



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ARQUITECTURA**

**Regeneración integral para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto,  
San Martín**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestra en Arquitectura**

**AUTORA:**

Br. Flor Elizabeth Díaz Alverca (ORCID: 0000-0002-2614-6361)

**ASESOR:**

Mg. Vargas Salazar, Mario Uldarico (ORCID: 0000-0001-0669-6948)

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

Urbano Sostenible

Chiclayo – Perú

2019

## **DEDICATORIA**

A Dios por la vida.

A mis padres, por el apoyo constante.

A mi esposo, por ser mi soporte.

A mi hijo, por ser mi gran fortaleza.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, mis padres, esposo e hijo; quienes  
estuvieron apoyándome en todo momento

# PÁGINA DEL JURADO



## DICTAMEN DE SUTENTACIÓN DE TESIS

LA BACHILLER: Díaz Alverca, Flor Elizabeth

Para obtener el Grado Académico de **Maestra en Arquitectura**, ha sustentado la tesis titulada:  
**REGENERACIÓN COMERCIAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, SAN MARTÍN.**

FECHA: 17 AGOSTO DEL 2019

Hora: 7:35 p.m.

### JURADOS:

**PRESIDENTE:** Dr. Mercedes A. Collazos Alarcon

Firma 

**SECRETARIO:** Mg. Nilthon I. Pisfil Benites

Firma 

**VOCAL** : Mg. Mario U. Vargas Salazar

Firma 

El jurado evaluador emitió el dictamen de:

... APROBADA POR EXCELENCIA .....

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis

.....  
.....  
.....

Recomendaciones sobre la tesis:

.....  
.....  
.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de 15 días, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Flor Elizabeth Díaz Alverca, egresado (a) del Programa de Maestría (x) Doctorado ( ) Maestría en Arquitectura de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° 47803711

### DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor (a) de la tesis titulada: REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, SAN MARTÍN
2. La misma que presento para optar el grado de: Maestría en Arquitectura
3. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
4. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
5. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chiclayo, 17 de Agosto del 2019

  
\_\_\_\_\_  
Flor Elizabeth Díaz Alverca  
DNI: 47803711

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. MÉTODO .....	13
2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación .....	13
2.2. Escenario de estudio .....	17
2.3. Población.....	17
2.4. Técnicas e instrumentos .....	17
2.5. Procedimiento .....	19
2.6. Método de análisis .....	20
2.7. Aspectos éticos.....	21
III. RESULTADO .....	22
3.1. Sector histórico turístico recreativo .....	22
3.2. Sector comercial.....	24
3.3. Gestión municipal .....	26
IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES.....	40
VI. RECOMENDACIONES .....	41
REFERENCIAS .....	42
ANEXOS.....	44
Anexo 01: Diseño de investigación .....	44
Anexo 02: Fichas de observación: Situación actual .....	45
Anexo 03: Entrevista Anexo .....	55
Anexo N° 04: Validación de datos.....	57
Anexo 05: Matriz de investigación .....	61
Anexo 06: Análisis de espacios públicos.....	62
Anexo 07: Fichas de análisis cartográfico .....	66
Anexo 08: Autorización para la publicación electrónica de la tesis .....	71
Anexo 09: Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	72
Anexo 10: Reporte turnitin .....	73
Anexo 11: Autorización de la versión final del trabajo de investigación .....	74

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: matriz lógica de operacionalización y operativización de variable independiente	19
Tabla 2: matriz lógica de operacionalización y operativización de variable dependiente . .	19
Tabla 3: Valoración del sector histórico turístico recreativo .....	22
Tabla 4: Organización de datos .....	24
Tabla 5: Discusión de resultados del sector histórico turístico recreativo .....	28
Tabla 6: Discusión de resultados del sector comercial .....	29
Tabla 7: Discusión de resultados de la evaluación de la gestión municipal .....	30
Tabla 8: Discusión de resultado de la variable independiente.....	31
Tabla 9: Discusión de resultados de la variable dependiente .....	31

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: vista del sector de estudio .....	6
Figura 2: Sector turístico comercial.....	13
Figura 3:Modelo problemático y generación del modelo teórico.....	14
Figura 4: Modelo teórico y generación del modelo teórico practico.....	15
Figura 5: Modelo teórico-práctico y generación del modelo práctico.....	16
Figura 6: Sector de estudio .....	17
Figura 7: Ficha de situación actual .....	18
Figura 8: Ficha de análisis del espacio público .....	20
Figura 9: Ficha de análisis cartográfico.....	21
Figura 10: Valoración del sector histórico turístico recreativo .....	23
Figura 11: Clasificación del sector comercial .....	25
Figura 12: Evaluación de la gestión municipal .....	26
Figura 13: Representación de la evaluación de la gestión municipal.....	27
Figura 14: Propuesta teórica .....	32
Figura 15: Propuesta física .....	33
Figura 16: Propuesta.....	35
Figura 17: Ejes turísticos recreativos.....	37
Figura 18: Ejes comerciales.....	39

