propuso mejorar la arquitectura del mercado Buenos Aires y determinar sus requisitos óptimos. Utilizó un enfoque cualitativo con observación, encuestas, entrevistas y estudios de caso. Concluyó que se necesita una mejor conexión entre los ambientes interiores y exteriores, proponiendo eliminar el desorden formal mediante una mayor contribución volumétrica.

La tesis también sugiere construir un edificio multifamiliar sobre el mercado, pero el autor discrepa, argumentando que sería más pertinente integrar propuestas urbanas que fomenten la integración social, dado el impacto comunitario del mercado y la ausencia de hacinamiento en la zona de estudio.

Fernández (2020) concluye que las edificaciones comerciales deben adaptar tanto sus espacios interiores como exteriores para asegurar óptimas condiciones de funcionamiento, seguridad, accesibilidad y salubridad. Esta adaptación requerirá que los arquitectos diseñen áreas más amplias, integren más zonas verdes y proporcionen una ventilación adecuada. Además, subraya que la versatilidad de la arquitectura comercial será crucial durante la pandemia, dado que estos entornos presentan un alto riesgo de contagio. En resumen, según Fernández, la arquitectura comercial desempeña un papel fundamental al satisfacer las necesidades de los usuarios en estos espacios, y también tiene la responsabilidad crucial de prevenir la propagación del virus en contextos comerciales durante la pandemia.

La imagen urbana es un concepto complejo que engloba la percepción colectiva

de un espacio urbano y su identidad visual. En los últimos años, diversas investigaciones han explorado esta variable desde diferentes perspectivas, proporcionando una comprensión más profunda de cómo los ciudadanos interactúan y se identifican con su entorno. A través del análisis de cinco tesis recientes, se puede trazar un panorama detallado de las dimensiones clave que definen la imagen urbana contemporánea.

Córdova (2005) señala que la idea de que la imagen urbana se desarrolla a través de la convergencia de la espacialidad de la ciudad y la dinámica socio-cultural de sus habitantes resalta la interconexión entre el entorno físico y las personas que lo habitan. Esto implica que la forma en que percibimos una ciudad está influenciada no solo por su arquitectura y diseño, sino también por las interacciones humanas, las tradiciones, la historia y las actividades cotidianas que tienen lugar en ese espacio.

En el ámbito internacional, la investigación de Cadela (2018) en su tesis revela un fenómeno crucial: el declive progresivo de la imagen urbana en Xonacatlán debido a una serie de factores complejos. Entre estos factores se incluyen cuestiones económicas, territoriales, políticas, sociales y ambientales, todos los cuales han contribuido al deterioro de la apariencia y la identidad de esta comunidad a lo largo del tiempo. La investigación subraya la necesidad apremiante de conservar no solo los monumentos históricos, sino también las calles y la arquitectura que constituyen el tejido de la ciudad. Estos elementos son, sin duda, un patrimonio invaluable que debe protegerse para las generaciones futuras.

Por otro lado, Olguin (2019) en su tesis “Intervención urbano-arquitectónico para el mejoramiento de la imagen urbana en Apizaco, Tlaxcala” plantea estrategias para mejorar la imagen urbana en una comunidad específica. Su enfoque se centra en la integración de intervenciones artísticas y regulaciones comerciales que no solo transforman la apariencia física de la ciudad, sino que también revitalizan el sentido de identidad entre los habitantes locales. Olguin destaca la participación ciudadana como un componente esencial en este proceso, subrayando la importancia de que la comunidad local esté involucrada activamente en la

construcción y revitalización de su propio entorno.

En el ámbito nacional, las investigaciones de López (2020) y Bardáles y Moreno (2020) ofrecen una visión más amplia sobre las estrategias para restaurar la imagen urbana en ciudades como Chepén y Pacasmayo. Estos estudios se sumergen en desafíos significativos, como la necesidad de implementar ciclovías para fomentar la movilidad sostenible, conservar el patrimonio cultural que da a las ciudades su singularidad, y mejorar los espacios recreativos para la comunidad. Además, se enfrentan al desafío de abordar la contaminación visual, un problema creciente en entornos urbanos saturados de información visual.

Por otro lado, Escalante (2022) examina la pérdida de la imagen urbana en Chiclayo, destacando un aspecto fundamental: la falta de conexión entre la apariencia de la ciudad y la identidad local. Esta desconexión ha llevado a un deterioro progresivo de la imagen urbana, lo que subraya la necesidad de revitalizar no solo los aspectos físicos de la ciudad, sino también su relación con la comunidad que la habita.

Además, Díaz (2018) y Guidotti (2020) se adentran en la revitalización de zonas monumentales en Tacna y Jauja respectivamente. Estos estudios, aunque enfocados en áreas específicas, exploran temas universales: la importancia de preservar la arquitectura patrimonial y promover la comprensión cultural y social de estas áreas. Ambos estudios utilizan metodologías que incluyen entrevistas y encuestas para evaluar la percepción de la población y proponer soluciones para fortalecer la identidad cultural de las zonas.

Cabello (2019) y Olivera (2021) llevan a cabo investigaciones en San Juan de Lurigancho, un área urbana que ha experimentado un rápido crecimiento poblacional. Estos estudios se centran en la identidad ciudadana y en la necesidad de revitalizar áreas descuidadas debido a este crecimiento demográfico. Cabello destaca la relevancia de la conexión entre la ciudad y sus habitantes en la construcción de la identidad, mientras que Olivera subraya la necesidad de revitalizar espacios descuidados para preservar la imagen urbana y mejorar la

calidad de vida de los habitantes.

En última instancia, tanto Cadela (2018) como Llosa (2020) enfatizan la importancia de proteger la imagen urbana. Ambos autores coinciden en que esta imagen, compuesta por elementos naturales y construidos, es fundamental para la identidad de una ciudad. Esta identidad, formada por las tradiciones, la arquitectura y las costumbres de la comunidad, debe ser protegida y preservada como un tesoro cultural y un legado para las generaciones venideras. En resumen, estas investigaciones destacan la importancia de conservar y mejorar la imagen urbana en todas sus dimensiones, donde la participación ciudadana, la identidad cultural y el patrimonio histórico se revelan como elementos cruciales en este proceso vital para el desarrollo sostenible de nuestras ciudades.

## **Bases teóricas**

### **Arquitectura comercial**

La evolución de la arquitectura comercial se ha delineado a lo largo de los hitos históricos, desde los primeros asentamientos del Homo Sapiens hasta la distinción contemporánea durante la Revolución Industrial. En este contexto la arquitectura comercial se refiere al diseño y la construcción de espacios destinados a actividades comerciales, como tiendas, centros comerciales, oficinas y otros establecimientos similares. Esta rama de la arquitectura integra principios estéticos, funcionales y económicos para crear ambientes que no solo atraen a los clientes, sino que también optimizan el flujo y la experiencia del usuario.

La visión aportada por el arquitecto italiano Rossi (1982) amplía la comprensión al situar la arquitectura comercial como parte intrínseca de la vida urbana. La actividad comercial, según Rossi, es un agente definitorio en la configuración y definición de una ciudad, reflejando su dinámica económica y social. Desde esta perspectiva, la arquitectura comercial no solo se concibe como una entidad física, sino como un reflejo tangible de la identidad histórica, cultural y social del entorno urbano.

La contribución de Martínez (2018) refuerza esta visión al destacar la esencialidad de la arquitectura comercial en el desarrollo urbano. Más allá de su función



estructural, la arquitectura comercial se erige como creadora de hitos urbanos, configurando la vida en la ciudad, influyendo en su morfología y generando un impacto sustancial en la identidad de sus habitantes, al tiempo que impulsa el crecimiento económico.

En síntesis, la arquitectura comercial, desde sus raíces históricas hasta su posición contemporánea, se revela como un componente fundamental que va más allá de la mera edificación, siendo un lenguaje arquitectónico que influye en la identidad, la economía y la experiencia urbana en su conjunto.

### **Imagen Urbana**

La relación con el entorno visual constituye un factor fundamental en la interacción entre el espacio arquitectónico y las áreas residenciales circundantes. Para lograr una integración armoniosa entre el proyecto y el contexto urbano, es imperativo alcanzar la espacialidad y calidad deseadas. En este sentido, se consideran conceptos esenciales como la permeabilidad, un requisito previo para conferir libertad y apertura al espacio. Este enfoque proporciona a los usuarios alternativas tanto en el entorno exterior como interior, creando un contraste deliberado con el paisaje urbano. Además, se subraya la importancia de que el diseño se adapte a la identidad única de la ciudad, según las premisas de Madhi y Hilal (2023).

La condición del entorno espacial no solo influye en la estética, sino también en el comportamiento de quienes lo habitan. Estos espacios deben ser concebidos con sustentabilidad, salud y seguridad en mente. El mobiliario urbano desempeña un papel primordial en este contexto al potenciar el potencial del paisaje, mejorando la percepción visual y fomentando la actividad humana. Así lo afirman Allameh y Heidari (2020).

En la misma línea, abordar la regeneración urbana implica una reconsideración del espacio como un objeto de intervención, apuntando hacia la sanación y afectación positiva de las personas que lo ocupan. Este proceso implica la voluntad de restaurar no solo lo físico, sino también lo ambiental y social en espacios en desuso. Jayaprakash & Swamy (2023) destacan la relevancia de esta perspectiva en el contexto de la regeneración urbana del espacio público.

El factor social, dentro de este marco, se resalta el énfasis en la apropiación de

áreas públicas por parte de los residentes y la significativa importancia que se les asigna. La participación de la comunidad se presenta como una herramienta crucial en la administración pública contemporánea, permitiendo la intervención activa de los usuarios en los espacios públicos y su capacidad para influir en las decisiones que impactan el bienestar general. Este punto de vista está respaldado por Giedraitytė et al. (2022).

En otro aspecto, el componente ambiental se enfoca en la preservación del entorno y la ecología, donde la incorporación de áreas verdes no solo contribuye a contrarrestar el deterioro de las áreas ribereñas, sino que también regenera la calidad climática. Esta perspectiva es considerada esencial no solo desde el aspecto físico, sino también desde los ámbitos mental y espiritual, con el objetivo de mejorar el modo de vida de los habitantes, según las ideas de Durán et al. (2019).

Finalmente, al analizar el entorno urbano contemporáneo, se observa tanto persistencia como cambio en comparación con las ciudades de tiempos pasados. A medida que continúa la desigualdad, ha surgido un acceso ampliado gracias a nuevos métodos de investigación y avances tecnológicos. En este contexto, el espacio ciudadano se manifiesta como un ente dinámico, influenciado por las personas que lo ocupan, según la reflexión de Gadsden (2021).

### **III. METODOLOGÍA**

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

##### **3.1.1 Enfoque**

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo por su capacidad para profundizar en las complejidades del impacto del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial de Piura.

Según Larsen (2023), el estudio cualitativo busca abordar la problemática desde diversos enfoques simultáneamente, aunque no sigue un procedimiento definido. Este tipo de estudio no propone una teoría que se vaya ratificando durante el proceso; en su lugar, explora el acto de investigar para posteriormente desarrollar sus teorías. A medida que avanza el proceso, examina y verifica los resultados conforme van surgiendo. En otras palabras, el enfoque cualitativo se mueve de lo general a lo específico, utilizando procedimientos inductivos.

Este enfoque permite explorar en detalle la riqueza del contexto local y las influencias culturales, se utilizaron instrumentos de entrevistas y guías de observación para recolectar información en donde las categorías de estudio no fueron manipuladas.

##### **3.1.2 Diseño o método de investigación**

Al adoptar un enfoque cualitativo, como método de investigación, se utilizaron entrevistas estructuradas a expertos en arquitectura y diseño urbano, así como fichas de observación estructuradas. Las entrevistas proporcionaron perspectivas detalladas y especializadas, mientras que las observaciones documentaron los elementos del diseño arquitectónico en diversas estructuras comerciales

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

##### **3.2.1 Categoría 1: Arquitectura Comercial**

###### **Definición Conceptual**

La arquitectura comercial se concibe como un tipo específico de diseño arquitectónico centrado en la creación de espacios comerciales que no solo buscan ser estéticamente agradables, sino también funcionales y

habitables para los usuarios (Hernández, 2018).

**Subcategorías:**

**Arquitectónico:**

- Modernidad
- Innovación
- Sostenibilidad

**Funcionalidad Comercial:**

- Experiencia del Cliente
- Adaptabilidad
- Flexibilidad Espacial

**3.2.2. Categoría 2: Imagen Urbana**

**Definición:**

Según Cajigas-Heredia et al. (2019), la imagen urbana comprende tanto lo artificial como lo natural, ambos formando parte de un mismo espacio dentro de la ciudad. Además, Jayaprakash y Swamy (2023) señalan que la regeneración urbana implica ver el espacio como un objeto de intervención, lo que apunta a una forma de sanación y tiene un impacto en los habitantes del lugar. También se refiere a la intención de restaurar lo existente para mejorar las condiciones y aumentar el uso de un área urbana que se ha deteriorado debido al uso constante, el uso excesivo y los cambios en el contexto social.

**Estética Urbana:**

- Coherencia
- Armonía
- Impacto Visual

**Integración Socio-Cultural:**

- Identidad Arquitectónica
- Contribución Cultural
- Adaptación Cultural

**Satisfacción del Ciudadano:**

- Percepción Positiva
- Calidad Urbana
- Opiniones Residentes

### **3.3 Escenario de estudio**

El área de estudio para este proyecto de investigación se centró en el distrito de Piura, situado en la costa norte de Perú. El distrito, con sus aproximadamente 330.32 m<sup>2</sup>, abarcaba una variedad de características físicas y sociales. De acuerdo con el Plan de Desarrollo Urbano de Piura, se identificaron 19,381 lotes, de los cuales el 83.3% se destinaban principalmente a uso residencial.

Piura presentaba un patrón de consolidación urbana, con una red de vías importantes que incluía la Avenida Miguel Grau, la Avenida Loreto, la Avenida Chulucanas y la Avenida César Vallejo. Este distrito abarcaba diversas áreas, desde zonas residenciales hasta extensiones más comerciales y de servicios.

Este contexto de estudio proporcionó una base sólida para examinar cómo el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial impactaba la imagen urbana de Piura, considerando tanto las características físicas como las dinámicas sociales que definían este entorno.

### **3.4 Participantes:**

En este estudio, los participantes fueron seleccionados mediante un criterio de conveniencia, eligiendo diversos locales comerciales en el distrito de Piura, como 'Los postres de Paty', 'Tambo', 'SOHO Color', 'Inkafarma, y 'La Dominga', considerando su relevancia y representatividad en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo. Esta selección permitió una exploración detallada de cómo estos establecimientos contribuyen a la imagen urbana del distrito.

Además de los locales comerciales, tres arquitectos fueron entrevistados como parte fundamental del estudio. Su participación activa proporciona una perspectiva experta sobre el impacto del diseño arquitectónico en el entorno urbano y comercial de Piura. Estas entrevistas permiten profundizar en la comprensión de cómo los establecimientos seleccionados influyen la experiencia del espacio público y la percepción del diseño arquitectónico en la comunidad local. La colaboración con los arquitectos asegura una evaluación exhaustiva y especializada del papel del diseño arquitectónico en el desarrollo y la configuración

urbana del distrito.

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

#### **3.5.1. Técnicas**

##### **3.5.1.1. Observación**

La técnica de investigación mencionada por (Sánchez Bracho et al., 2021) es ampliamente reconocida como crucial en el proceso de investigación. Se destaca por su utilidad tanto en la fase inicial de definición y delimitación del problema a estudiar como en la fase de recolección de datos. No se limita simplemente a observar, sino que implica una búsqueda activa y la complementación de la información recabada.

Se utilizó un método de observación directa para analizar el impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura. Este enfoque implicaba la observación detallada de diversos casos, fenómenos y tipos de variables relacionados con el diseño arquitectónico de los establecimientos comerciales y su influencia en la configuración visual y funcional del entorno urbano. La herramienta empleada para la recopilación de datos sobre ambas variables fue una ficha de observación, la cual registraba las características visibles en el distrito de Piura durante el período de estudio.

##### **3.5.1.2. Entrevista**

De acuerdo con el estudio de (Sánchez Bracho et al., 2021), esta técnica de investigación se reconoce como significativa y se emplea con interés particular en varias etapas del proceso investigativo. Se destaca su utilidad tanto en la fase inicial de definición y análisis del problema en estudio como en la recopilación de datos. No se limita únicamente a la observación superficial, sino que implica una

búsqueda activa y la ampliación de la información recolectada.

Para complementar la recopilación de datos y obtener información respaldada por la opinión de expertos en espacios públicos y crecimiento urbano, se realizaron entrevistas con 3 arquitectos profesionales especializados en el tema. Estas entrevistas se llevaron a cabo mediante un cuestionario estructurado que incluía preguntas abiertas.

Estas técnicas cualitativas, junto con sus instrumentos asociados, permitieron una recopilación profunda y contextualizada de datos. Está fundamentada en la interpretación y comprensión enriquecedora de las experiencias y percepciones relacionadas con la arquitectura comercial contemporánea en Piura.

### **3.5.2. Instrumentos**

#### **3.5.2.1. Guía de observación:**

Según Arias González (2020), esto permite que al observar podamos seleccionar o examinar adecuadamente la información relevante de la zona de estudio.

Esto permitió analizar el lugar donde se desarrolla la investigación, verificar el contexto real y obtener información que posteriormente se sometió a varios análisis para complementar los objetivos de la investigación.

#### **3.5.2.2. Guía de entrevista:**

De acuerdo con (Castro & Oliveira, 2023), se concluye que el entrevistador ya cuenta con un plan de desarrollo, pero dispone de mayor libertad de acción y flexibilidad.

Este instrumento, que consta de 05 ítems, se aplicó a los expertos en el tema con el objetivo de interpretar cada una de sus respuestas a las preguntas formuladas según los objetivos de esta investigación.

### **3.6 Procedimiento**

El procedimiento de esta investigación, guiado por el enfoque cualitativo, se alinea

con el título "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023" y sus objetivos específicos.

La investigación actual se desarrolló en cuatro fases, lo que permitió la recolección de información relevante. En la primera fase, se evaluó la problemática del diseño contemporáneo de arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura y se establecieron los objetivos del estudio. La segunda fase involucró el desarrollo de técnicas e instrumentos para facilitar la recolección de datos. Durante la tercera fase, se implementaron los instrumentos, como entrevistas y fichas de observación completadas a lo largo del día. Finalmente, en la cuarta fase, se procesó la información obtenida mediante estos instrumentos.

### **3.7 Rigor científico**

Según Freire (2020), es crucial dar visibilidad a las decisiones teóricas y metodológicas y considerar información de diferentes períodos para recolectar, procesar y analizar datos, garantizando así la confiabilidad y validez de estos. También es importante tener en cuenta las implicaciones éticas en el proceso de producción del conocimiento. El criterio de credibilidad se aplica al registro auténtico y real de los resultados previos, realizado por personas conocedoras del tema o que están en contacto diario con el entorno estudiado.

### **3.8 Método de análisis de datos**

El propósito de la recolección de información se fundamentó en los métodos establecidos por el investigador a través de un estudio previo. La adquisición de datos se llevó a cabo de manera progresiva, en consonancia con las distintas situaciones en las que se iban obteniendo. De acuerdo con Rios (2017), la información recolectada se alineó con los objetivos establecidos después de comprender la problemática objeto de estudio.

Las entrevistas a tres expertos en el tema se llevaron a cabo en persona, con una duración de 30 minutos cada una. Las transcripciones se realizaron de manera



sintetizada para cada pregunta, lo que facilitó la identificación de palabras clave que resumían los aspectos más importantes en relación con la problemática de investigación.

### 3.9 Aspectos éticos

Es crucial resaltar que todo el estudio se sustentó en principios éticos, otorgando primacía a la ética moral. En consecuencia, durante la recolección de datos, todos los participantes participaron de manera voluntaria en la aplicación del instrumento.

Los datos recopilados durante la investigación fueron confiables, lo cual se corroboró a través de las fuentes identificadas para la investigación, citadas de forma coherente y conforme a las normas APA.

Para la publicación, se llevó a cabo un análisis preliminar siguiendo las pautas establecidas por la Universidad César Vallejo para la elaboración de trabajos de investigación. El estudio se desarrolló con integridad, asegurando que los resultados no fueran manipulados ni adulterados.

Es importante mencionar que esta investigación es de autoría única y no ha sido compartida en ningún otro ámbito académico. Esta autenticidad fue confirmada mediante el programa Turnitin.


## IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN




































### RESULTADOS

**Objetivo específico 01:** Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos.

|                                       |                 |
|---------------------------------------|-----------------|
| Ficha de Observación 01<br>(Anexo 04) | Cuestionario 01 |
|---------------------------------------|-----------------|

- Resumen de la ficha de observación 01 (Anexo 04)

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
|  | <b>Asesor:</b><br>Arq. Romero<br>Álamo Juan Cesar<br>Israel | <b>Tema:</b><br>"Impacto del Diseño Contemporáneo de la<br>Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del<br>distrito de Piura 2023" | <b>Autor:</b><br>Castro Abadie, Hilary<br>Kay | <b>Fichas de<br/>         observación</b><br>01 |
|--|---|--|---|---|

| Locales comerciales  |                        |                         |                         | Local 1   | Local 2  | Local 3   | Local 4   | Local 5  |
|--|------------------------|-------------------------|-------------------------|---|--|---|---|--|
| Fotografía   |                        |                         |                         |   |   |    |    |   |
| Descripción  |                        |                         |                         | <p>Aunque acogedor, el diseño de "Pastas de Patty" puede ser visto como genérico y no especialmente distintivo. Su enfoque en la estética moderna y luminosa no refleja necesariamente la identidad cultural local, lo que limita su capacidad para enriquecer la imagen urbana de Piura de manera auténtica.</p> | <p>La farmacia InkaFarma, aunque funcional, tiene una fachada básica y poco inspiradora que no contribuye significativamente a la mejora de la estética urbana. Su diseño estandarizado y colores brillantes pueden parecer genéricos y no integrarse bien con el entorno cultural de Piura.</p> | <p>El salón de belleza Soho Color, a pesar de su modernidad, puede parecer fuera de lugar en el contexto cultural de Piura. Su diseño altamente comercial y gráficos llamativos pueden no resonar con la arquitectura tradicional y el entorno local, ofreciendo poco en términos de contribución cultural.</p> | <p>La pastelería "La Dominga Pastelería Tradicional" se destaca por su modernidad y la potencial excelente experiencia del cliente debido a su diseño atractivo y acogedor.</p> | <p>La tienda "Tambo+" destaca con su fachada moderna y colorida en el entorno urbano, pero su diseño puede chocar con la estética de edificios tradicionales en áreas históricas o menos desarrolladas, afectando la armonía visual del entorno.</p> |
| Objetivos  | Categoría              | Subcategorías           | Indicadores             |   |  |   |   |  |
| Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos. | Arquitectura Comercial | Estilo Arquitectónico   | Modernidad              |    |   |    |    |   |
|  |                        |                         | Innovación              |    |   |    |    |   |
|  |                        |                         | Sostenibilidad          |   |    |   |   |    |
|  |                        | Funcionalidad Comercial | Experiencia del Cliente |    |   |    |    |   |
|  |                        |                         | Adaptabilidad           |    |   |    |    |   |
|  |                        |                         | Flexibilidad Espacial   |    |   |    |    |   |

Leyenda:  No cuenta con esta característica     
  Si cuenta con esta característica

- Entrevista 01 (Anexo 05)

La entrevista con el Arq. Diego La Rosa Boggio proporcionó una visión interesante sobre el diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, en línea con el primer objetivo específico de esta investigación, que busca describir en detalle las características clave de este tipo de diseño, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos.

Según La Rosa Boggio, el diseño contemporáneo en la arquitectura comercial se caracteriza por su eclecticismo y su parecido con la arquitectura de otras ciudades. Describe este estilo como "una arquitectura genérica que va al concepto de ciudades genéricas", lo que sugiere una tendencia hacia la homogeneización en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo.

En cuanto a los materiales utilizados en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo, el Arq. La Rosa Boggio menciona el vidrio como un material ampliamente utilizado. Sin embargo, sugiere la posibilidad de utilizar materiales más sostenibles, como el ladrillo o la caña, para dar un sello regional a la arquitectura comercial en Piura. Destaca la falta de una regulación que promueva el uso de estos materiales locales y la prevalencia de una arquitectura repetitiva en la ciudad.

En cuanto a la adaptación del diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica, el Arq. La Rosa Boggio considera que los espacios son flexibles y funcionales, capaces de adaptarse a diferentes densidades. Sin embargo, señala que la observación se centra más en la materialidad que en la funcionalidad de estos espacios.

En resumen, la entrevista con el Arq. Diego La Rosa Boggio proporciona una perspectiva valiosa sobre el diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, destacando su eclecticismo, la necesidad de promover materiales sostenibles y la importancia de la flexibilidad espacial en respuesta a las demandas del mercado. Estos resultados contribuyen a la comprensión de las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial en Piura.

- Entrevista 02 (Anexo 06)

La entrevista con el Arq. Herbert Silva proporcionó una perspectiva detallada y multifacética sobre el diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, en consonancia con el primer objetivo específico de esta investigación.

Según Silva, el diseño contemporáneo en la arquitectura comercial va más allá de simples cánones estilísticos; representa una ruptura con las normativas convencionales y busca generar un impacto significativo en el entorno urbano. Como afirmó: "La arquitectura comercial y contemporánea va al concepto de ciudades genéricas, buscando resaltar el objeto arquitectónico para generar nuevos hitos en la ciudad".

Además, Silva resalta la importancia de los materiales en el diseño contemporáneo, señalando un marcado crecimiento en la diversidad de materiales utilizados en los últimos años. En sus palabras: "Los últimos años ha habido un crecimiento bien marcado en cuanto a la materialidad, permitiendo una mayor libertad creativa en el diseño arquitectónico".

En cuanto a las características funcionales del diseño arquitectónico comercial contemporáneo, Silva destaca su enfoque en el consumo y la creación de experiencias para los usuarios. Como mencionó: "Los centros comerciales son espacios polivalentes, diseñados para impulsar el consumo y promover la interacción social".

Respecto a la sostenibilidad en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo, Silva reconoce una falta de enfoque en este aspecto, señalando que: "En el tema netamente comercial, los centros comerciales no suelen tener prácticas ni materiales sostenibles".

En cuanto a la adaptación del diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas del mercado en Piura, Silva sugiere que los diseños tienden a ser estandarizados y poco adaptables a las condiciones locales. Como expresó: "Los diseños tienden a ser estandarizados y poco adaptables a las condiciones locales, lo que limita su capacidad de reflejar la identidad y las necesidades de la comunidad".

En resumen, la entrevista con el Arq. Herbert Silva ofrece una visión completa y crítica del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, destacando su carácter innovador y desafiante, así como sus limitaciones y oportunidades. Estos resultados enriquecen nuestra comprensión de las características clave

del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial en Piura y señalan áreas potenciales para futuras investigaciones y desarrollo profesional en este campo.

- Entrevista 03 (Anexo 07)

La entrevista con el Arq. Federico Couto proporciona una visión profunda sobre el estado del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial de Piura, subrayando su impacto en la identidad urbana y la dinámica del mercado local.

Couto distingue dos escalas dentro del diseño comercial: la escala individual de la tienda y la escala más amplia del centro comercial. En su análisis, resalta cómo las tiendas comerciales, en su mayoría, se basan en la remodelación de espacios existentes para reflejar la identidad de marca, mientras que los centros comerciales tienden a aislarse del entorno urbano, sin contribuir significativamente a su desarrollo. "Los centros comerciales no aportan al desarrollo de la ciudad", afirma Couto, "simplemente buscan atraer compradores sin integrarse con la esencia local".

En términos de sostenibilidad, Couto destaca la escasez de materiales locales y la dependencia de materiales importados en la arquitectura comercial de Piura. Esto plantea desafíos en términos de sostenibilidad ambiental y económica, ya que los materiales importados tienen un impacto negativo en el medio ambiente y en la economía local.

La adaptación del diseño arquitectónico comercial a las demandas del mercado en Piura es otro aspecto crucial discutido por Couto. Señala la falta de flexibilidad espacial en los locales comerciales, así como la disminución de la calidad en la atención al cliente a medida que los negocios crecen. "Los negocios exitosos que han surgido en locales pequeños pierden su encanto y calidad cuando se expanden", comenta Couto, destacando la importancia de mantener la autenticidad y la atención personalizada.

Finalmente, Couto hace hincapié en la importancia de preservar la identidad de Piura en el diseño arquitectónico comercial, abogando por una arquitectura que refleje la historia y la cultura local. "Los comercios atentan contra la identidad de la ciudad al imponer sus marcas y colores", señala Couto, llamando a un enfoque más holístico que considere el impacto visual y cultural en el tejido

urbano de Piura.

En conjunto, la entrevista con el Arq. Federico Couto ofrece una evaluación crítica y reflexiva del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial de Piura, identificando áreas de mejora y destacando la importancia de una arquitectura que se integre con la identidad y el desarrollo sostenible de la ciudad. Sus comentarios proporcionan una base valiosa para futuras discusiones y acciones en este campo.

**Objetivo específico 02:** Analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura.

Entrevista 01 (Anexo 05)

La entrevista con el Arq. Diego La Rosa Boggio ofrece una valiosa perspectiva sobre la influencia del diseño arquitectónico en la imagen urbana de Piura y su relación con los valores culturales, históricos y estéticos que definen la identidad de la ciudad.

En primer lugar, La Rosa Boggio destaca la importancia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos para realzar los valores culturales y estéticos de Piura. Según él, la ciudad es "un palimpsesto, un papel hecho, deshecho y vuelto a hacer", lo que implica que, aunque algunas intervenciones arquitectónicas puedan romper temporalmente la armonía visual, la ciudad tiene la capacidad de adaptarse y absorber nuevas estructuras en su tejido urbano.

En cuanto a la influencia del diseño arquitectónico en la percepción de la ciudad y en la identidad de sus habitantes, La Rosa Boggio enfatiza que el diseño inadecuado puede afectar negativamente el sentido de pertenencia de la comunidad. Advierte que un diseño centrado únicamente en objetivos comerciales, sin tener en cuenta las características locales, puede generar una desconexión entre los habitantes y su entorno urbano. Según él, un diseño así puede "cambiar el sentido de pertenencia" de la ciudad.

Respecto al papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos que reflejen la historia y cultura de Piura, el arquitecto aboga por la integración de elementos tradicionales en proyectos contemporáneos. Propone la reutilización de edificaciones históricas y la promoción del uso de materiales locales para preservar la rica herencia arquitectónica de la ciudad y promover un

sentido de continuidad histórica en su desarrollo urbano. Para él, "se debería promover proyectos comerciales con arquitectura contemporánea, pero usando materiales de la zona ligados a la zona".

Por último, La Rosa Boggio sugiere estrategias arquitectónicas para la preservación y promoción de la cultura local en un entorno urbano en constante cambio. Destaca la necesidad de una reglamentación clara para el centro histórico, que permita la adaptación de proyectos comerciales contemporáneos mientras se respetan las características y tradiciones locales. Propone el uso de materiales autóctonos y el diseño climáticamente sensible como estrategias clave para garantizar la sostenibilidad y la identidad cultural en los proyectos urbanos de Piura. Para él, "se podrían volver comerciales" las edificaciones históricas, contribuyendo así a preservar su identidad.

En resumen, la entrevista con el Arq. Diego La Rosa Boggio ofrece una visión integral sobre la importancia del diseño arquitectónico en la construcción y preservación de la identidad urbana de Piura, destacando la necesidad de una planificación cuidadosa y sensible a los valores culturales y estéticos de la comunidad. Sus comentarios proporcionan orientación valiosa para futuras intervenciones arquitectónicas en la ciudad.

#### Entrevista 02 (Anexo 06)

Desde la perspectiva del Arq. Herbert Silva, el centro histórico de Piura se encuentra en un proceso de decadencia, marcado por la presencia de elementos distorsionadores como el cableado y los ambulantes, que afectan la armonía y coherencia de su diseño urbano. Silva enfatiza la importancia de proteger y cuidar estos elementos para preservar la identidad histórica y cultural de la ciudad. Destaca el impacto de este fenómeno en la percepción visual de la ciudad y en los hábitos de consumo de sus habitantes, sugiriendo la necesidad de encontrar un equilibrio entre la arquitectura llamativa y la preservación de la identidad local.

Silva subraya la importancia de analizar las preexistencias arquitectónicas y de adaptar las intervenciones urbanas al contexto climático y cultural de Piura. Propone aprovechar las azoteas como espacios multifuncionales y reutilizar materiales locales, como la calamina, en el diseño arquitectónico para reflejar la identidad única de la comunidad piurana.

En conclusión, el Arq. Herbert Silva enfatiza la necesidad de desarrollar estrategias

arquitectónicas que promuevan la preservación y promoción de la rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio, reconociendo el papel fundamental de la arquitectura en la configuración de la identidad urbana de Piura. Como mencionó durante la entrevista: "El centro histórico es un centro histórico y está muy en proceso ya decadente", y también señaló que "la gente no se identifica con su centro histórico porque a veces no lo conocen".

Además, resaltó la importancia de entender y reinterpretar las tipologías de vivienda locales, así como la necesidad de involucrar a la comunidad en la preservación y promoción de su patrimonio arquitectónico. Como expresó durante la entrevista: "La gente no se identifica con su centro histórico porque a veces no lo conocen", y agregó: "Las azoteas nosotros las tenemos casi olvidadas, cuando la azotea debería ser un espacio de encuentro".

#### Entrevista 03 (Anexo 07)

Desde la perspectiva del Arq. Federico Couto, la creación de espacios públicos en Piura ha sido limitada, con pocos proyectos nuevos que generen áreas de esparcimiento para la comunidad. Destaca la importancia de ceder terreno en proyectos arquitectónicos para crear espacios públicos que enriquezcan el entorno urbano y promuevan la interacción social. Couto resalta el ejemplo de Mies Van der Rohe en Nueva York, quien optó por retirar parte de un edificio para crear una plaza pública, demostrando que es posible ganar altura sin sacrificar la creación de espacios abiertos.

En cuanto a la influencia del diseño arquitectónico en la percepción visual de la ciudad, Couto hace hincapié en la importancia de mantener la coherencia y el respeto por el entorno urbano. Critica la falta de regulaciones que protejan la identidad visual de Piura, especialmente en el centro histórico, donde la proliferación de marcas comerciales ha alterado el paisaje urbano. Como mencionó durante la entrevista: "Los centros históricos sí deben ser rígidos... las marcas de las empresas cada una tiene un formato y un color diferente, eso altera el paisaje". Respecto al papel de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos que reflejen la historia y cultura local, Couto sugiere la necesidad de reconocer a figuras históricas y eventos significativos en la configuración de los espacios públicos. Propone la creación de parques temáticos que honren a personajes destacados de la historia piurana, como Manuel Bonilla, y resalten la diversidad



cultural de la región. Según Couto: "La identidad no la vamos a encontrar en formas arquitectónicas, sino en conceptos que pueden ser personas".

En cuanto a estrategias arquitectónicas para la preservación y promoción de la cultura local, Couto enfatiza la importancia de diseñar espacios que respondan a las necesidades climáticas de Piura, como la protección contra el sol y las lluvias intensas. Propone la creación de infraestructuras urbanas que controlen el flujo del agua durante las precipitaciones y que proporcionen áreas cubiertas para proteger a los peatones. Couto sostiene que la arquitectura debe ser pertinente al lugar y responder a las condiciones climáticas y culturales de Piura para contribuir efectivamente a la preservación de su identidad única.

Además, Couto resalta la importancia de involucrar a la comunidad en el proceso de diseño urbano y la toma de decisiones. Sugiere que la participación ciudadana puede enriquecer los proyectos arquitectónicos al incorporar las necesidades y preferencias de los habitantes locales. En palabras de Couto: "Si nosotros tenemos un problema de insolación fuerte y cuando las lluvias, las lluvias son fuertes, entonces tenemos que protegernos, nuestra localidad debería ser protegida".

**Objetivo específico 03:** Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura.

|                                       |                 |
|---------------------------------------|-----------------|
| Ficha de Observación 02<br>(Anexo 04) | Cuestionario 01 |
|---------------------------------------|-----------------|

- Resumen de la ficha de observación 01 (Anexo 04)

|  |  |   |  |                             |
|--|--|---|--|-----------------------------|
|  | Asesor:<br>Arq. Romero<br>Álamo Juan Cesar<br>Israel | Tema:<br>"Impacto del Diseño Contemporáneo de la<br>Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del<br>distrito de Piura 2023" | Autor:<br>Castro Abadie, Hilary<br>Kay | Fichas de<br>observación 02 |
|--|--|---|--|-----------------------------|

| Locales comerciales   |                  |                            |                          | Local 1  | Local 2   | Local 3  | Local 4  | Local 5   |
|---|------------------|----------------------------|--------------------------|--|---|--|--|---|
| Fotografía  |                  |                            |                          |  |   |  |  |   |
| Descripción   |                  |                            |                          | Aunque acogedor, el diseño de "Pastas de Patty" puede ser visto como genérico y no especialmente distintivo. Su enfoque en la estética moderna y luminosa no refleja necesariamente la identidad cultural local, lo que limita su capacidad para enriquecer la imagen urbana de Piura de manera auténtica. | La farmacia InkaFarma, aunque funcional, tiene una fachada básica y poco inspiradora que no contribuye significativamente a la mejora de la estética urbana. Su diseño estandarizado y colores brillantes pueden parecer genéricos y no integrarse bien con el entorno cultural de Piura. | El salón de belleza Soho Color, a pesar de su modernidad, puede parecer fuera de lugar en el contexto cultural de Piura. Su diseño altamente comercial y gráficos llamativos pueden no resonar con la arquitectura tradicional y el entorno local, ofreciendo poco en términos de contribución cultural. | La pastelería "La Dominga Pastelería Tradicional" se destaca por su modernidad y la potencial excelente experiencia del cliente debido a su diseño atractivo y acogedor. | La tienda "Tambo+" destaca con su fachada moderna y colorida en el entorno urbano, pero su diseño puede chocar con la estética de edificios tradicionales en áreas históricas o menos desarrolladas, afectando la armonía visual del entorno. |
| Objetivos   | Categoría        | Subcategorías              | Indicadores              |  |   |  |  |   |
| Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura. | Imagen Comercial | Estética Urbana            | Coherencia               | ✓  | ✓   | ✓  | ✓  | ✓   |
|   |                  |                            | Armonía                  | ✓  | ✗   | ✓  | ✓  | ✓   |
|   |                  |                            | Impacto visual           | ✓  | ✓   | ✓  | ✓  | ✓   |
|   |                  | Integración Socio-Cultural | Identidad Arquitectónica | ✓  | ✗   | ✗  | ✗  | ✗   |
|   |                  |                            | Contribución Cultural    | ✗  | ✗   | ✗  | ✗  | ✗   |
|   |                  |                            | Adaptación Cultural      | ✗  | ✗   | ✗  | ✗  | ✗   |
|   |                  | Satisfacción del Ciudadano | Percepción Positiva      | ✓  | ✓   | ✓  | ✓  | ✗   |
|   |                  |                            | Calidad Urbana           | ✓  | ✗   | ✓  | ✗  | ✗   |
|   |                  |                            | Entorno Urbano           | ✓  | ✗   | ✓  | ✓  | ✗   |

Leyenda: ✗ No cuenta con esta característica      ✓ Si cuenta con esta característica

### Entrevista 01 (Anexo 05)

Desde la perspectiva del Arq. Diego La Rosa Boggio, el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura carece de ejemplos destacados de innovación.