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo la elaboración de un modelo de regeneración para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto, para lo cual se utilizaron tres teorías: La teoría de recuperación de centros históricos degradados, la teoría de la imagen de la ciudad y la teoría del caos. La investigación fue de tipo cualitativa, en donde se tomó como población a los 657 lotes ubicados dentro del sector de estudio, por lo que se utilizaron diferentes técnicas de recolección de datos, tales como: fichas de observación, fichas de análisis, fichas cartográficas y entrevistas, arrojando como resultado que no ha habido una constante y adecuada recuperación de espacios públicos debido, principalmente, a una deficiente planificación municipal, lo que se manifiesta en una desequilibrada distribución entre los elementos de interrelación y comercio desorganizado que desatiende el rubro turístico. Esto determinó plantear una propuesta en la que se regenera el sector de manera integral, en tres etapas, corto, mediano y largo plazo.

**Palabras claves:** Regeneración, urbano, espacio público, comercio.

## **ABSTRACT**

This research had as objective to develop a model of regeneration for the touristic and commercial sector of Tarapoto city. Three theories were used: theory of recovery of degraded historical centers, city image theory and the theory of chaos. It is qualitative and the population was 657 lots located within studied sector; therefore, various techniques were used to collect data: sheets of research or analysis, interviews and cartographic charts, whose result was that there was not constantly an adequate recovery of public spaces, there was constantly due, mainly, to a poor city planning. This is manifested in an unbalanced distribution between elements of interrelation and the areas of disorganized commercial stores, which do not meet the tourism sector. For these reasons, our proposal regenerates the sector in an integral way, in three stages: short, medium and long term.

**Keywords:** Regeneration, urban, public space, commerce.

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día nos encontramos sin áreas verdes, parques, veredas por las cuales podamos caminar cómodamente, transporte público adecuado para los ciudadanos; con grandes problemas de contaminación visual, sonora y ambiental; y el crecimiento no planificado de las ciudades. De esta manera estamos dejando que las ciudades se desarrollen, alerta la ONU (2018).

Para seguir evitando que la calidad de los espacios públicos siga disminuyendo, la ONU propone una política participativa según las Naciones Unidas (2016), en la cual, se dé importancia a las necesidades de espacios públicos que los vecinos de barrios nuevos y antiguos puedan tener, además aconseja que las municipalidades designen más recursos para estos fines. Todo esto porque en la actualidad cada vez hay menos espacio público en las ciudades, apenas el 21% del total de la superficie de las urbes es para espacio público, muy por debajo de lo que sería lo ideal.

El comercio y el espacio público son los motores para el desarrollo económico de las ciudades. Los espacios públicos bien diseñados juegan papeles decisivos en la inversión, usos, actividades y por ende mejora la seguridad; el incremento del valor de las propiedades genera mayores ingresos municipales; proporcionando mejores oportunidades para la actividad económica y el crecimiento del turismo de la ciudad. Los beneficios que ofrece el espacio público para todas las formas de negocios tanto formales como informales son muchos. Es importante que el espacio público sea compartido; la vida del espacio en la relación directa con la densidad urbana, la mezcla de las sociedades y el uso mixto.

Los planes urbanos son fundamentales en la delimitación del espacio público, el solo hecho de esta acción genera un impacto positivo en la ciudad; ya que cambiar de usos a una zona consolidada genera nuevos inconvenientes. Por lo tanto, un plan urbano genera mejores resultados, ya que al haber una clara delimitación del espacio evita otros problemas como invasiones, expropiaciones, etc. Además el que una ciudad tenga más espacios públicos, hace que sea más saludable al volverse más caminables, lo mencionan, Barros, Martínez, y Viegas (2017); también se mejora el medio ambiente, disminuye el efecto invernadero y mejora la calidad del aire.

Así tenemos, según un informe de las Naciones Unida (2016), que en los Países Bajos las casas que tenían vista a un parque elevaron su precio en un 8%, en Berlín el estar cerca de

una zona de juegos aumento el valor de la tierra al 16%. En Londres después de invertir en mejorar los espacios públicos, los negocios aumentan entre un 5 a 15%. Si nos centramos en las calles y espacios públicos como negocio para la regeneración urbana ayudará a las ciudades en su desarrollo social y económico.

Por lo tanto, mientras más espacios públicos y más caminables sean las ciudades mejores relaciones tendrán sus habitantes, disminuyendo la delincuencia y volviendo a la ciudad más amigable. Es por esto que, las ciudades más grandes están trabajando en esto. En un artículo publicado por la ONU Habitat (2019) dice, que las ciudades exitosas designan un 50% de la proporción de la ciudad al espacio público. Como Manhattan, Bruselas y Barcelona.