La tendencia predominante se inclina hacia la replicación de estilos comerciales provenientes de ciudades más grandes, sin ofrecer propuestas distintivas que resalten la identidad local. La Rosa Boggio menciona la ausencia de proyectos comerciales destacados en Piura, aunque reconoce la viabilidad de implementar modelos de centros comerciales que integren áreas verdes y adopten principios de arquitectura sustentable, como la teoría de bordes blancos. Sin embargo, hasta el momento, no ha observado la materialización de tales proyectos en la ciudad.

En cuanto a la adaptación de los residentes y su percepción de los nuevos desarrollos arquitectónicos, La Rosa Boggio destaca la capacidad humana de adaptación, pero advierte sobre la importancia de preservar elementos identitarios que otorgan sentido de pertenencia a la comunidad. Enfatiza la necesidad de regular el desarrollo arquitectónico comercial para evitar la proliferación de una "Ciudad Genérica", proponiendo la implementación de un reglamento que permita la innovación dentro de parámetros que respeten la identidad urbana de Piura.

En palabras de La Rosa Boggio: "Ser humano es adaptable... si no logramos rescatar algunos elementos identitarios de la ciudad... vamos a perder el sentido de identidad de pertenencia al lugar". Este enfoque resalta la importancia de equilibrar la evolución arquitectónica con la preservación de la identidad cultural y urbana de Piura.

### Entrevista 02 (Anexo 06)

Según Silva, los proyectos comerciales en Piura tienden a ser estandarizados, aunque destaca el Real Plaza como un caso con una postura ligeramente más innovadora, orientada hacia la comodidad del usuario y aspectos ambientales. Sin embargo, aún considera que este tipo de proyectos sigue siendo principalmente estandarizado. En sus palabras: "El Real Plaza tiene una postura un poco más innovadora... se ha generado una comodidad del usuario".

En referencia a soluciones arquitectónicas únicas, Silva menciona ejemplos de centros comerciales en Colombia y Santiago que buscan integrar aspectos de arquitectura ambiental y sostenible en su diseño, generando espacios más amigables para los usuarios. Destaca la importancia de una visión integral en la arquitectura, donde la tecnología y las estrategias ambientales se incorporen de manera orgánica.

Como señala: "Hay una nueva visión en ese sentido... es más pensado en una arquitectura más integral".

Sobre la adaptación de los residentes a los nuevos desarrollos arquitectónicos, Silva reflexiona sobre la normalización de ciertos patrones en la sociedad, destacando la falta de cuestionamiento y conciencia sobre la importancia del patrimonio urbano. Hace hincapié en la necesidad de una educación que promueva el conocimiento y valoración del entorno urbano desde la infancia, como base para generar cambios significativos en la sociedad. En sus palabras: "Nos está faltando bastante entender eso... la educación es básica para que nosotros podamos tener un acercamiento hacia ellos".

Estas perspectivas subrayan la importancia de la innovación consciente en el diseño arquitectónico comercial, así como el papel fundamental de la educación en la promoción de la conciencia y aprecio por el patrimonio urbano.

#### Entrevista 03 (Anexo 07)

En la entrevista con el Arq. Federico Couto, se evidencia que la innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura es limitada. Couto señala que "desde afuera muy pocos, muy pocos son los ejemplos destacados de innovación en los negocios locales de la ciudad". Destaca la baguetería como un caso que proporciona una sensación acogedora al repetir la atmósfera de una panadería antigua.

En cuanto a soluciones arquitectónicas únicas, Couto destaca el restaurante Waykiki como una inversión acertada. Destaca su ubicación estratégica y la utilización de materiales que permiten un mantenimiento fácil y económico. Esta perspectiva sugiere que, aunque existen algunas iniciativas interesantes, la innovación arquitectónica en el ámbito comercial en Piura aún no está ampliamente desarrollada. En relación con la calidad urbana y la evolución de la imagen urbana de Piura, Couto aborda el tema de la pertenencia al lugar y la falta de arraigo en la población migrante. Expresa preocupación por la falta de acción de los residentes ante los problemas urbanos, atribuyéndolo a una actitud de complacencia y falta de propuesta de soluciones. Destaca la necesidad de una mayor participación ciudadana en la planificación urbana y la importancia de educar a la población sobre el impacto de sus decisiones en el desarrollo urbano.

Estas perspectivas sugieren que, aunque el diseño arquitectónico comercial en Piura

aún enfrenta desafíos en términos de innovación, la percepción y participación de los residentes son aspectos clave que influyen en la calidad y la imagen urbana de la ciudad.

En resumen, la entrevista con Couto revela que, si bien la innovación en el diseño arquitectónico comercial en Piura puede ser limitada, existen ciertas iniciativas valoradas que contribuyen a la imagen urbana de la ciudad. Además, resalta la importancia de la participación ciudadana y la reflexión sobre la calidad urbana para entender cómo el diseño contemporáneo ha impactado en la imagen urbana de Piura.

## **DISCUSION**

### **Discusión para el objetivo específico 1:**

Al analizar el estado actual del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial de Piura, se evidencia una tendencia hacia una homogeneización estilística que refleja conceptos urbanos similares a los encontrados en otras ciudades, como sugiere Diego La Rosa Boggio en su entrevista. Esta observación está en línea con las ideas de Martínez (2018), quien señala que la arquitectura comercial busca trascender lo funcional para convertirse en expresiones simbólicas de la identidad corporativa, utilizando los edificios como elementos diferenciadores. Sin embargo, Herbert Silva destaca que esta tendencia puede generar una pérdida de identidad regional en los diseños comerciales, lo que limita su capacidad para reflejar la identidad y las necesidades de la comunidad.

En cuanto a los elementos estilísticos, se destaca el predominio del vidrio como material principal, confiriendo una sensación de modernidad y transparencia a los espacios comerciales. Esta observación coincide con las ideas de Jiménez & Caro (2006), quienes sugieren que la arquitectura comercial busca expresar la identidad corporativa a través de la materialidad de los edificios. Sin embargo, se sugiere la integración de materiales locales, como propone Federico Couto, para dar un sello distintivo a la arquitectura comercial en Piura y fortalecer su conexión con la comunidad y el entorno cultural.

En términos de funcionalidad, se reconoce la flexibilidad espacial de los diseños contemporáneos, aunque se señala una mayor atención a la materialidad que a la funcionalidad en sí misma. Esta observación resalta la importancia de equilibrar la

estética con la practicidad y adaptabilidad de los espacios comerciales, como sugieren Madhi y Hilal (2023), para satisfacer las demandas cambiantes del mercado y las necesidades de la comunidad.

En el ámbito tecnológico, se identifica una falta de enfoque en la implementación de prácticas y materiales sostenibles, lo que destaca una oportunidad para integrar soluciones innovadoras que mejoren la eficiencia energética y reduzcan el impacto ambiental de la arquitectura comercial en Piura, como sugieren Allameh y Heidari (2020). Esta falta de enfoque podría atribuirse a una brecha entre la teoría y la práctica en la implementación de tecnologías sostenibles en el diseño arquitectónico comercial en la región.

### **Discusión para el objetivo específico 2:**

El objetivo específico de esta sección es analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura a partir de las entrevistas realizadas con los arquitectos Diego La Rosa Boggio, Herbert Silva y Federico Couto. Estas entrevistas proporcionan perspectivas diversas y complementarias sobre cómo el diseño arquitectónico contemporáneo puede contribuir a la preservación y promoción de la identidad urbana de Piura, en un contexto de cambio constante.

El Arq. Diego La Rosa Boggio subraya la importancia de la coherencia y la armonía en el diseño de los espacios urbanos para realzar los valores culturales y estéticos de Piura. Comparando la ciudad con un "palimpsesto", La Rosa Boggio destaca la capacidad de Piura para adaptarse y absorber nuevas estructuras, manteniendo su identidad a pesar de las intervenciones arquitectónicas que puedan alterar temporalmente la armonía visual. Esta visión se alinea con la teoría de Kevin Lynch (1960), quien argumenta que una ciudad con una imagen clara y coherente facilita un sentido de orientación y pertenencia en sus habitantes. La capacidad de adaptación y reconfiguración de Piura refleja su resiliencia y la continuidad histórica en su desarrollo urbano.

Los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura son fundamentales para la preservación de su identidad. La Rosa Boggio advierte que

un diseño arquitectónico centrado exclusivamente en objetivos comerciales puede generar una desconexión entre los habitantes y su entorno urbano, afectando negativamente el sentido de pertenencia de la comunidad. Esta preocupación se encuentra en línea con los estudios de Failoc (2019), que destacan la importancia de una infraestructura comercial que no solo responda a necesidades funcionales, sino que también respete y refleje la identidad cultural de la ciudad.

Silva y Couto refuerzan esta idea al destacar la decadencia del centro histórico de Piura debido a elementos distorsionadores como el cableado y los ambulantes. Silva enfatiza la necesidad de proteger estos elementos para preservar la identidad histórica y cultural de la ciudad, sugiriendo la reutilización de materiales locales y la adaptación de intervenciones urbanas al contexto climático y cultural de Piura. Esta perspectiva se alinea con la teoría de Camagni (2005), que subraya la importancia de preservar el capital cultural y patrimonial como componente esencial del desarrollo urbano sostenible.

La Rosa Boggio y Silva proponen la integración de elementos tradicionales en proyectos contemporáneos como una estrategia clave para preservar la identidad urbana de Piura. La Rosa Boggio sugiere la reutilización de edificaciones históricas y el uso de materiales locales para promover un sentido de continuidad histórica. Silva destaca la importancia de reinterpretar las tipologías de vivienda locales y de involucrar a la comunidad en la preservación de su patrimonio arquitectónico. Estas propuestas reflejan un enfoque basado en la sostenibilidad cultural, promoviendo un equilibrio entre la innovación y la preservación de la herencia arquitectónica de la ciudad.

Federico Couto destaca la importancia de crear espacios públicos que enriquezcan el entorno urbano y promuevan la interacción social. Propone ceder terreno en proyectos arquitectónicos para generar áreas de esparcimiento, siguiendo el ejemplo de Mies Van der Rohe en Nueva York. Esta idea resuena con las teorías de Jane Jacobs (1961), quien aboga por la creación de espacios públicos vibrantes y accesibles como medio para fomentar la cohesión social y la vitalidad urbana.

Además, Couto y Silva enfatizan la importancia de involucrar a la comunidad en el

proceso de diseño urbano y en la toma de decisiones. La participación ciudadana puede enriquecer los proyectos arquitectónicos al incorporar las necesidades y preferencias de los habitantes locales, promoviendo un sentido de pertenencia y responsabilidad hacia el entorno urbano. Giedraitytė et al. (2022) y Durán et al. (2019) también subrayan la relevancia de la participación comunitaria para mejorar la calidad de vida y fomentar la identificación con el patrimonio urbano.

Las entrevistas revelan la necesidad de desarrollar estrategias arquitectónicas que promuevan la sostenibilidad y la identidad cultural en Piura. La Rosa Boggio y Couto sugieren el uso de materiales autóctonos y el diseño climáticamente sensible como estrategias clave para garantizar la sostenibilidad y la identidad cultural en los proyectos urbanos. Estas propuestas reflejan la teoría de arquitectura sustentable de Fernández (2020), que destaca la integración de principios ambientales y culturales para crear entornos urbanos resilientes y sostenibles.

En resumen, las entrevistas con los arquitectos Diego La Rosa Boggio, Herbert Silva y Federico Couto proporcionan una visión integral sobre la importancia de los valores culturales, históricos y estéticos en la configuración de la imagen urbana de Piura. La preservación de la identidad urbana, la integración de elementos tradicionales en proyectos contemporáneos, la creación de espacios públicos y la participación ciudadana son aspectos clave para promover un desarrollo urbano que respete y fortalezca la identidad cultural de Piura. Estas perspectivas ofrecen una guía valiosa para futuras intervenciones arquitectónicas en la ciudad, destacando la necesidad de una planificación cuidadosa y sensible a los valores culturales y estéticos de la comunidad.



### **Discusión para el objetivo específico 3:**

El objetivo específico de esta investigación es explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura. A través de las entrevistas realizadas con el Arq. Diego La Rosa Boggio, Silva, y el Arq. Federico Couto, se han identificado varios temas clave que reflejan tanto los desafíos como las oportunidades en la contribución del diseño arquitectónico comercial a la imagen urbana de Piura.

Las entrevistas indican que el diseño arquitectónico comercial en Piura ha contribuido de manera limitada a la imagen urbana de la ciudad debido a una prevalencia de estilos estandarizados y una falta de innovación. La Rosa Boggio señala que la mayoría de los proyectos comerciales replican estilos de ciudades más grandes, sin adaptarse a la identidad local de Piura. Esta falta de propuestas distintivas limita la capacidad de estos desarrollos para realzar la imagen urbana de la ciudad. Silva refuerza esta observación, mencionando que incluso proyectos ligeramente más innovadores, como el Real Plaza, siguen siendo en gran medida estandarizados.

Este fenómeno de replicación y falta de innovación puede contribuir a una "Ciudad Genérica," un concepto discutido en la teoría de Rossi (1982), que destaca la importancia de la arquitectura comercial en la configuración de la identidad urbana. La estandarización puede diluir los elementos identitarios que son cruciales para la percepción y el sentido de pertenencia de los habitantes, afectando negativamente la imagen urbana de Piura.

Un aspecto crucial discutido en las entrevistas es la necesidad de preservar la identidad urbana a través del diseño arquitectónico. La Rosa Boggio enfatiza la importancia de rescatar elementos identitarios para mantener el sentido de pertenencia en la comunidad. Esto se alinea con estudios como el de Failoc (2019), que subrayan la relevancia de una infraestructura comercial que no solo responda a las necesidades funcionales, sino que también respete y refleje la identidad cultural de la ciudad.

Silva y Couto también abordan la importancia de la educación y la participación

comunitaria en la preservación de la identidad urbana. Silva destaca la necesidad de fomentar una conciencia y apreciación del patrimonio urbano desde una edad temprana, lo cual es fundamental para generar un cambio significativo en la sociedad. Couto menciona la falta de acción de los residentes ante los problemas urbanos, atribuyéndolo a una actitud de complacencia y falta de propuestas de soluciones. Estas perspectivas subrayan la necesidad de una mayor implicación de la comunidad en la planificación y desarrollo urbano para preservar y fortalecer la identidad cultural de Piura.

Aunque las entrevistas indican una falta general de innovación, se destacan algunos ejemplos positivos que han contribuido a la imagen urbana de Piura. Silva menciona proyectos en otras ciudades que integran arquitectura ambiental y sostenible, sugiriendo que Piura podría beneficiarse de adoptar enfoques similares. Couto resalta el restaurante Waykiki como un caso de éxito debido a su diseño estratégico y el uso de materiales sostenibles. Estas iniciativas, aunque escasas, demuestran que es posible implementar soluciones arquitectónicas innovadoras y sostenibles que mejoren la imagen urbana de Piura.

Estos ejemplos alinean con las propuestas de Fernández (2020), quien subraya la necesidad de adaptar los espacios comerciales para asegurar óptimas condiciones de funcionamiento y seguridad, especialmente en contextos pandémicos. La integración de áreas verdes y estrategias ambientales no solo mejora la estética, sino también la funcionalidad y sostenibilidad de los espacios comerciales.

La participación ciudadana y la educación emergen como factores cruciales para mejorar la imagen urbana a través del diseño arquitectónico comercial. Silva y Couto abogan por una mayor implicación de la comunidad en el diseño y gestión de los espacios urbanos. Giedraitytė et al. (2022) y Durán et al. (2019) también enfatizan la importancia de la participación comunitaria y la preservación del entorno ambiental para mejorar la calidad de vida y fomentar un sentido de pertenencia y responsabilidad hacia el entorno urbano.

En conclusión, las entrevistas revelan que el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en Piura ha contribuido de manera limitada a la imagen urbana de la ciudad debido a la prevalencia de estilos estandarizados y la falta de innovación. Sin

embargo, existen oportunidades para implementar prácticas innovadoras y sostenibles que podrían transformar el paisaje urbano y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. La participación ciudadana y la educación son esenciales para promover un desarrollo urbano que respete y fortalezca la identidad cultural y urbana de Piura, contribuyendo de manera más significativa a su imagen urbana.

En resumen, el impacto negativo del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en Piura se manifiesta en la pérdida de identidad cultural, la degradación estética del paisaje urbano y la fragmentación social. Abordar estos desafíos requiere un enfoque integral que priorice la preservación del patrimonio local, la planificación urbana sostenible y la participación ciudadana en la toma de decisiones sobre el desarrollo urbano.

## **V. CONCLUSIONES**

**O. E. 1:** *Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos.*

- El diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en Piura muestra una tendencia a homogeneizarse, reflejando estilos y conceptos urbanos similares a los encontrados en otras ciudades, lo cual diluye la identidad local.
- El uso predominante del vidrio en los edificios comerciales proporciona una sensación de modernidad y transparencia, pero existe la necesidad de incorporar más materiales locales para reflejar mejor la cultura y el entorno de Piura.
- Los diseños contemporáneos tienden a priorizar la estética y la materialidad sobre la funcionalidad y adaptabilidad de los espacios, lo que puede resultar en edificios menos prácticos para el uso cotidiano de la comunidad.

**O. E. 2:** *Analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura.*

- Los valores culturales, históricos y estéticos de Piura se encuentran en una encrucijada. La identidad urbana está en riesgo debido a la falta de integración de estos valores en los nuevos desarrollos arquitectónicos comerciales. La tendencia a replicar diseños estandarizados sin una apreciación adecuada del patrimonio histórico y cultural de la ciudad contribuye a la pérdida de identidad urbana y al desarraigo de la comunidad local.
- La identidad urbana de Piura está profundamente vinculada a su historia y cultura, y es esencial integrar elementos tradicionales en los proyectos contemporáneos para preservar esta herencia.
- Mantener la coherencia visual y utilizar materiales autóctonos son fundamentales para preservar la identidad y la continuidad histórica de Piura, asegurando una estética que respete y celebre su patrimonio cultural.

**O.E. 3:** *Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura.*

- El diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha tenido un impacto limitado y en ocasiones negativo en la imagen urbana de Piura. La predominancia de estilos estandarizados y la falta de innovación adaptada al contexto local han llevado a una imagen urbana genérica, que no refleja la riqueza cultural e histórica de la ciudad.
- La falta de regulaciones efectivas ha permitido la proliferación descontrolada de marcas comerciales, lo cual puede alterar negativamente la identidad visual y el atractivo turístico de Piura, indicando la necesidad de un marco regulatorio más riguroso.
- La creación de espacios públicos bien diseñados y accesibles es esencial para enriquecer la experiencia urbana y fomentar la cohesión social, lo cual debe ser una prioridad en el desarrollo arquitectónico de la ciudad.

- Incorporar elementos locales y respetar la identidad cultural en los proyectos comerciales es crucial para fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad y asegurar que las intervenciones arquitectónicas contribuyan positivamente a la imagen urbana de Piura.

**Objetivo General:** *Analizar el Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura.*

Se concluye que el impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura es negativo. El análisis revela que la predominancia de estilos estandarizados y la escasa innovación adaptada al contexto local han contribuido a una imagen urbana genérica y despersonalizada. La falta de integración de elementos culturales, históricos y estéticos propios de Piura en los nuevos desarrollos comerciales ha resultado en un desarraigo comunitario y en la pérdida progresiva de la identidad urbana.

## **VI. RECOMENDACIONES:**

Se debe fomentar la implementación de diseños arquitectónicos comerciales que integren elementos de sostenibilidad y tecnología verde en Piura. Esto no solo contribuirá a mejorar la estética urbana, sino que también se alinearán con las tendencias globales de sostenibilidad y mejorará la calidad de vida de los habitantes. La adopción de prácticas arquitectónicas sostenibles debería ser una prioridad en los nuevos desarrollos comerciales.

Es esencial promover la participación de la comunidad local en el proceso de planificación urbana. Organizar consultas y talleres participativos permitirá a los residentes influir en los proyectos de desarrollo, asegurando que estos reflejen la identidad cultural y social de Piura. Esta participación activa ayudará a fortalecer el sentido de pertenencia y arraigo entre los habitantes.

Finalmente, es fundamental establecer y aplicar regulaciones claras y coherentes de diseño arquitectónico que garanticen que los nuevos desarrollos respeten el patrimonio urbano de Piura. Estas normativas deben ser rigurosamente aplicadas para evitar construcciones que desarmonizan con la imagen urbana existente y para asegurar que cada nuevo proyecto contribuya positivamente al paisaje urbano de la ciudad.

## REFERENCIAS:

- Allameh, E., & Heidari, M. (2020). Sustainable Street Furniture. *Periodica Polytechnica Architecture*, 51(1), 65–74. <https://doi.org/10.3311/PPAR.12674>
- Arias Gonzáles, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*.
- Bardáles, E. y Moreno, J. (2020). *Estrategias de recuperación de la imagen urbana y la repotencialización de actividades culturales y recreativas del Malecón Grau, Pacasmayo, 2020*. (Tesis de titulación, Universidad César Vallejo). Repositorio Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3aqwGR>
- Cabello Montero, C. J. (2019). Evaluación de la identidad y estructura para proponer el mejoramiento de la imagen urbana del mercado de Jauja [Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/7111>
- Cadela Alquisiras, B. (2018). *Deterioro de la Imagen Urbana de la Cabecera Municipal de Xonocatlán, Estado de México, 1974 - 2015* [Universidad 213Autónoma del Estado de México]. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/95342>
- Castro, E. de, & Oliveira, U. T. V. de. (2023). A entrevista semiestruturada na pesquisa qualitativa-interpretativa: um guia de análise processual. *Entretextos*, 22(3), 25–45. <https://doi.org/10.5433/1519-5392.2022V22N3P25-45>
- Cajigas-Heredia, M., Salido-Araiza, P. L., Romero-Escalante, D. M., & WongGonzález, P. (2019). La adecuación de la imagen urbana como propuesta para el desarrollo turístico de la Región del Río Sonora, México. El caso de Ures. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53). <https://doi.org/10.24836/ES.V29I53.652>
- Córdova, (2005). *QUITO. Imagen Urbana, Espacio Público, Memoria e Identidad*. (Trama) <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/58693.pdf>
- De la Cruz, A. (2019). “Análisis de la arquitectura comercial del mercado buenos Aires para su mejoramiento y la implementación de un edificio multifuncional” - “nuevo mercado Buenos Aires, nuevo Chimbote.” 0–1. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43167>
- Díaz, V. (2018). *Propuesta de revitalización urbana del parque colón y la calle*

- Arequipa para el mejoramiento de la imagen urbana de la zona monumental de Tacna – año 2016.* (Tesis de Titulación, Universidad Privada de Tacna). Repositorio Universidad Privada de Tacna. <https://bit.ly/3c2kFCe>
- Durán, K. C. B., Muñoz, S. A. G., Chávez, A. N. L., Aldana, R. A. G., Pérez, E. V., & Rodríguez, A. O. (2019). Mejoramiento de la imagen urbana en la ciudad de Chihuahua. *Revista Biológico Agropecuaria Tuxpan*, 7(1), 82–88. <https://doi.org/10.47808/REVISTABIOAGRO.V7I1.163>
- Escalante, R. (2022). *Factores de Diseño de Transitabilidad Peatonal para Influir en la Recuperación de la Imagen Urbana del Centro Histórico de Chiclayo.* (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3OZhtG2>
- Failoc, V. G. (2019). *Dinamismo comercial urbano como modelo estructurador de la galería comercial Feria Balta - Chiclayo* [Universidad César Vallejo]. In Repositorio Institucional - UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46936>
- Fernández, M. (2020). *La influencia de la arquitectura y el diseño del espacio en la enseñanza post COVID-19. Covid-19. Educación Inclusiva y Personas Con Discapacidad: Fortalezas y Debilidades de La Teleeducación*, 1, 45–53. <http://hdl.handle.net/11181/6156>
- Freire, E. E. E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Revista Conrado*, 16(75), 103–110. <https://doaj.org/article/b70d3a52d72248dba5e7660ebb32c0ca>
- Gadsden, V. L. (2021). *Urban Context. Handbook of Urban Education*, 434–451. <https://doi.org/10.4324/9780429331435-32>
- Giedraitytė, V., Smaliukienė, R., & Vedlūga, T. (2022a). The Impact of Citizen Participation on Public Sentiments during Crises: Comparative Study of Estonia, Latvia, and Lithuania. *Sustainability (Switzerland)*, 14(24). <https://doi.org/10.3390/SU142416981>
- Guidotti, S. (2020). *Rehabilitación del patrimonio arquitectónico como herramienta de revitalización urbana en la zona monumental del Centro Histórico de Jauja.* (Trabajo de Investigación para Bachiller). Repositorio Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3arZo4B>
- Hernández, D. (2014). *Consolidación manzana n° 71 Valdivia. Sistema de integración de galerías comerciales.* (Tesis para optar el título 214



- profesional, Universidad de Chile). Recuperada de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/130572>
- Hernández, F. (2018). *Arquitectura Comercial*. Investigación, Seminario D E, 41. <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2012/28815.pdf>
- Jayaprakash, S., & Swamy, V. (2023). Spatial SWOT Analysis: An Approach for Urban Regeneration. *Lecture Notes in Civil Engineering*, 256, 21–38. [https://doi.org/10.1007/978-981-19-1862-9\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-19-1862-9_2)
- Larsen, F. (2023). Methodology: A Qualitative Approach. *Commodity Branding*, 29–44. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-29966-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-29966-7_3)
- Llosa, J. (2020). *Recuperación del paisaje cultural en las dos primeras cuadras de la avenida Bolognesi - Tacna*. (Tesis de Titulación, Universidad Privada de Tacna). Repositorio Universidad Privada de Tacna. <https://bit.ly/3RnXIK0>
- López, E. (2020). *Estrategias urbano arquitectónicas para recuperar la imagen urbana de la calle San Pedro en la ciudad de Chepén, 2019*. (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo). Repositorio Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3uEGL49>
- Madhi, K., & Hilal, M. (2023). THE IMPACT OF THE VISUAL DESIGN OF PUBLIC SPACES IN THE ARABIC CITY. *Journal of Advanced Sciences and Engineering Technologies*, 5(2), 24–31. <https://doi.org/10.32441/JASET.05.02.03>
- Martínez, P., Buelvas, A., Romero, L., Buelvas, P., Ruíz, J., Castilla, L., Martínez, R., Bravo, L., Valdelamar, J., Contreras, A., Romero, I., Vitola, S., Muñoz, M., Mercado, T., Cardona, Y., Niebles, T., Jarava, M., Gómez, E., Beltrán, L., ...Martínez, C. (2018). Estudios de caso desde una perspectiva multidisciplinar Piedad (Editorial. cecar@cecar.edu.co (ed.)). <https://www.cecar.edu.co/documentos/editorial/e-book/estudios-de-caso-desde-una-perspectiva-multidisciplinar.pdf#page=286>
- Olguin Jaén, U. B. (2019). *Intervención urbano-arquitectónica para el mejoramiento de la imagen urbana en Apizaco, Tlaxcala* [Instituto Politécnico Nacional]. <https://148.204.103.62/handle/123456789/27419>
- Olivera, O. (2021). *Rescate de espacios residuales para mejorar la imagen urbana de la urbanización Zárate en San Juan De Lurigancho*. (Tesis de Titulación, Universidad César Vallejo). Repositorio Universidad César Vallejo. <https://bit.ly/3Azh7lg>

Sánchez Bracho, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107–121. <https://doi.org/10.35290/RCUI.V8N1.2021.40>

Rossi, Aldo . *La arquitectura de la ciudad*, Barcelona, GG, 1982.

# ANEXOS

## ANEXO 1. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

| TÍTULO  | OBJETIVO GENERAL  | PREGUNTA GENERAL  | OBJETIVOS ESPECÍFICOS  | PREGUNTAS DERIVADAS   | CATEGORÍAS             | SUB CATEGORÍAS             | INDICADORES / CÓDIGOS    | MÉTODOS DE RECOLECCIÓN    | HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN          |
|---|---|---|--|---|------------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito Piura 2023"             | Analizar el Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura.         | ¿Cuál es el impacto del diseño contemporáneo de la arquitectura comercial en la imagen urbana de Piura? | Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos. | ¿Cuáles son las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos? | Arquitectura Comercial | Estilo Arquitectónico      | Modernidad               | Observación<br>Encuesta   | Ficha de Observación<br>Cuestionario |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Innovación               |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Sostenibilidad           |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        | Funcionalidad Comercial    | Experiencia del Cliente  |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Adaptabilidad            |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Flexibilidad Espacial    |                           |                                      |
|   |   |   | Analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura.   | ¿Cuáles son los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura?   | Imagen Urbana          | Estética Urbana            | Coherencia               | Observación<br>Entrevista | Ficha de Observación<br>Cuestionario |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Armonía                  |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Impacto visual           |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        | Integración Socio-Cultural | Identidad Arquitectónica |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Contribución Cultural    |                           |                                      |
|   |   |   |  |   |                        |                            | Adaptación Cultural      |                           |                                      |
| Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura. | ¿De qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura? | Satisfacción del Ciudadano  | Percepción Positiva  |   |                        |                            |                          |                           |                                      |
|   |   |   | Calidad Urbana   |   |                        |                            |                          |                           |                                      |
|   |   |   | Entorno Urbano   |   |                        |                            |                          |                           |                                      |

Fuente: *Elaboración propia*

## ANEXO 2. OPERACIONALIZACIÓN DE LA CATEGORÍA 1: ARQUITECTURA COMERCIAL

| CATEGORÍA 1                       | DEFINICIÓN  | SUB CATEGORÍAS          | INDICADORES/<br>CÓDIGOS |
|-----------------------------------|---|-------------------------|-------------------------|
| <b>Arquitectura<br/>comercial</b> | La arquitectura comercial se concibe como un tipo específico de diseño arquitectónico centrado en la creación de espacios comerciales que no solo buscan ser estéticamente agradables, sino también funcionales y habitables para los usuarios (Hernández, 2018). | Estilo Arquitectónico:  | Modernidad              |
|                                   |   |                         | Innovación              |
|                                   |   |                         | Sostenibilidad          |
|                                   |   | Funcionalidad Comercial | Experiencia del Cliente |
|                                   |   |                         | Adaptabilidad           |
|                                   |   |                         | Flexibilidad Espacial   |

Fuente: *Elaboración propia*

### ANEXO 3. OPERACIONALIZACIÓN DE LA CATEGORÍA 2: IMAGEN URBANA

| CATEGORÍA 2                                    | DEFINICIÓN  | SUB CATEGORÍAS             | INDICADORES/ CÓDIGOS     |
|--|---|----------------------------|--------------------------|
| <b>Variable Dependiente:<br/>Imagen Urbana</b> | La variable de investigación subsiguiente es la percepción urbana, conceptualizada como la amalgama de significados simbólicos, perspectivas cognitivas y otros atributos análogos, que un conjunto de personas considera como deseables para evaluar el entorno en el que residen. Esta visión y conjunto de valores inciden directamente en sus comportamientos y acciones (Rapport, 1978). | Estética Urbana            | Coherencia               |
|  |   |                            | Armonía                  |
|  |   |                            | Impacto visual           |
|  |   | Integración Socio-Cultural | Identidad Arquitectónica |
|  |   |                            | Contribución Cultural    |
|  |   |                            | Adaptación Cultural      |
|  |   | Satisfacción del Ciudadano | Percepción Positiva      |
|  |   |                            | Calidad Urbana           |
|  |   |                            | Opiniones Residentes     |

Fuente: *Elaboración propia*

# ANEXO 4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: FICHAS DE OBSERVACIÓN

|  |  |  |                                |
|--|--|--|--------------------------------|
|   | <b>Asesor:</b><br>Arq. Romero Álamo<br>Juan Cesar Israel | <b>Tema:</b><br>"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023" | <b>FICHA DE OBSERVACIÓN 01</b> |
| <b>Autor:</b><br>Hilary Kay Castro Abadie  | <b>Local Comercial:</b><br>Los Postres de Patty          | <b>Categoría:</b><br>Arquitectura Comercial  |                                |
|  |  |  |                                |
| <b>Estilo Arquitectónico</b>   |  |  |                                |

- Modernidad**

La fachada de "Postres de Patty" es moderna y elegante, con un diseño limpio y bien iluminado. La señalización con letras luminosas añade un toque contemporáneo. Los grandes ventanales y la decoración minimalista también refuerzan la percepción de modernidad.

- Innovación**

No se observan elementos específicos que indiquen un uso intensivo de tecnología avanzada o servicios innovadores desde la imagen.

- Sostenibilidad**

No hay indicadores visibles de prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados o señalización ecológica. Sin embargo, el diseño moderno y bien iluminado podría implicar el uso de tecnología LED eficiente en energía.



### Funcionalidad Comercial



- Experiencia del Cliente**

La fachada luminosa y acogedora sugiere un ambiente cómodo y agradable para los clientes. Los grandes ventanales permiten ver el interior, que es espacioso y bien decorado, lo que mejora la experiencia del cliente.

- Adaptabilidad**

La disposición del espacio visible en la imagen sugiere una configuración que podría adaptarse fácilmente a diferentes necesidades, como cambios en la disposición de las mesas o el uso del espacio para eventos especiales.

- Flexibilidad Espacial**

La amplia entrada y la disposición abierta del espacio interior visible a través de los ventanales sugieren una buena flexibilidad espacial. Esto permitiría reorganizar el interior según las necesidades cambiantes.



**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

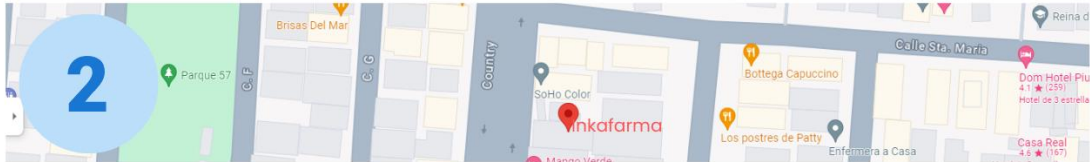
**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA DE OBSERVACIÓN 02**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Inkafarma

**Categoría:**  
Arquitectura Comercial



**Estilo Arquitectonico**

• **Modernidad**

La fachada de la farmacia tiene un diseño sencillo y funcional, con un letrero grande y claro que utiliza colores brillantes (amarillo y verde) para atraer la atención. Sin embargo, no hay elementos particularmente modernos como pantallas digitales o arquitectura de vanguardia.

• **Innovación**

No hay detalles específicos en la imagen que indiquen un alto nivel de innovación, como tecnología avanzada en el mostrador, sistemas automatizados o servicios digitales visibles.

• **Sostenibilidad**

No se pueden observar elementos de sostenibilidad directamente desde la imagen, como el uso de materiales ecológicos o señalización de prácticas sostenibles.



**Funcionalidad Comercial**



• **Experiencia del Cliente**

La entrada de la tienda es amplia y parece accesible, lo que sugiere un diseño pensado para la comodidad del cliente. Los productos están bien organizados y visibles desde el exterior, facilitando la búsqueda.

**Adaptabilidad**

La farmacia parece ser adaptable en términos de accesibilidad y organización del espacio para acomodar diversos productos y servicios. No obstante, no hay señales de cambios rápidos o adaptaciones tecnológicas visibles.

**Flexibilidad Espacial**

La tienda muestra una entrada amplia y parece tener un diseño interior que puede permitir una cierta reconfiguración del espacio. Sin embargo, no hay indicaciones claras de una flexibilidad espacial avanzada.



**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

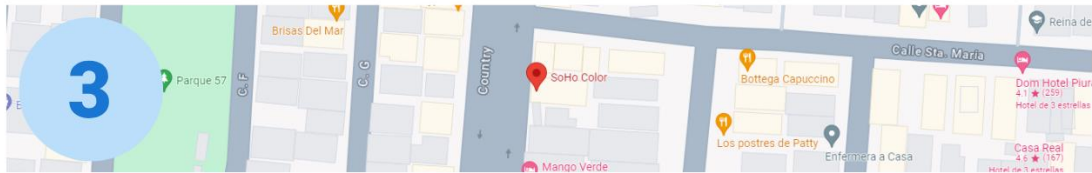
**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura  
Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA  
DE  
OBSERVACIÓN  
03**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Soho Color

**Categoría:**  
Arquitectura Comercial



### Estilo Arquitectónico

- **Modernidad**

La fachada de Soho Color muestra un diseño contemporáneo con un uso prominente de vidrio y gráficos grandes en blanco y negro que dan un toque elegante y moderno. La señalización es clara y atractiva.

- **Innovación**

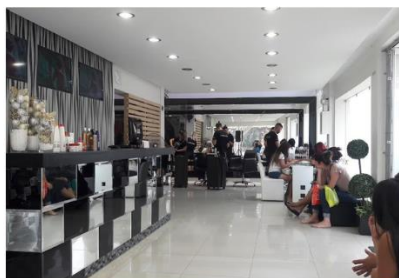
No se observan detalles específicos que sugieran un uso intensivo de tecnología avanzada o servicios innovadores. Sin embargo, la imagen exterior es profesional y bien diseñada, lo cual puede implicar una oferta de servicios modernos en el interior.

- **Sostenibilidad**

No se pueden identificar elementos de sostenibilidad directamente desde la imagen, como el uso de materiales reciclados o prácticas ecológicas evidentes.



### Funcionalidad Comercial



- **Experiencia del Cliente**

La entrada es amplia y accesible, y las grandes ventanas sugieren un espacio bien iluminado y acogedor. El diseño exterior es atractivo y el interior es cómodo para los clientes.

- **Adaptabilidad**

La disposición exterior no sugiere cambios rápidos o adaptaciones tecnológicas visibles. No obstante, el uso de un diseño limpio y flexible puede permitir modificaciones internas.



- **Flexibilidad Espacial**

La amplia entrada y la utilización de grandes ventanas sugieren un espacio que podría ser reorganizado con cierta facilidad para diferentes propósitos o disposiciones internas.





**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA  
DE  
OBSERVACIÓN  
04**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
La Dominga

**Categoría:**  
Arquitectura Comercial



### Estilo Arquitectónico

- **Modernidad**

La fachada y el interior de "La Dominga Pastelería Tradicional" presentan un diseño moderno con colores vivos y una señalización clara. El uso de vidrio en las puertas y ventanas, así como la iluminación, refuerzan esta percepción.

- **Innovación**

No se observan elementos específicos que indiquen un uso intensivo de tecnología avanzada o servicios innovadores desde las imágenes. Sin embargo, el diseño y la disposición de los productos sugieren una atención al detalle.

- **Sostenibilidad**

No hay indicadores visibles de prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados o señalización ecológica. El uso de luces LED.



### Funcionalidad Comercial

- **Experiencia del Cliente**

La fachada luminosa y acogedora, junto con la disposición ordenada y atractiva del interior, sugiere un ambiente cómodo y agradable para los clientes. La visibilidad de los productos y la limpieza del lugar también contribuyen positivamente.

- **Adaptabilidad**

La disposición del espacio visible en la imagen sugiere una configuración que podría adaptarse fácilmente a diferentes necesidades, como cambios en la disposición de los mostradores o la decoración temática.

- **Flexibilidad Espacial**

La amplia entrada y la disposición abierta del espacio interior visible a través de los ventanales sugieren una buena flexibilidad espacial. Esto permitiría reorganizar el interior según las necesidades cambiantes.





**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura  
Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA  
DE  
OBSERVACIÓN  
05**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Tambo

**Categoría:**  
Arquitectura Comercial



### Estilo Arquitectónico

- **Modernidad**

La fachada de "Tambo+" es moderna y llamativa, con el uso de colores vivos y contrastantes como el amarillo y púrpura. La tipografía del letrero es contemporánea y atractiva.

- **Innovación**

No se observan elementos específicos que indiquen un uso intensivo de tecnología avanzada o servicios innovadores desde la imagen. El diseño visualmente atractivo y las promociones visibles sugieren un enfoque innovador en marketing.

- **Sostenibilidad**

No hay indicadores visibles de prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados o señalización ecológica. No se observan elementos como paneles solares o tecnologías eco-amigables.



### Funcionalidad Comercial



- **Experiencia del Cliente**

La fachada amplia y accesible, con grandes ventanales y señalización de ofertas, sugiere una experiencia de cliente cómoda y atractiva.

- **Adaptabilidad**

La disposición del espacio visible sugiere una configuración estándar para una tienda de conveniencia, lo que podría limitar su adaptabilidad para otros usos.

- **Flexibilidad Espacial**

La imagen no proporciona suficiente información sobre el interior del local para evaluar su flexibilidad espacial. Sin embargo, el diseño modular sugiere que podría haber cierta flexibilidad en la disposición interna.



**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura  
Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA  
DE  
OBSERVACIÓN  
06**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Postres de Patty

**Categoría:**  
Imagen Urbana



### Estética Urbana

- **Coherencia**

El diseño de Postres de Patty es coherente con su identidad como restaurante, utilizando un diseño cálido y acogedor.

- **Armonía**

La fachada elegante y bien iluminada se integra bien y mejora la estética del entorno urbano.

- **Impacto Visual**

La iluminación y el diseño atractivo aseguran un impacto visual significativo.



### Integración Socio - Cultural

- **Identidad Arquitectónica**

El diseño distintivo y acogedor aporta una identidad arquitectónica fuerte al área.

- **Contribución Cultural**

No hay indicaciones de elementos culturales locales, pero el diseño acogedor puede resonar bien con la cultura local de hospitalidad.

- **Adaptación Cultural**

Aunque no muestra elementos culturales explícitos, el ambiente acogedor puede adaptarse bien a la cultura local.



### Satisfacción del Ciudadano

- **Percepción Positiva**

Probablemente percibido muy positivamente por su ambiente acogedor y atractivo.

- **Calidad Urbana**

Contribuye significativamente a la calidad urbana mejorando la estética y la experiencia del entorno.

- **Entorno urbano**

El diseño atractivo y acogedor de "Pastas de Patty" mejora considerablemente el entorno urbano, creando un espacio más agradable y atractivo.





**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

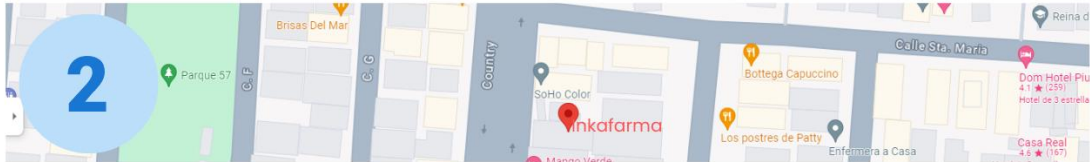
**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA  
DE  
OBSERVACIÓN  
07**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Inkafarma

**Categoría:**  
Imagen Urbana



### Estética Urbana

- **Coherencia**

El diseño de Inkafarma es coherente con la identidad visual de la cadena de farmacias, utilizando colores corporativos (amarillo y verde) y un diseño funcional y reconocible.

- **Armonía**

La fachada sencilla y funcional se integra bien en un entorno urbano comercial. No destaca por su estética, pero tampoco desentona.

- **Impacto Visual**

Los colores brillantes y el gran letrero aseguran que la farmacia sea fácilmente visible y reconocible.

### Integración Socio - Cultural

- **Identidad Arquitectónica**

La identidad es clara y funcional, pero no aporta un carácter arquitectónico distintivo.

- **Contribución Cultural**

Como parte de una cadena internacional, la tienda no parece reflejar elementos culturales locales específicos.

- **Adaptación Cultural**

La tienda parece estar diseñada para ser funcional y accesible, pero no muestra una adaptación notable a la cultura local.



### Satisfacción del Ciudadano

- **Percepción Positiva**

La farmacia probablemente es percibida positivamente por su funcionalidad y accesibilidad.

- **Calidad Urbana**

Contribuye a la accesibilidad y la disponibilidad de servicios, pero no mejora significativamente la estética urbana.

- **Entorno urbano:**

La farmacia es un servicio esencial que mejora la funcionalidad del entorno urbano, pero su impacto en la mejora estética del área es limitado.





**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA DE OBSERVACIÓN 08**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Soho Color

**Categoría:**  
Imagen Urbana



### Estética Urbana

- **Coherencia**

El diseño de Soho Color es coherente con su identidad como salón de belleza, utilizando gráficos en blanco y negro y un diseño limpio y moderno.

- **Armonía**

La fachada moderna y atractiva se integra bien en un entorno urbano, mejorando la estética del área.

- **Impacto Visual**

Los gráficos grandes y la señalización clara aseguran un impacto visual significativo.

### Integración Socio - Cultural

- **Identidad Arquitectónica**

El diseño moderno y profesional aporta una identidad arquitectónica distintiva al área.

- **Contribución Cultural**

No hay indicaciones de elementos culturales locales en la fachada.

- **Adaptación Cultural**

El diseño es moderno y posiblemente atractivo para un público urbano, pero no muestra una adaptación cultural explícita

### Satisfacción del Ciudadano

- **Percepción Positiva**

Se percibe positivamente por su estética moderna y profesional.

- **Calidad Urbana**

Contribuye positivamente a la estética urbana y puede elevar la percepción del área.

- **Entorno Urbano**

Mejora significativamente el entorno urbano con su diseño moderno y atractivo, posiblemente incentivando mejoras en los locales cercanos.





**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA  
DE  
OBSERVACIÓN  
09**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
La Dominga

**Categoría:**  
Imagen Urbana



### Estética Urbana

- **Coherencia**

El diseño interior y exterior de "La Dominga Pastelería Tradicional" es coherente. Los colores cálidos como el naranja y el amarillo utilizados en la fachada se mantienen en el interior, creando una imagen cohesiva.

- **Armonía**

Los elementos de diseño están bien integrados. Las decoraciones interiores, como los globos y los detalles en las paredes, complementan el ambiente cálido y acogedor de la pastelería.

- **Impacto Visual**

La fachada de la pastelería es llamativa con su combinación de colores vivos y su logo distintivo. En el interior, la decoración y los productos bien presentados generan un impacto visual positivo.



### Integración Socio - Cultural

- **Identidad Arquitectónica**

El diseño arquitectónico es distintivo y refleja la naturaleza tradicional de la pastelería, a la vez que incorpora elementos modernos.

- **Contribución Cultural**

La pastelería no contribuye culturalmente al no ofrecer productos tradicionales locales.

- **Adaptación Cultural**

El diseño no presenta elementos claramente relacionados con la cultura local de Piura, pero su estilo moderno puede ser bien recibido en el contexto urbano.

### Satisfacción del Ciudadano

- **Percepción Positiva**

La fachada atractiva y moderna probablemente genere una percepción positiva entre los residentes y visitantes.

- **Calidad Urbana**

La fachada y el diseño interior de la pastelería contribuyen positivamente a la calidad urbana del área, mejorando su estética.

- **Entorno Urbano**

El diseño del establecimiento se integra bien con los edificios y espacios públicos circundantes.





**Asesor:**  
Arq. Romero Álamo  
Juan Cesar Israel

**Tema:**  
"Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023"

**FICHA DE OBSERVACIÓN 10**

**Autor:**  
Hilary Kay Castro Abadie

**Local Comercial:**  
Tambo

**Categoría:**  
Imagen Urbana



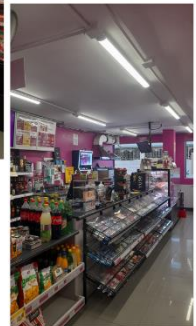
**Estética Urbana**

- Coherencia**  
El diseño de la fachada es coherente con la imagen de una tienda de conveniencia moderna. Los colores y la tipografía están bien combinados y reflejan la naturaleza del negocio.
- Armonía**  
Los elementos de diseño, incluyendo colores y materiales, están bien integrados, creando una apariencia armoniosa. La combinación de colores vivos y el uso de ventanales contribuyen a una sensación de equilibrio.
- Impacto Visual**  
La fachada tiene un alto impacto visual debido a sus colores vivos y el diseño atractivo. Es llamativa y capta la atención de los transeúntes.



**Integración Socio - Cultural**

- Identidad Arquitectónica**  
El diseño arquitectónico es distintivo y moderno, claramente identificable como una tienda de conveniencia.
- Contribución Cultural**  
La tienda no contribuye culturalmente al no ofrecer productos locales.
- Adaptación Cultural**  
La fachada no presenta elementos claramente relacionados con la cultura local de Piura. Sin embargo, su diseño moderno puede ser bien recibido en el contexto urbano contemporáneo.



**Satisfacción del Ciudadano**

- Percepción Positiva**  
La fachada atractiva y moderna probablemente genere una percepción positiva entre los residentes y visitantes.
- Calidad Urbana**  
La fachada no contribuye positivamente a la calidad urbana ya que no mejora la estética del entorno.
- Entorno urbano**  
Destaca con su fachada moderna y colorida en el entorno urbano, pero su diseño puede chocar con la estética de edificios tradicionales en áreas históricas o menos desarrolladas, afectando la armonía visual del entorno.

## **ANEXO 5. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: ENTREVISTA**

**Tema:** “Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023”

**Nombre del entrevistado:** Mg. Arq. Diego Orlando La Rosa Boggio

**Especialidad:** Urbanismos sostenible

**Entrevistador:** Castro Abadie Hilary Kay

**Hora y fin:** 4:50 pm - 5:00 pm

**CASTRO:** Buenas tardes arquitecto es un gusto poder entrevistarle mi nombre es Hilary Castro soy estudiante de decimo ciclo de la carrera de arquitectura, de la UCV filial Piura, estoy realizando una investigación para mi tesis titulada 'Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023'. En resumen, mi investigación se centra en analizar cómo el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha influido en la imagen urbana de Piura, explorando sus efectos en términos de estética, funcionalidad y percepción pública. Estoy muy interesada en conocer las opiniones y experiencias de profesionales como usted para enriquecer mi estudio. Como primera pregunta: ¿Cuáles considera que son las características más destacadas del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, tanto a nivel estilístico como funcional?

**LA ROSA BOGGIO:** La arquitectura comercial y contemporánea es ecléctica una mezcla de todo y es una arquitectura que se parece a otras que se dan otras ciudades ¿no? Entonces si queremos marcarlo un poco podemos decir que es una arquitectura genérica que va al concepto de ciudades genéricas que habla de algunas ciudades que comienzan a aparecerse una tras otra y otra. Esencialmente es una arquitectura ecléctica, hay de todo.

**CASTRO:** ¿Cuáles son, desde su perspectiva, ejemplos destacados de innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en los negocios locales de Piura?



**LA ROSA BOGGIO:** Como locales comerciales no podría decir que sean destacados, porque lo que más hay es ... los centros comerciales se comienzan a parecer uno tras otro, entonces y cada local comercial o cada cadena comercial lo que trae es un estilo repetitivo a lo que tienen otras ciudades más grandes, otras ciudades. Y lo vuelcan.

**CASTRO:** ¿Qué prácticas y materiales sostenibles cree que son más relevantes en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura y cómo se integran en los proyectos?

**LA ROSA BOGGIO:** Bueno, no siendo tanto sostenible, pero lo usa mucho el vidrio, el vidrio utiliza bastante, ahora qué materiales sostenibles se deberían utilizar, a lo mejor se podía plantear alguna arquitectura usando puede ser ladrillo usando caña o guayaquil utilizando algún tipo de material local, que le dé pues un sello regional a la arquitectura cosa que no está pasando porque la arquitectura es una arquitectura repetitiva, no sé si el momento se logrará, que lo tenga, pero mientras no alguna reglamentación sobre todo el centro histórico o lugares muy cerca del centro va a aparecer arquitectura conforme lo vemos ahora.

**CASTRO:** ¿Podrías compartir ejemplos de soluciones arquitectónicas únicas que hayas observado en proyectos comerciales recientes y cómo cree que estas podrían contribuir a la identidad y experiencia del cliente?

**LA ROSA BOGGIO:** No he visto digamos este, proyectos comerciales que se pudieran destacar en Piura, no he visto hasta ahora, pero si en otros sitios ahí esos este centros comerciales tipo life style que es un proyecto en la cual hay mucha área verde mucha integración con la naturaleza y que utilizan la teoría de bordes blancos la cual el contacto del interior y el exterior está marcado dentro de la arquitectura sustentable, creo que si se podría hacer en Piura porque lo que se está haciendo acá son grandes ventanales que lugar a que los interiores estén con aire acondicionado porque si no nos morimos de calor, incluso no se adaptan al tema de la lluvia porque algunos se inundan. Pero destacados no he visto ninguno.

**CASTRO:** Desde su experiencia, ¿cómo se ha adaptado el diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas y necesidades del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica?

**LA ROSA BOGGIO:** Yo creo que sí, sí, sí son flexibles, son funcionales y son

espacios polivalentes de forma que se puedan adaptar a la densidad que existan, pero creo que por ahí no habría mucho la observación, más es el tema de la materialidad. La funcionalidad no creo que haya problema.

**CASTRO:** Desde su perspectiva como arquitecto, ¿cómo describiría la influencia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos en Piura para realzar los valores culturales, históricos y estéticos que definen su imagen urbana?

**LA ROSA BOGGIO:** Primero va a romper esa armonía, y después puede hacer que se adapte, ejemplo típico tenemos en el centro histórico, el caso del edificio del banco de crédito, que en algún momento fue muy controvertido todo y ahora la gente lo hace suyo, lo hace suyo, es forma parte de la ciudad, pero la ciudad se transforma dijo, Andrés corvo la ciudad es un palimpsesto, un papel hecho, deshecho y vuelto a hacer. Entonces el impacto puede ser negativo en algún momento, pero la ciudad se va a adaptar a esa arquitectura, el tema es que no sea mayoría, no, o sea que no se pierdan el tema de identidad, el uso de materiales locales y todo eso, si se perdiera sí sería un problema, porque se perdería un factor identitario y sentido de pertenencia que los ciudadanos tienen a su ciudad, y volvemos al concepto del que habla Marc Augé, cuando dice que hay lugares y no lugares. Y los no lugares son lugares que no dan ninguna referencia.

**CASTRO:** ¿Cómo percibe usted que el diseño arquitectónico puede influir visualmente en la percepción de la ciudad de Piura y en la identidad de sus habitantes?

**LA ROSA BOGGIO:** Claro, puede influir mucho en el sentido de que puede cambiar lo que te decía, el sentido de pertenencia y todo, porque es un diseño, pues con mucho vidrio, es un diseño hecho para el tema comercial, pero no adaptado a las características del lugar.

**CASTRO:** ¿Cuál considera que es el papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos en Piura que reflejen la rica historia, la diversa cultura y la identidad única de su comunidad?

**LA ROSA BOGGIO:** Yo creo que habría que tomar algunas cosas que se hicieron antes obviamente con la tecnología y los materiales de ahora, pero sí, algunos principios. Ejemplo: las casonas republicanas de Piura tienen techos bastante alto, y son sitios en las cuales hace menos calor, que las viviendas

actuales, entonces por ahí se puede tomar ese tipo de elementos, para utilizarlo dentro de una comercial por otro lado, se debería promover el uso de estas edificaciones que no tienen uso, la reutilización de las mismas para darle un nuevo uso, pero se puede utilizar esto, se podrían volver comerciales.

**CASTRO:** ¿Qué estrategias o enfoques arquitectónicos pueden emplearse en los proyectos urbanos de Piura para contribuir de manera efectiva a la preservación y promoción de su rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio?

**LA ROSA BOGGIO:** El centro histórico debe reglamentarse, no hay una reglamentación clara ahí, hay gente que puede hacer lo que quiere, debería reglamentarse, pero ojo, la reglamentación no debería ser una reglamentación rígida donde el propietario sienta que no aprovecha a cabalidad su proyecto. Pero sí creo que se debería promover proyectos comerciales con arquitectura contemporánea, pero usando materiales de la zona ligados a la zona y adaptándolos al tema del clima del calor, de la lluvia, ese tipo de cosas que son características de Piura.

**CASTRO:** En base a su experiencia, ¿cómo considera que la adaptación de los residentes y su percepción positiva de los nuevos desarrollos arquitectónicos han influido en la calidad urbana y en la aceptación de la evolución de la imagen urbana de Piura?

**LA ROSA BOGGIO:** Ser humano es adaptable se puede tardar o más o menos, pero se adapta, si no logramos rescatar algunos elementos identitarios de la ciudad dentro de poco, ya vamos a perder centro histórico a ver centro pero no histórico y al perder eso vamos a perder el sentido de identidad de pertenencia al lugar, en el tema de la arquitectura comercial si puede haber una imagen distinta a la ciudad, llevarse el tema de Ciudad Genérica, yo creo que hay que reglamentar pero permitir que se haga arquitectura pero con algún tipo de reglamento creo que por ahí va la cosa, esa era una buena estrategia.

## **ANEXO 6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: ENTREVISTA**

**Tema:** “Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023”

**Nombre del entrevistado:** Mg. Arq. Herbert Silva Diaz

**Especialidad:** Arquitectura y Urbanismo

**Entrevistador:** Castro Abadie Hilary Kay

**Hora y fin:** 3:50 pm - 4:30 pm

**CASTRO:** Buenas tardes arquitecto es un gusto poder entrevistarle mi nombre es Hilary Castro soy estudiante de decimo ciclo de la carrera de arquitectura, de la UCV filial Piura, estoy realizando una investigación para mi tesis titulada 'Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023'. En resumen, mi investigación se centra en analizar cómo el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha influido en la imagen urbana de Piura, explorando sus efectos en términos de estética, funcionalidad y percepción pública. Estoy muy interesada en conocer las opiniones y experiencias de profesionales como usted para enriquecer mi estudio. Como primera pregunta: ¿Cuáles considera que son las características más destacadas del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, tanto a nivel estilístico como funcional?

**SILVA:** Bueno, yo considero que dentro de niveles estilístico básicamente que está ligado más a un tema formal hay una tendencia que parte principalmente del posmodernismo para mí básicamente creo que es una ruptura a una visión de arquitectura que es diferente donde generalmente se busca resaltar el objeto arquitectónico, así que formalmente se busca este impacto del objeto arquitectónico con respecto a su entorno, es decir, generando nuevos hitos en la ciudad básicamente con la utilización de materialidad obviamente los últimos años hay un crecimiento bien marcado en cuanto a la materialidad, entonces eso ha ocasionado en los diferentes ámbitos de la arquitectura que se tenga la

posibilidad estilísticamente de generar otro tipo de búsqueda en cuanto al tema formal y obviamente ligado al tema estético y en el tema comercial, aunque considero que estamos un poco atrasados, sabes que en nuestro país también se hablaba este crecimiento, pero la tendencia aun básicamente se ha centrado en principalmente los bancos, un hito importante es, aunque no lo he visto todavía, es el edificio antiguo del Banco Continental ubicado en San Isidro que es una obra que entiendo que los últimos años lo ha hecho el arquitecto Javier Artadi, entonces eso es un buen ejemplo. Bueno creo que el tema funcional parte básicamente el tema comercial de buscar que el usuario sea un consumista los centros comerciales básicamente enfoque comercial es que el usuario tienda a consumir y tener temporalidades en estos lugares donde desarrollan actividades que básicamente se impulsan hacia el consumo del usuario, el usuario tiene un tiempo en el lugar pero no sé si existe una calidad tanto espacial, pero funcionalmente los espacios están pensados para que la gente consuma y eso creo que está listo desde que es uno niño, o sea que muchos de los lugares como puntos de encuentro porque también hemos cambiado nuestra visión de punto de encuentro y los centros comerciales con este boom de crecimiento son los nuevos puntos de encuentro de la ciudad entonces funcionalmente cumplen esa función, pero como te digo es una función, básicamente consumista en donde el dinero particularmente pienso que es lo más importante más que todo el hecho del contacto relacionarlo como persona. Bueno tampoco lo tiene que hacer por algo son centro comercial, pero creo que debe ser un híbrido donde se pueda generar otro tipo de perspectiva.

**CASTRO:** ¿Cuáles son, desde su perspectiva, ejemplos destacados de innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en los negocios locales de Piura?

**SILVA:** Comerciales prácticamente son estandarizados, aunque considero que el Real Plaza tiene una postura un poco más innovadora está pensado un poco más en el tema de ambiental, se puede decir que se ha generado una comodidad del usuario, me parece que tiene esa visión, pero aun así es un producto netamente estandarizado.

**CASTRO:** ¿Qué prácticas y materiales sostenibles cree que son más relevantes en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura y cómo se integran en los proyectos?

**SILVA:** No creo que tengan, en el tema netamente comercial creo que los centros comerciales no lo tienen.

**CASTRO:** ¿Podrías compartir ejemplos de soluciones arquitectónicas únicas que hayas observado en proyectos comerciales recientes y cómo cree que estas podrían contribuir a la identidad y experiencia del cliente?

**SILVA:** En Colombia hay uno que se llama Arcadias y yo lo que he podido visitar. En Colombia es uno que se llama Arcadia y en Santiago es Egaña entonces esos centros comerciales de alguna manera tiene una perspectiva buscar que insertar algunas propuestas de arquitectura ambiental y sostenible dentro del objeto arquitectónico independientemente de lo que hablamos hace un momento del tema consumista que es la gran valor del centro comercial considero que las actividades que se van desarrollando son un poco más amigables para el usuario, hay una nueva visión en ese sentido y esto tiene que estar ligado por esas estrategias donde la tecnología o el tema de generar algunas estrategias ambientales jardines verdes, pero que no necesariamente tiene que ser como elementos adosados o elementos como adaptados sino que es más pensado en una arquitectura más integral creo que eso es valorable esa visión.

**CASTRO:** Desde su experiencia, ¿cómo se ha adaptado el diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas y necesidades del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica?

**SILVA:** Como hablábamos hace un momento los diseños son estandarizados los centros comerciales son estandarizados , fui residente en Ripley y los planos ya eran planos que venían de Chile así que no eran unos planos que estaban diseñados en un proyecto adaptado, que de alguna manera ya se ordenaban según el emplazamiento del terreno, pero el diseño no era de que era un proyecto desarrollado años atrás, no creo que haya cambiado mucho esto porque se aprecia como te menciono, básicamente en que los diseños en cualquier ciudad de Perú son estandarizados un proyecto que quizás fue diferente fue Larcomar sí tuvo una perspectiva diferente. A mí me gusta porque tiene una un emplazamiento que se adapta muy bien a la topografía del terreno y además de eso hay puntos de encuentro. Entonces hay diversos puntos de encuentro desde la explanada, donde se desarrollan diferentes actividades que no necesariamente son comerciales, pero en la parte de abajo se puede decir si se establece zona comerciales pero agradables porque uno puede desarrollar

actividades tanto familiares como amigos que sí fueron bien establecidos obviamente lo que la vista es una de las más importantes que tiene el Lima entonces obviamente el Perú y con dinámicas hacia también pensar en hecho la diversión porque muchas de las discotecas que guardaban intimidad, privacidad en el caso de esta actividad porque obviamente no le dieron hace al resto y estaba muy bien resuelta en cuanto a la funcionalidad. Entonces yo creo que es un buen ejemplo.

**CASTRO:** Desde su perspectiva como arquitecto, ¿cómo describiría la influencia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos en Piura para realzar los valores culturales, históricos y estéticos que definen su imagen urbana?

**SILVA:** Yo creo que el centro histórico es un centro histórico y está muy en proceso ya decadente, donde existen muchos elementos cuando yo le digo elementos distorsionadores, esto es un concepto que considero que es importante que engloba el hecho de aparte de fachadas, que no están bien protegidos bien cuidadas el cableado, los veo motorizados, que también son parte de la imagen urbana a veces no vemos como si fuera parte de la imagen solo que estamos en el objeto arquitectónico. Cuando hay que entender que también hay objetos o elementos o barreras físicas como son los autos ambulantes que también intervienen en esta imagen urbana. Bueno, ya mencioné los cables, el hecho de los ambulantes o también el tema comercial porque estos elementos como letreros o pancartas también van al exterior y también la imagen urbana, no solo el sistema visual, sino el tema acústico no colocar parlantes elementos distorsionantes también genera eso entonces. a mí me preocupa mucho porque el centro histórico de Piura lamentablemente va en ese camino a pesar que tiene muchos elementos ricos en su configuración a mí me gusta siempre histórico de Piura.

Creo que es muy potente, creo que es muy potente, hay muchas calles que se nota una arquitectura que ha sido muy muy fuerte muy rica en su en sus elementos, pero que lamentablemente han ido perdiéndose por los factores que te estoy mencionando si eso tiene que ver por agentes como son obviamente el tema desde la gestión, porque no hay una protección y obviamente también el hecho de la población, no creo que la población no protege no cuida, pero debería ser un caso un poco más extenso porque es un tema social. Creo que la

gente no se identifica con su centro histórico no se identifica con su ciudad porque a veces pues creo que no se identifica porque no lo quieren y el no querer es porque no la conocen y también desde la otra parte que somos nosotros los académicos que nosotros no generamos muchas propuestas, o muchas intervenciones. Las intervenciones que hacemos son netamente académicas que no trasienden a una postura más directa que se pueda desarrollar. El centro comercial dentro de las ciudades lamentablemente, digo lamentable porque son los centros atractores que ordenan la ciudad. O sea que los centros comerciales son estos centros que a partir de ellos se genera la ciudad, un claro ejemplo es donde vivimos nosotros. El real plaza ya es un caso que está más consolidado pero la imagen de las viviendas iniciales aparentemente era más residenciales han ido transformándose ¿por qué? Porque obviamente a la gente quiere ganar dinero entonces sus viviendas las han ido transformando para convertirlas en viviendas que son comercio.

Pues si quieres profundizar en eso, creo que Gamarra es un gran ejemplo de cómo ha sido este impacto en cuanto a la transformación, no en el centro histórico, sino en zonas que si tienden a ser comerciales, yo te comento, Gamarra hace 30 años eran básicamente edificios que estaban ubicados ahí muy antiguos, pero que funcionaban como talleres funcionaban como lugares de venta, pero las nuevas generaciones yo lo tengo claro, eso, que básicamente son los hijos de los que llegaron hace 25 años y más preparados, entonces ya no eran los que prácticamente hacían la ropa solo por un tema de vender, sino que ellos estudiaron y estudiaron para ser gerentes. Yo tengo amigos porque son de Gamarra entonces ellos estudiaron para ser gerentes y con otra visión, entonces las visiones de ellos no son en el tema del estético de la ropa, sino en pensar que las tiendas iban a ser diferentes, entonces eso te ocasiona o que muchas veces fueron demolidos y ha generado un nuevo Gamarra, entonces vas a ver edificios que ya son muy muy modernas y con que no se iba a pensar hace 220 años pero yo considero que sí, básicamente por esta nueva generación de digamos de dueños y obviamente siempre uno busca mejorar, ¿no? Entonces es un gran ejemplo.

**CASTRO:** ¿Cómo percibe usted que el diseño arquitectónico puede influir visualmente en la percepción de la ciudad de Piura y en la identidad de sus habitantes?



**SILVA:** El posmodernismo generado eso que nosotros veamos que la arquitectura básicamente en cuanto al impacto hacia el usuario. Creo que ha distorsionado un poco más y eso lo podemos llevar desde niños, o sea que el niño va a preferir ya un centro comercial, que es un espacio de encuentro y esa percepción se da porque desde nuestra casa. Yo siempre voy a pensar que es desde nuestra casa. Nosotros estamos generando eso, entonces generamos una percepción muy muy visual muy visual, no solo visual porque es hasta acústica, no los sonidos también generan desde el tema comercial este acercamiento o que tu rápidamente relaciones un producto. Pero básicamente ligado como hace un momento mencionaba el hecho que la percepción del usuario siempre va a ser a que seamos consumistas y no sé si es estético, pero viene la tendencia. Debe haber un equilibrio como las que te estaba dando en pensar que se genera una arquitectura llamativa, pero también generar el equilibrio con otro tipo de arquitectura que también integre.

**CASTRO:** ¿Cuál considera que es el papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos en Piura que reflejen la rica historia, la diversa cultura y la identidad única de su comunidad?

**SILVA:** Es que es un reto, yo creo que es un reto que nosotros como arquitectos tenemos que asumir, te doy un ejemplo en Lima no recuerdo exactamente el arquitecto, pero es el Banco Latino está ubicado en el centro. Porque ese edificio fue un edificio de los años 50 60 que la estructura era de vidrio. Guardaba relación en la cornisa en la parte superior con el perfil urbano del preexistente entonces y luego se generó como un pacto interno para que luego accedas al centro del banco. Cuando yo veo, digo qué genial como algo tan simple, como es la continuidad de ciertos elementos, digamos estéticos o elementos que son parte del perfil urbano porque no solo a la altura sino el elemento que tengo que articulaba con el resto, Puede generar que de alguna manera vas a desapercibido a pesar del gran vidrio que tiene, pero además de esto generen un impacto tan abrupto en el usuario, o sea que genera que un impacto tan tan marcado en el usuario, pero eso nace, yo creo que desde una posición teórica básicamente, o sea que eso ha sido de que el arquitecto tuvo ese esa ese interés de manejar eso entonces ¿qué pasa? Nosotros no manejamos mucho un reglamento a veces, no manejamos el hecho de sentarnos y mirar quizás el contexto. Cómo podría alguien tener un conocimiento de esa identidad si uno no

se acerca hace un momento dije uno no va a querer que nunca lo conocido, así que tú no vas a querer algo que no lo has estudiado no va a ser parte, entonces es relevante yo creo que conocer casuísticas es muy muy importante.

**CASTRO:** ¿Qué estrategias o enfoques arquitectónicos pueden emplearse en los proyectos urbanos de Piura para contribuir de manera efectiva a la preservación y promoción de su rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio?

**SILVA:** Yo creo que analizando las preexistencias, básicamente, yo creo que hay una tipología de vivienda que acá se da en que viene marcada que tiene que ver con el hecho también de entender que el usuario. Acá en Piura le gusta mucho el ventilarse, salir a la terraza, eso a mí me llama la atención y me parece interesante que la gente lo haga, me parece que es algo único. Bueno, es algo único porque obviamente el tema climático. Incide mucho en eso, pero bueno, como los espacios son más reducidos y las viviendas, prácticamente llegan hasta el ras muchos sacan sus sillas, pero yo creo que es interesante entender eso, cómo también es interesante entender, y esto creo que alguna vez lo vimos que a mí me parece interesante el hecho de calaminol, porque es un elemento que no deberíamos verlo como un elemento que solo sea de protección claramente la gente lo aplaza por una necesidad, pero esta inserto dentro de la ciudad y veo que podría ser una posibilidad de poder utilizarlo, por eso somos arquitectos ese material debería ser utilizado de más estético y generando entendiendo que nuestros usos son diversos. Entonces haciendo ese, hace un momento te decía, entendiendo, cuál es la preexistencia de la Forma, cómo era la vivienda antes una reinterpretación, posiblemente de esos códigos, pero también entendiendo el usuario hay que entender que el usuario tiene características diferentes. Ahora bien también es interesante ver que muchas de las azoteas lo tenemos, entonces yo no entiendo, son una gran posibilidad dentro de de las viviendas, así que las azoteas nosotros las tenemos casi olvidadas, cuando la azotea debería ser un espacio de si no tienes espacio ya que sea en el lote, puede ser utilizado arriba como espacio de encuentro o con un espacio donde pueda generarse otras actividades, no sé viveros o algo que te genere otro tipo de hasta de percepción diferente de lo que es la Vitaria encontrarse, repito son residuos de de la ciudad y que no lo tienen uso, sé que no tienen uso o bueno, es el lugar de depósito que no le vemos esa posibilidad.

También un carácter estético por qué por lo que te menciono de protección y también por el hecho de que es digamos hasta más manejable y más económico, sino la gente no lo ves, pero ahora está como que llena la ciudad, pero no no, no importa, pero tienes que pensar que no es un problema, si no es una oportunidad.

**CASTRO:** En base a su experiencia, ¿cómo considera que la adaptación de los residentes y su percepción positiva de los nuevos desarrollos arquitectónicos han influido en la calidad urbana y en la aceptación de la evolución de la imagen urbana de Piura?

**SILVA:** bueno, yo creo que tiene que ver principalmente porque no nos cuestionamos, o sea no hay un cuestionamiento mucho de la sociedad, hemos normalizado mucho varias cosas solo en el hecho de desplazarnos o sea que al movernos nosotros tenemos patrones que no nos cuestionamos si está bien o mal, que deberíamos hacerlo, por ejemplo, un auto está sobre la persona, cuando tú cruzas una calle no puede estar una máquina sobre una persona, pero nosotros ya lo normalizamos, es normal, entonces si tú te das cuenta en un pequeño ejemplo como eso que la ciudad vaya deteriorándose con ambulantes con gente que no respete su centro histórico como lo que hablamos hace un momento, que comienza a deteriorarse que la gente comienza a construir más y más sin interesar que hay que exista normativa o una identidad de ciudad es muy complicado que nosotros como sociedad, digo, podamos revertir eso y eso tiene que estar de la mano obviamente con la con la gestión la gestión. Bueno, yo no conozco mucho acá, pero entiendo que no ha hecho mucha en ese sentido y el otro plano que sí, lo conozco más somos nosotros que somos los académicos porque nosotros como académicos deberíamos tener una posición más sólida dentro de la sociedad, pero desde los estudiantes que ese momento decía no los estudiantes no conocen su ciudad. Soy claro, muchas veces enseño cursos de patrimonio y no conocen el centro entonces, ¿cómo vas a tu querer tener cambios en la sociedad? Ya estoy hablando con un tema académico un profesional. ¿Tú cómo vas a tratar de tener cambios en la sociedad? Si tú mismo no conoces ya académicamente hablando. Tú puedes decir que una persona X no tenga ese interés que bueno, pero tú eres un arquitecto o vas a ser arquitecto, eso genera que nosotros nuevamente normalicemos ciertos patrones de la sociedad. Entonces creo que nos está faltando bastante entender eso nos está faltando desde nuestra educación creo que la educación es básica para que

nosotros podamos tener un acercamiento hacia ellos y eso nace desde los niños, si tú ves centros históricos acá cerca como es Cuenca, es una ciudad que tiene un centro histórico, es una ciudad que tiene un centro histórico muy muy cuidado. Yo estuve hace un mes y medio atrás, bueno he ido varias veces allá, pero siempre es una ciudad, te hace sentir que cómo es posible que un centro histórico este tan cuidado a pesar de que también hay mixturas con otras actividades como es el comercio la vivienda entonces ejemplos buenos existen, pero nos está faltando entender y ahora revertir eso, es lo complicado porque como querer cambiar una ciudad si la gente piensa que eso es lo normal, es complicado. Entonces es un trabajo muy muy grande.

## **ANEXO 7. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: ENTREVISTA**

**Tema:** “Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023”

**Nombre del entrevistado:** Mg. Arq. Federico Javier Couto Revolledo

**Especialidad:** Arquitectura y Urbanismo

**Entrevistador:** Castro Abadie Hilary Kay

**Hora y fin:** 3:50 pm - 4:30 pm

**CASTRO:** Buenas tardes arquitecto es un gusto poder entrevistarle mi nombre es Hilary Castro soy estudiante de decimo ciclo de la carrera de arquitectura, de la UCV filial Piura, estoy realizando una investigación para mi tesis titulada 'Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana de Piura 2023'. En resumen, mi investigación se centra en analizar cómo el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha influido en la imagen urbana de Piura, explorando sus efectos en términos de estética, funcionalidad y percepción pública. Estoy muy interesada en conocer las opiniones y experiencias de profesionales como usted para enriquecer mi estudio. Como primera pregunta: ¿Cuáles considera que son las características más destacadas del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, tanto a nivel estilístico como funcional?

**COUTO:** Buenas tardes, gracias por las preguntas. La arquitectura comercial tenemos que ver hay dos escalas la escala tienda y la escala centro comercial, la escala tienda son muy pocas las tiendas diseñadas expresamente para un solo rubro, la mayoría de locales comerciales, aprovechan una existente y la remodelan porque buscan plasmar en la fachada su imagen de marca, vemos estas tiendas MASS que tienen un formato ya definido que todo es amarillo con un cartel en azul tenemos estos locales de que venden cosas chinas, que son volúmenes macizo, sólido y tiene simplemente un logo, entonces esa es una

de las tiendas comerciales, las tiendas de ropa más que nada se van a al diseño interior y que se ve a través del escaparate y el centro comercial viene a ser un burdo remedio una mala imitación de una calle. Se genera una zona urbana una falsa calle donde transitar para que compremos cosas, entonces ahí ya viene la exposición del viandante del comprador que se ve bombardeado por formas colores y texturas para que lo atraen

Los centros comerciales que tenemos acá que son bastante grandes, bastante grandes a la ciudad no le aportan nada, el centro comercial que está en el centro el primer Plaza Sol que hubo no sonó, ni tronó, sea, pasó desapercibido porque está dentro de una edificación que no pudieron tocarla porque la zona es monumental, entonces no, no ha progresado el local, está ahí asignado adentro, no se le nota que hay un centro comercial, más notorio es el saga que está más allá, es más llamativo que el centro comercial. El nuevo plaza sol que está en la Av, Gulman con Grau es estridente es grandazo pero no mejoro la zona y peor la parte de atrás, no sirve, no interactúa con la parte de atrás, o sea, los centros comerciales son de fachada debería ser de todo el entorno como lo es Plaza San Miguel en Lima, Plaza San Miguel es el único centro comercial en el Perú que interactúen los cuatro frentes porque ha revalorado los cuatro frentes de manera comercial lo que eran casas, se ha convertido en tiendas de restaurantes una serie de cosas todo alrededor tan fuerte es eso que plaza San Miguel se ha comprado una manzana paralela hacia atrás y ha aumentado la plaza San Miguel, porque la afluencia pública es mayor y sigue teniendo esos cuatro frentes.

Ese es un centro comercial interesante porque desde el principio se pensó así el primer Plaza de San Miguel data de los 70. Yo estaba en la universidad todavía y nosotros íbamos a pasearlo, era dos veces esta cafetería, ese era todo el local, pero el terreno era enorme, había estacionamiento como para 4.000 autos y las tiendas no llegan ni a 12, pero era raro porque todos eran salidas era como una cruz desfasada, estilo Mies Van der Rohe, a diferencia de los otros que eran hacia adentro y así fue creciendo hacia la calle interactuando con la calle.

Aquí en Piura es un centro comercial es no contribuyen con el desarrollo de la ciudad, ni Real Plaza ni el Open ninguno, ninguno, se desentiende con la ciudad

y simplemente meten gente para que compren nada más, ese punto de vista urbano y punto de vista arquitectónico un centro comercial no aporta nada arquitectura porque es lo que es lo mal llamado arquitectura efímera, la arquitectura no es efímera, la arquitectura no termina la arquitectura es un símbolo de desarrollo de una sociedad entonces no puede construirse para tumbarse tiene que quedar tiene que trascender eso no es arquitectura, la imagen de Piura la colonial, que casi no queda nada, la republicana que queda muy poco, la contemporánea que es híbrido total, mientras que no encontremos una línea de trabajo de la arquitectura, mientras que los arquitectos no seamos tan vanidosos de bajarle el tono a nuestros proyectos para tratar de trabajar un lenguaje común a todos para generar algo que identifique al piurano con Piura no, no vamos a poder decir si los comercios atentan o no con la imagen porque no hay imagen de Piura, no somos tallanes, no somos vicus, no somos coloniales, no somos republicanos, somos cosmopolitas entonces nuestra identidad debería ser un edificio libre de gestos ideológicos o gestos folclóricos, o sea, no, no deberíamos tener eso. A mí por decir sin ser bonito el edificio de la UTP me parece un tema interesante para una futura arquitectura en Piura. El desarrollo de Piura es enorme siempre le ha ganado Chiclayo, pero no estamos preparados para afrontar temas de esa magnitud, hacemos muchas cosas chiquitas nos da miedo el proyecto grande. Entonces no pensamos en eso, el colegio arquitectos es la entidad que acoge los arquitectos y preserva el ejercicio profesional, cuida que nadie nos haga daño al ejercicio profesional, pero no se preocupe difundir qué cosas hacemos, la gente dice usted hace casas, usted hace fachadas, no, yo hago toda la casa - ¿qué no lo hace el ingeniero? - Contratan al arquitecto para que se vea bonito porque no entienden a sus trabajos, entonces, ya me salí del tema pero la obra comercial viene con la imagen los centros comerciales se adaptaban a la ciudad ahora ya no, ahora ya tienen una imagen una marca es más que ese formato que es amarillo con azul ese formato de marca lo tiene que llevar a todos, como los Interbank esa es su manera de presentarse, entonces estamos cayendo en eso que todo mundo hace su marca y nadie piensa en el conjunto de la ciudad, viene Inkafarma y pinta amarillo escandaloso porque así es su logo, pero no pues acá la ciudad más importante que tu marca, así que deja la ciudad no metas esos colores, no me malogren la ciudad ahí está el problema, el problema no es el edificio, sino el

problema es la imagen de marcas, esos son los que atentan contra la ciudad y su identidad, rompe el perfil urbano, te rompe la lectura del espacio porque me dieron amarillo chillón o un rojo escandaloso porque así es la marca y no así no debe ser.

**CASTRO:** ¿Cuáles son, desde su perspectiva, ejemplos destacados de innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en los negocios locales de Piura?

**COUTO:** A ver volvemos al tema, desde afuera muy pocos muy pocos, hay algunas lecturas interesantes que son acogedoras, me parece que la baguetteria tiene una lectura que la repiten todos sus locales, que es, que te sientas en una panadería antigua, todo es madera te da esa sensación, es eso, después el a ver qué más.

Lo que más se ve son farmacias, las farmacias son las que se marcan en la calle las farmacias, y los maxi ahorros.

**CASTRO:** ¿Qué prácticas y materiales sostenibles cree que son más relevantes en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura y cómo se integran en los proyectos?

**COUTO:** Si nosotros nos referimos solamente a materiales sustentables, estaríamos limitando mucho la posibilidad de constructivas, o sea, materiales sustentables en Piura nosotros no producimos de construcción entonces no hay ningún material todos son importados por tanto no son sustentables en Piura porque los traemos acá tenemos cañita y barro, pero con eso no podemos hacer muchas cosas, entonces material sustentable en Piura no existen porque todo es importado.

**CASTRO:** ¿Podrías compartir ejemplos de soluciones arquitectónicas únicas que hayas observado en proyectos comerciales recientes y cómo cree que estas podrían contribuir a la identidad y experiencia del cliente?

**COUTO:** El restaurante Waykiki me parece una inversión acertada por la ubicación, la espacialidad que tiene desagradable, no tienes un sitio chico, tienes



un sitio escondido así medio caleta, pero no es pequeño no es ajustado, ha utilizado materiales que no le han implicado mucho gasto y son de fácil manteniendo, y son de remoción inmediata, o sea, si se me deteriora lo puedo cambiar ya eso me parece una solución interesante a diferencia de otros locales donde invierten fierro y metales y cosas, así que el mantenimiento es más caro y a la larga, si cambio de rubro tengo que cambiar todo.

**CASTRO:** Desde su experiencia, ¿cómo se ha adaptado el diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas y necesidades del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica?

**COUTO:** yo veo muy poco de lo poco que conozco, yo veo muy poco de flexibilidad espacial porque son muy pocos los locales grandes, los locales grandes son Metro, Saga, eso, que no que son empresas grandes transnacionales, pero un local netamente Piurano, la Sanguchería que antes estaba en Cáceres, enfrente del Mega, yo me llegué ahí porque vendían una butifarra con jamón artesanal muy bueno y se han cambiado a ese parque que está por el Cayetano Heredia por emergencia, es una casa han adaptado una casa para hacer la Sanguchería, pero no es agradable porque está al lado de la calle y la cocina es al fondo y está muy desconectado todo, entonces ahora, el negocio, para que te rinda tienes que adaptarse a tu bolsillo, invertir en hacer un local nuevo todo y cuando ya eres grande, pero para empezar no vas a empezar construyendo delante la nada. Negocios exitosos, café Zelada, empezó en la paralela a la Grau yéndose a la Sánchez Cerro, la primera casita, no me acuerdo su nombre era un local más angosto que esto y así de largo, pero sería hasta ahí nomás delgadito en una mesita chiquita, eso lo conocí yo en el año 83 después cuando vine ya el 2000 a dictar a la Nacional del 2000 a 2004 estaban en la Cusco en esa callecita y la Sanchez Cerro ahí estaba en ese local y de ahí se han pasado los puntos ahora es en Ayacucho y Junín, paralela Loreto hacia la Plaza de Armas, es un local, es el mejor café de Piura, ahí tomo desayuno es muy bueno, y ha abierto otros los locales yo no me voy porque sé que no me va a agrandar, ya, ya me acostumbré ahí ese sitio es así apretadito estrechito cuando los negocios que se han criado que se han desarrollado en locales pequeños, cuando crecen se descontrola y pierde calidad la atención cambia se ha dicho que esté sentado ahí y si estás que la moza pasa y viene y la tienes ahí al

costado, hace uno que tu conversación baje tono para no molestar, no vas a hacer citas amorosas y encuentros comerciales serios, porque está muy cerca de los demás, entonces es una conversación sumamente casual, de acuerdo y las familias van y los chiquitos conversan y nadie hace escándalo y ahí somos 80, 100 personas y no se siente la bulla, se siente que hay gente, pero no molesta, te vas a patio comidas, la composición del espacio fastidia por más que es más grande, molesta genera mayor reverberación de sonido.

**CASTRO:** Desde su perspectiva como arquitecto, ¿cómo describiría la influencia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos en Piura para realzar los valores culturales, históricos y estéticos que definen su imagen urbana?

**COUTO:** los espacios públicos de Piura son en el centro del medio y son de antaño la plaza Tres Culturas, la Plaza de Armas, la Plazuela Merino, San Sebastián, el Ovalo Grau y se acabó, y después tenemos el otro lado tenemos donde está el Teatro Municipal ese parquecito de ahí la capillita y el triangulito que sale después y ya no hay más, entonces ningún proyecto nuevo ha generado espacios públicos.

El primer espacio público particular que se dio lo hizo Mies Van der Rohe en Nueva York, en Nueva York la calle pues son no son chiquitas y los edificios venían pegados a la fachada y para ganar altura tenías que escalonar donde Mies Van de Rohe, va a ser difícil, el dueño había sido un traficante de whisky de la década de los 30 había hecho Plata y en el 44 se compra esa manzana y le pide a Mies que haga del edificio y Mies va donde el señor Alcalde pues voy a hacer este edificio pero yo no me voy a escalonar, retiro el edificio y te dejo una plazuela pero yo me voy toda la altura que quiero. Aceptaron generó un espacio público, perdió terreno sí, pero no perdió cedió porque ganó altura, pero también ganó espacio para que miraran el edificio.

Nadie entiende las cosas así, o sea, todos los arquitectos queremos ir hasta donde nos permitan construir porque no puedo perder terreno porque mi cliente no puede perder y no hacemos entender al cliente que se debe tener una ciudad es importante. Yo tuve dos proyectos de Chiclayo, que dos primeros proyectos, yo cedí terreno, pero al lado de la obra lo quitaron porque es importante generar espacio, o sea, no hay nadie va a tumbar una casa para hacer una plazuela, salvo que sea una remodelación urbana, pero sí podemos generar espacios

delante de los edificios para generar más aire poner plantas árboles, oxigenar un poco eso, eso es lo que nos falta. Hacemos proyectos a filo de vereda, nadie se de terreno nadie y si cede terreno es para poner estacionamiento.

**CASTRO:** ¿Cómo percibe usted que el diseño arquitectónico puede influir visualmente en la percepción de la ciudad de Piura y en la identidad de sus habitantes?

**COUTO:** lo que habíamos estado conversando las marcas de las empresas cada una tiene un formato y un color diferente eso altera, el paisaje entonces, los centros históricos sí deben ser rígidos como en Trujillo, en Trujillo tú te encuentras, hay Inkafarma, pero no encuentras una fachada amarilla y todos son letras negras el mismo tipo de letra, de mismo formato, la misma dimensión todo con letras negras y los muros son o grises o cremas o verde desteñido o crema esperanza perdida, no así no, pero nadie hace excedencias, eso es un respeto.

Eso es el centro histórico, ya no estamos siendo histórico. Estamos en una zona en consolidación, lo que sea, tampoco tiene que haber esa agresión de la de la fórmula de la figura, esos edificios destructibles con fachadas poliédricas también desentonan que la imagen, podemos concebir un edificio de eso en una esquina de dos avenidas como es el caso de este Plaza Sol que está en Av. Gulman con Grau, puede hacer lo que sea porque sea una esquina amplia y tiene ese espacio para mirarlo, te agrada o no es otro tema.

Pero en el cruce de ahí en el centro de Piura de Junín con Ayacucho con no sé cuánto el Callao con Cusco, que son calles de 9 metros y pico meter una cosa de esas extrañas va a alterar la visual.

En la Plaza de Armas yo me imagino la Plaza de Armas de Piura antes que hagan la Municipalidad del lugar de municipalidad y debe haber sido una cosa agradable el perfil de la zona, no dos pisos toda la vuelta bonito y tumbaron esa parte para hacer el Centro Cívico porque esto data de los 70 se dio que todas las ciudades tenían que tener centro cívico, en Chiclayo no llegó a hacerse porque en el centro de la ciudad por un tema de napa freática es muy alta, entonces se hizo en otro sitio, pero como estaba fuera del centro nadie iba y solamente construyeron dos edificios, pero Chimbote, Piura, Trujillo no aceptó, porque su

centro histórico es bellísimo Arequipa no aceptó, Ica no llegó a desarrollarse pero Huancayo tiene centro cívico, el Cusco está fuera del centro.

La entidad comercial no respeta lo que existe quiere vender quiere atraer al cliente entonces si una normativa lo coacciona no puede vender se retira ese sitio opone, lo mínimo necesario el Inkafarma que está en el centro de Trujillo no es una Inkafarma importante una farmacia más, un localcito más que lo tienen ahí por cumplir porque en otros sectores que donde pueden poner sus colores, si lo hacen, el problema es ese no de que hay una alteración del perfil, sino de la del paisaje porque si hablamos de un tema de color y textura.

**CASTRO:** ¿Cuál considera que es el papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos en Piura que reflejen la rica historia, la diversa cultura y la identidad única de su comunidad?

**COUTO:** Ahí estaríamos cayendo ya en el tema de parques temáticos, o sea los espacios públicos con tema definido. Yo cuando escuché hablar de la Plaza de las Tres Culturas yo me imaginaba, me imaginaba que era un espacio donde había alegorías a las culturas que se hablaban, yo imaginaba los españoles decía yo qué más será, los Tallanes, cuando llego..., encima el edificio de concreto por acá, por allá hay una casona republicana.

Cuando mencionamos un espacio tiene que ser, abocamos un espacio público algo a alguien tiene que notarse su identidad el Ovalo Grau antes de la remodelación o la decoración que le han hecho, era una supuesta alegoría al héroe, pero ahora parece un cementerio porque están todas las tumbas alrededor, o sea, están todos los muertos.

El Ovalo Grau no es un espacio público, simplemente es una un nudo vial que tiene algo al medio nada más, porque tú no puedes cruzar a disfrutar del espacio público, pues es peligroso cruzar al centro entonces los óvalos son para mirarlos desde la periferia, en Europa los óvalos, su vida es por una pista y te cuentas con un óvalo, es un cerro, no es plano lo que te obliga a ir despacio, porque cuando tú ves plano te metes acá no, acá es un cerro que se tapa la visual, entonces tienes que bajar la velocidad para dar la vuelta porque no sabes que te

vas a encontrar ese, ese realmente el óvalo, el Ovalo Grau ha logrado obstaculizar la vista de alguna manera pero no es un sitio para disfrutarlo, otro tipo de espacio para espacio público que tenga una temática definida, el parque infantil salvo el tanque elevado y los venezolanos podría llevarse a eso no tener una luz de la Virgen de no sé cuántos no sé qué no es interesante, yo soy agnóstico no tengo, o sea, yo no estoy en contra de las religiones pero tampoco creo que deba tener un lugar preponderante en el espacio público porque el espacio público para disfrutarlo no para rezar, entonces yo haría en ese parque temático que ese espacio público homenaje, debe haber habido niños en la historia de Piura que de alguna manera que ha figurado en algo, no creo que no haya algún niño en la historia de Piura, los niños Tallan, Vicus o algo para poder reflejar esa imagen. Un niño de 12 años le hablas de Manuel Bonilla el niño de la bandera de Lima no que la guerra con Chile sus hermanos ya habían muerto y se fue se escapó y el tocar el tambor iba en el estandarte. Lo mataron otro recogió la bandera otro hasta que la recogió la bandera más y él agarró el tambor sacó la bandera de la dureza, le metió entre la camisa y se hizo el muerto para cuidar la bandera, porque los chilenos buscaban la bandera, entonces no encontraba la bandera y el repase muere del bayoneta, se lo mata y atravesó la bayoneta y la bandera y esa bandera está en Miraflores que Manuel Bonilla es el niño de la bandera no lo han hecho lo reconozca en un parque y los niños de colegio de inicial de primaria van a tener a alguien cercano a ellos que hizo algo bonito, así es como se aprende entonces yo creo que la identidad no la vamos a encontrar en formas arquitectónicas, sino en conceptos que puede ser personas, porque la tradición siempre nos las pintan con adultos y con varones, las Capullanas porque no se les reconoce gobernantes de esta zona porque eso se le reconoce a las Capullanas no eran mujeres maduras eran mujeres de 20 años que ya dirigían a su gente, la que se enfrenta a Pizarro, Almagro de me acuerdo bien es una mujer de 24 años una criatura, entonces podría ser un ejemplo para las mujeres de la sociedad plenamente.

**CASTRO:** ¿Qué estrategias o enfoques arquitectónicos pueden emplearse en los proyectos urbanos de Piura para contribuir de manera efectiva a la preservación y promoción de su rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio?

**COUTO:** Empezar para entendernos, podríamos empezar por el tema del clima, o sea, como como enfrentamos el clima, esa es una lectura que podría cubrir cualquier espectro social y cualquier tipo de negocio. Entonces si nosotros hacemos un problema de insolación fuerte y cuando las lluvias, las lluvias son fuertes, entonces tenemos que protegernos nuestra habilidad deberían ser protegidas, entonces si hubiese un cambio en la rehabilitación urbana, qué haría yo, que ya tú puedes venir, te afilo de propiedad, pero el segundo piso tiene que estar encima de la vereda, para que la vereda sea techada o te retiras, me haces una vereda techada un espacio techado y vuelas, porque la gente tiene que guardarse de la lluvia. Los cruces de calles pueden ser bajo techo, están pasando un vídeo en eso en Instagram veo yo y hay una calle de en Pompeya, los turistas que van a Pompeya, Pompeya buena ciudad que la arrasó el Vesubio, es una ciudad romana y baja la corredera de agua y la gente camina cruza la calle tranquila, ¿por qué? Porque como ya sabían ellos de la lluvia fuerte las calles tienen unas piedras, cuando tú cruzas como si fuera el rompe muelles, pero lugar ser largo, está cortado para que puedan pasar las carretas y los caballos y tú puedas pisar las piedras y cruzar las piedras son de ese alto y el agua se llena hasta acá, entonces se ve como los turistas cruzan por las piedras y el agua pasa, de alguna manera controlar el tema de la lluvia, el tema la lluvia no se resuelve con solamente drenaje pluvial porque por donde los botas hasta dónde lo llevas. ¿Por qué el agua se mete a la Plaza de Armas? porque por el tubo por donde botas el agua, se mete el agua y se regresa, o sea, no se pasa por encima de la orilla, si no se mete, por ese tubo ahí hay un serio problema porque eso debería haber tenido válvulas check y no tiene porque si se mete el agua por ahí porque no hay válvula Check, entonces la obra ha robado.

Entonces, ¿cómo utilizar las calles en tiempo lluvia? Cómo protegernos de la lluvia del Sol esa arquitectura es la que ayudaría a que tenga una imagen la ciudad.

No, no decorativa no por color no, porque sean volúmenes cuadrados o redondos sino porque le damos una utilidad para la zona. La arquitectura moderna dice que la arquitectura es válida, cuando es pertinente al lugar, o sea, responde a

las necesidades del lugar y nosotros tenemos un problema de sol y un problema de lluvia y la arquitectura tiene que responder a eso.

**CASTRO:** En base a su experiencia, ¿cómo considera que la adaptación de los residentes y su percepción positiva de los nuevos desarrollos arquitectónicos han influido en la calidad urbana y en la aceptación de la evolución de la imagen urbana de Piura?

**COUTO:** Entramos a un tema que es un poco complicado, que es el tema de la pertenencia al sitio, yo soy migrante, yo soy de Lima, yo nací en Lima hace 40 años que vivo en Chiclayo y hace un año que vivo en Piura entonces así como yo hay mucha gente que no es nacida de Piura entonces su arraigo, todavía no existe entonces hay un refrán que dice tú perteneces a un lugar cuando plantas un árbol, escribes un libro y tienes un hijo, ya eres ese sitio, o sea ese que generar arraigo, pero la gente que llega con el fin de hacer plata o capacitarse para irse a otro lado nunca va a ser el riesgo nunca le va a importar la ciudad.

Y los piuranos están acostumbrados, a cómo está que no lo ven problema, salvo cuando ya le fastidia, nadie hace nada, tiene 40 años viviendo en Piura y se queja siempre que nadie hace nada, pero no propone porque nos hemos acostumbrado a ser parte del problema, entonces yo creo que la Municipalidad por el área de vecinal algo, incidir en ese tipo de consultas. ¿Cuánto tiempo vives acá? ¿Cuánto tiempo ves el problema? ¿Cómo crees que sería la solución al problema?

¿Qué te parece estas opciones para resolver el problema? en Canadá las elecciones municipales la gente vota por un alcalde y vota por obras, pero no son obras que promociona el alcalde, el candidato, son obras que están en el Plan Director y la obra más votada se va a construir porque a la hora de votar te comprometes a pagar una cantidad adicional de impuestos para hacer esa obra. Entonces so la gente le hacemos entender, mira hay esto de acá, se puede hacer esta obra, pero le va a costar a la población, te va a costar a ti al año 100 soles 120 soles 10 soles mensuales, te va a costar y se hace esa obra.

¿Al principio la gente qué? ¿Y por qué tengo que pagar yo? Porque esa obra no es necesaria ahorita es necesaria para después pero si no se construye ahora después no haber e iba a generar necesidades entonces tus hijos la van a poder usar paga 120 soles ahorita y tus hijos van a tener ese hospital esa, de lo que sea claro por ahí tener que manejar a la gente para que entienda que la

Municipalidad, lo que cobra la Municipalidad no es para hacer cosas nuevas, sino para mantener lo que existe porque cuando quieres algo nuevo tienes que irte al Ministerio de Economía para que te dé plata y si no te da plata, no lo puedes hacer y los alcaldes no se meten eso porque dicen no que van a pensar que me quiero agarrar la plata porque es normal que los agarren plata.



## ANEXO 8. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS - EXPERTO 1

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Entrevista". 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:                                   | Luzmila Vladimiro Galaviz García  |                                  |
| Grado profesional:                                 | Maestro ( X )   | Doctor ( )                       |
| Área de formación académica:                       | Clinica ( )<br>Educativa ( X )  | Social ( )<br>Organizacional ( ) |
| Áreas de experiencia profesional:                  | Docencia Universitaria<br>Construcción residencial                      |                                  |
| Institución donde labora:                          | UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO - PIURA<br>UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO ORREGO |                                  |
| Tiempo de experiencia profesional en el área:      | 2 a 4 años ( X )  | Más de 5 años ( )                |
| Experiencia en Investigación :<br>(si corresponde) | Trabajos psicométricos realizados. Título del estudio realizado.        |                                  |

#### 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:              | Castro Abadie Hilary Kay   |
| Procedencia:          | Universidad Cesar Vallejo  |
| Administración:       | Evaluación para juicio de jueces   |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos   |
| Ámbito de aplicación: | Análisis del espacio Público: Imagen urbana - arquitectura comercial.  |
| Significación:        | "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023" |

4. **Soporte teórico**

| CATEGORIA              | DEFINICIÓN  | SUBCATEGORIAS                |
|------------------------|---|------------------------------|
| Arquitectura comercial | La arquitectura comercial se concibe como un tipo específico de diseño arquitectónico centrado en la creación de espacios comerciales que no solo buscan ser estéticamente agradables, sino también funcionales y habitables para los usuarios (Hernández, 2018). | Estilo Arquitectónico        |
|                        |   | Funcionalidad Comercial      |
| Imagen Urbana          | Dentro de la imagen urbana, tanto lo artificial como lo natural son parte de un mismo universo, que conforman na ciudad López (2017)  | Estética Urbana              |
|                        |   | Integración Socio - Cultural |
|                        |   | Satisfacción del ciudadano   |

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

A continuación, a usted le presento el cuestionario elaborado por Hilary Kay Castro Abadie.

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

| Categoría  | Calificación  | Indicador   |
|--|---|---|
| <b>CLARIDAD</b><br>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio                            | El ítem no es claro.  |
|  | 2. Bajo Nivel   | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
|  | 3. Moderado nivel                                       | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.  |
|  | 4. Alto nivel   | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.  |
| <b>COHERENCIA</b><br>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.     | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.  |
|  | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)                   | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.   |
|  | 3. Acuerdo (moderado nivel)                             | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.  |
|  | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)                   | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.   |
| <b>RELEVANCIA</b><br>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: Arquitectura Comercial
- Objetivos de la Dimensión: Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos.

| Indicadores                       | Ítem  | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones/<br>Recomendaciones |
|-----------------------------------|---|----------|------------|------------|-----------------------------------|
| Modernidad /<br>Innovación        | ¿Cuáles consideras que son las características más destacadas del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, tanto a nivel estilístico como funcional?  | 4        | 4          | 3          |                                   |
|                                   | ¿Cuáles son, desde su perspectiva, ejemplos destacados de innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en los negocios locales de Piura?  | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Sostenibilidad /<br>Adaptabilidad | ¿Qué prácticas y materiales sostenibles crees que son más relevantes en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura y cómo se integran en los proyectos?                         | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Experiencia del<br>cliente        | ¿Podrías compartir ejemplos de soluciones arquitectónicas únicas que hayas observado en proyectos comerciales recientes y cómo crees que estas podrían contribuir a la identidad y experiencia del cliente? | 4        | 4          | 4          |                                   |

|                       |   |   |   |   |  |
|-----------------------|---|---|---|---|--|
| FLEXIBILIDAD ESPACIAL | Desde su experiencia, ¿cómo se ha adaptado el diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas y necesidades del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica? | 4 | 4 | 4 |  |
|-----------------------|---|---|---|---|--|

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Imagen Urbana
- Objetivos de la Dimensión: 1). Analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura. 2). Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura.

| Indicadores                                      | Ítem  | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones/ Recomendaciones |
|--|---|----------|------------|------------|--------------------------------|
| Coherencia / Armonía/                            | Desde su perspectiva como arquitecto, ¿cómo describiría la influencia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos en Piura para realzar los valores culturales, históricos y estéticos que definen su imagen urbana? | 4        | 4          | 4          |                                |
| Impacto visual/                                  | ¿Cómo percibe usted que el diseño arquitectónico puede influir visualmente en la percepción de la ciudad de Piura y en la identidad de sus habitantes?  | 4        | 4          | 4          |                                |
| Identidad arquitectónica / Opiniones Residentes. | ¿Cuál considera que es el papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos en Piura que reflejen la rica historia, la diversa cultura y la identidad única de su comunidad?                          | 4        | 4          | 4          |                                |
| Contribución Cultural / Adaptación Cultural.     | ¿Qué estrategias o enfoques arquitectónicos pueden emplearse en los proyectos urbanos de Piura para contribuir de manera efectiva a la preservación y promoción de su rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio?      | 4        | 4          | 4          |                                |

|  |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|--|
| Percepción Positiva / Calidad Urbana/ Opiniones Residentes | En base a su experiencia, ¿cómo considera que la adaptación de los residentes y su percepción positiva de los nuevos desarrollos arquitectónicos han influido en la calidad urbana y en la aceptación de la evolución de la imagen urbana de Piura? | 3 | 4 | 4 |  |
|--|---|---|---|---|--|

  
Firma del evaluador  
DNI 71019956

## ANEXO 9. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS - EXPERTO 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Entrevista". 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:                                   | ADEMIR HOLGUIN REYES.  |                                  |
| Grado profesional:                                 | Maestro (X)  | Doctor ( )                       |
| Área de formación académica:                       | Clínica ( )<br>Educativa (X)                                     | Social ( )<br>Organizacional ( ) |
| Áreas de experiencia profesional:                  | DOCENCIA, DISEÑO   |                                  |
| Institución donde labora:                          | UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA                                    |                                  |
| Tiempo de experiencia profesional en el área:      | 2 a 4 años ( )   | Más de 5 años (X)                |
| Experiencia en Investigación :<br>(si corresponde) | Trabajos psicométricos realizados. Título del estudio realizado. |                                  |

#### 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:              | Castro Abadie Hilary Kay   |
| Procedencia:          | Universidad Cesar Vallejo  |
| Administración:       | Evaluación para juicio de jueces   |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos   |
| Ámbito de aplicación: | Análisis del espacio Público: Imagen urbana - arquitectura comercial.  |
| Significación:        | "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023" |

4. **Soporte teórico**

| CATEGORIA              | DEFINICIÓN  | SUBCATEGORIAS                |
|------------------------|---|------------------------------|
| Arquitectura comercial | La arquitectura comercial se concibe como un tipo específico de diseño arquitectónico centrado en la creación de espacios comerciales que no solo buscan ser estéticamente agradables, sino también funcionales y habitables para los usuarios (Hernández, 2018). | Estilo Arquitectónico        |
|                        |   | Funcionalidad Comercial      |
| Imagen Urbana          | Dentro de la imagen urbana, tanto lo artificial como lo natural son parte de un mismo universo, que conforman na ciudad López (2017)  | Estética Urbana              |
|                        |   | Integración Socio - Cultural |
|                        |   | Satisfacción del ciudadano   |

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

A continuación, a usted le presento el cuestionario elaborado por Hilary Kay Castro Abadie.

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

| Categoría  | Calificación  | Indicador   |
|--|---|---|
| <b>CLARIDAD</b><br>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio                            | El ítem no es claro.  |
|  | 2. Bajo Nivel   | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
|  | 3. Moderado nivel                                       | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.  |
|  | 4. Alto nivel   | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.  |
| <b>COHERENCIA</b><br>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.     | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.  |
|  | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)                   | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.   |
|  | 3. Acuerdo (moderado nivel)                             | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.  |
|  | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)                   | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.   |
| <b>RELEVANCIA</b><br>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: Arquitectura Comercial
- Objetivos de la Dimensión: Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos.

| Indicadores                       | Ítem  | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones/<br>Recomendaciones |
|-----------------------------------|---|----------|------------|------------|-----------------------------------|
| Modernidad /<br>Innovación        | ¿Cuáles consideras que son las características más destacadas del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, tanto a nivel estilístico como funcional?  | 4        | 4          | 4          |                                   |
|                                   | ¿Cuáles son, desde su perspectiva, ejemplos destacados de innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en los negocios locales de Piura?  | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Sostenibilidad /<br>Adaptabilidad | ¿Qué prácticas y materiales sostenibles crees que son más relevantes en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura y cómo se integran en los proyectos?                         | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Experiencia del<br>cliente        | ¿Podrías compartir ejemplos de soluciones arquitectónicas únicas que hayas observado en proyectos comerciales recientes y cómo crees que estas podrían contribuir a la identidad y experiencia del cliente? | 4        | 4          | 4          |                                   |



|                       |   |   |   |   |  |
|-----------------------|---|---|---|---|--|
| FLEXIBILIDAD ESPACIAL | Desde su experiencia, ¿cómo se ha adaptado el diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas y necesidades del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica? | 4 | 4 | 4 |  |
|-----------------------|---|---|---|---|--|

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Imagen Urbana
- Objetivos de la Dimensión: 1). Analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura. 2). Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura.

| Indicadores                                      | Ítem  | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones/<br>Recomendaciones |
|--|---|----------|------------|------------|-----------------------------------|
| Coherencia / Armonía/                            | Desde su perspectiva como arquitecto, ¿cómo describiría la influencia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos en Piura para realzar los valores culturales, históricos y estéticos que definen su imagen urbana? | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Impacto visual/                                  | ¿Cómo percibe usted que el diseño arquitectónico puede influir visualmente en la percepción de la ciudad de Piura y en la identidad de sus habitantes?  | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Identidad arquitectónica / Opiniones Residentes. | ¿Cuál considera que es el papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos en Piura que reflejen la rica historia, la diversa cultura y la identidad única de su comunidad?                          | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Contribución Cultural / Adaptación Cultural.     | ¿Qué estrategias o enfoques arquitectónicos pueden emplearse en los proyectos urbanos de Piura para contribuir de manera efectiva a la preservación y promoción de su rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio?      | 4        | 4          | 4          |                                   |

|  |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|--|
| Percepción Positiva / Calidad Urbana/ Opiniones Residentes | En base a su experiencia, ¿cómo considera que la adaptación de los residentes y su percepción positiva de los nuevos desarrollos arquitectónicos han influido en la calidad urbana y en la aceptación de la evolución de la imagen urbana de Piura? | 4 | 4 | 4 |  |
|--|---|---|---|---|--|



Firma del evaluador  
DNI 44778678

## ANEXO 10. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS - EXPERTO 3

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Entrevista". 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:                                   | MIGUEL A. ADRIANZEN HUANCAS                                      |                    |
| Grado profesional:                                 | Maestro ( )  | Doctor (X)         |
| Área de formación académica:                       | Clinica ( )  | Social ( )         |
|  | Educativa (X)  | Organizacional ( ) |
| Áreas de experiencia profesional:                  | DOCENCIA UNIVERSIT/DISEÑO  |                    |
| Institución donde labora:                          | UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA                                    |                    |
| Tiempo de experiencia profesional en el área:      | 2 a 4 años ( )   | Más de 5 años (X)  |
| Experiencia en Investigación :<br>(si corresponde) | Trabajos psicométricos realizados. Título del estudio realizado. |                    |

#### 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:              | Castro Abadie Hilary Kay   |
| Procedencia:          | Universidad Cesar Vallejo  |
| Administración:       | Evaluación para juicio de jueces   |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos   |
| Ámbito de aplicación: | Análisis del espacio Público: Imagen urbana - arquitectura comercial.  |
| Significación:        | "Impacto del Diseño Contemporáneo de la Arquitectura Comercial en la Imagen Urbana del distrito de Piura 2023" |

4. **Soporte teórico**

| CATEGORIA              | DEFINICIÓN  | SUBCATEGORIAS                |
|------------------------|---|------------------------------|
| Arquitectura comercial | La arquitectura comercial se concibe como un tipo específico de diseño arquitectónico centrado en la creación de espacios comerciales que no solo buscan ser estéticamente agradables, sino también funcionales y habitables para los usuarios (Hernández, 2018). | Estilo Arquitectónico        |
|                        |   | Funcionalidad Comercial      |
| Imagen Urbana          | Dentro de la imagen urbana, tanto lo artificial como lo natural son parte de un mismo universo, que conforman na ciudad López (2017)  | Estética Urbana              |
|                        |   | Integración Socio - Cultural |
|                        |   | Satisfacción del ciudadano   |

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

A continuación, a usted le presento el cuestionario elaborado por Hilary Kay Castro Abadie.

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

| Categoría  | Calificación  | Indicador   |
|--|---|---|
| <b>CLARIDAD</b><br>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio                            | El ítem no es claro.  |
|  | 2. Bajo Nivel   | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
|  | 3. Moderado nivel                                       | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.  |
|  | 4. Alto nivel   | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.  |
| <b>COHERENCIA</b><br>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.     | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.  |
|  | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)                   | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.   |
|  | 3. Acuerdo (moderado nivel)                             | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.  |
|  | 4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)                   | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.   |
| <b>RELEVANCIA</b><br>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: Arquitectura Comercial
- Objetivos de la Dimensión: Describir en detalle las características clave del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, incluyendo elementos estilísticos, funcionales y tecnológicos.

| Indicadores                       | Ítem  | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones/<br>Recomendaciones |
|-----------------------------------|---|----------|------------|------------|-----------------------------------|
| Modernidad /<br>Innovación        | ¿Cuáles consideras que son las características más destacadas del diseño contemporáneo en la arquitectura comercial, tanto a nivel estilístico como funcional?  | 5        | 4          | 4          |                                   |
|                                   | ¿Cuáles son, desde su perspectiva, ejemplos destacados de innovación en el diseño arquitectónico comercial contemporáneo en los negocios locales de Piura?  | 4        | 5          | 4          |                                   |
| Sostenibilidad /<br>Adaptabilidad | ¿Qué prácticas y materiales sostenibles crees que son más relevantes en el contexto del diseño arquitectónico comercial contemporáneo en Piura y cómo se integran en los proyectos?                         | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Experiencia del<br>cliente        | ¿Podrías compartir ejemplos de soluciones arquitectónicas únicas que hayas observado en proyectos comerciales recientes y cómo crees que estas podrían contribuir a la identidad y experiencia del cliente? | 4        | 5          | 4          |                                   |

|                       |   |   |   |   |  |
|-----------------------|---|---|---|---|--|
| FLEXIBILIDAD ESPACIAL | Desde su experiencia, ¿cómo se ha adaptado el diseño arquitectónico comercial a las nuevas demandas y necesidades del mercado en Piura, especialmente en términos de flexibilidad espacial y tecnológica? | 4 | 4 | 4 |  |
|-----------------------|---|---|---|---|--|

**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Imagen Urbana
- Objetivos de la Dimensión: 1). Analizar los valores culturales, históricos y estéticos que definen la imagen urbana de Piura. 2). Explorar de qué manera el diseño contemporáneo de la arquitectura comercial ha contribuido a la imagen urbana de Piura.

| Indicadores   | Ítem  | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones/<br>Recomendaciones |
|---|---|----------|------------|------------|-----------------------------------|
| Coherencia /<br>Armonía/                                  | Desde su perspectiva como arquitecto, ¿cómo describiría la influencia de la coherencia y la armonía en el diseño de espacios urbanos en Piura para realzar los valores culturales, históricos y estéticos que definen su imagen urbana? | 4        | 4          | 5          |                                   |
| Impacto visual/<br>I                                      | ¿Cómo percibe usted que el diseño arquitectónico puede influir visualmente en la percepción de la ciudad de Piura y en la identidad de sus habitantes?  | 4        | 4          | 4          |                                   |
| Identidad<br>arquitectónica /<br>Opiniones<br>Residentes. | ¿Cuál considera que es el papel fundamental de la identidad arquitectónica en la creación de espacios urbanos en Piura que reflejen la rica historia, la diversa cultura y la identidad única de su comunidad?                          | 4        | 5          | 4          |                                   |
| Contribución<br>Cultural /<br>Adaptación<br>Cultural.     | ¿Qué estrategias o enfoques arquitectónicos pueden emplearse en los proyectos urbanos de Piura para contribuir de manera efectiva a la preservación y promoción de su rica cultura local en un entorno urbano en constante cambio?      | 4        | 4          | 4          |                                   |

|  |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|--|
| Percepción Positiva / Calidad Urbana/ Opiniones Residentes | En base a su experiencia, ¿cómo considera que la adaptación de los residentes y su percepción positiva de los nuevos desarrollos arquitectónicos han influido en la calidad urbana y en la aceptación de la evolución de la imagen urbana de Piura? | 4 | 4 | 4 |  |
|--|---|---|---|---|--|

  
Firma del evaluador  
DNI  
02885060