Como ejemplos de cambio tenemos, La Rambla en Barcelona, una de las calles más transitadas y conocidas, que va desde la Plaza de Cataluña hasta el monumento Colón. Esta calle tiene 1.2 km de longitud y es uno de los espacios públicos más agradables de la ciudad, lleno de frondosos árboles, un gran espacio central para los peatones, carriles para vehículos, bares, restaurantes, terrazas, etc.; está llena de comercio que le da vida a su recorrido. Según un portal conocido de noticias, Muñoz (2019), Barcelona recibió en el año 2017 12 millones y en el 2018 15,8 millones, un 4,3% más que el año anterior; dejando más dinero e incrementando su economía. Esto también se debió a que se hizo la promoción y la marca del lugar como lo mencionan Boisen, Terlouw y Groote (2018) en un artículo.

En América del Sur tenemos a Medellín, como una de las ciudades que marcó el cambio mejorando sus espacios públicos, lo menciona Bedoya (2007). Entre sus parques más representativos encontramos al Jardín Botánico, este parque cuenta con más de 14 hectáreas, cuenta con un lago en el centro del parque y alberga miles de especies de plantas, además hay cafeterías, restaurantes, un vivero comercial, biblioteca y tiendas. También se encuentra el Parque Pies Descalzos, este parque tiene como fin disfrutar de su recorrido como lo dice su nombre con los pies descalzos, en él se puede encontrar el Museo del Agua, cabañas y restaurantes. Ambos parques mencionados se encuentran en el sector centro de la ciudad. Pero todo este cambio se debe a que el plan de ordenamiento territorial se viene trabajando desde 1999, de esta manera se permitió que la ciudad se construyera acorde a la necesidad de sus ciudadanos y generara espacios en los cuales se puedan desarrollar.

Si bien es cierto, la ciudad que necesitamos debe tener en cuenta la cultura, el contexto y las costumbres, esta también se basa en un par de condiciones que son las claves para su

desarrollo; el respeto de los usos de la tierra por parte de las entidades privadas y públicas y una práctica de sistemas bien coordinado; así lo dice la ONU, en uno de sus informes hechos en el año 2016.

Mientras tanto, en nuestro país vemos realidades muy variadas, las ciudades siguen creciendo, la población en nuestro país supera los 32 204325 habitantes según el último censo realizado por el INEI (2017) y su tasa de crecimiento anual es de 1.1%. Lima nuestra capital, sigue creciendo por lo tanto necesita más espacios públicos para satisfacer a su población, hoy en día se ve que algunos de sus distritos están dando el ejemplo de cambio, así como Miraflores y San Isidro, y recientemente La Victoria con el centro comercial de Gamarra, desalojó a los 15000 comerciantes informales que invadían el espacio público del centro comercial, así informó el diario El Comercio(2019), ahora dicho lugar muestra otra cara, con vías amplias, veredas para el libre tránsito de los peatones y con zonas más seguras para hacer las compras, ahora hasta los mismos trabajadores del lugar pueden hacer uso del espacio para jugar un partido de futbol en las calles por las noches cuando ya no hay compradores. Se dio el cambio a un espacio que era muy concurrido pero desordenado e inseguro; hoy en día los más de 26000 empresarios que trabajan en Gamarra están contentos y esperan incrementar sus ventas en un 30%. Todos estos cambios y estrategias que se utilizan van sumando al cambio que buscamos en nuestro país para recuperar el espacio público, las áreas verdes e incrementar el comercio para mejorar la economía.

Así encontramos, a San Martín, una de las regiones más visitadas por turistas, en el 2017 contó con 527687 turistas nacionales y 6994 extranjeros según MINCETUR (2017); con gran flujo comercial y atractivos turísticos. Dentro de ella se encuentra Tarapoto, una de las ciudades más representativas de la región. En esta ciudad, cada año se ve la llegada de una gran cantidad de turistas la cual va en incremento, pero la mayoría que llega a visitarla sólo se queda en la ciudad para descansar en las noches o disfrutar de la vida nocturna, y el día lo utilizan para ir a los lugares más conocidos que quedan cerca de la ciudad (cascadas, Sauce, Lamas y los bosques), porque no encuentran más lugares dentro de la ciudad en los cuales puedan pasear. En el sector centro de la ciudad solo encontramos gran parte de la zona comercial de la ciudad (restaurantes, bares, negocios minoristas, hospedajes, entidades financieras, etc.) y dos parques representativos de la ciudad, el Parque Suchiche y la Plaza Mayor de Tarapoto, tres centros educativos y algunas viviendas; pero este sector no se

encuentra articulado por lo cual no ofrece un mayor atractivo y los parques están descuidados, además existe mucho tráfico causado por los moto taxistas.

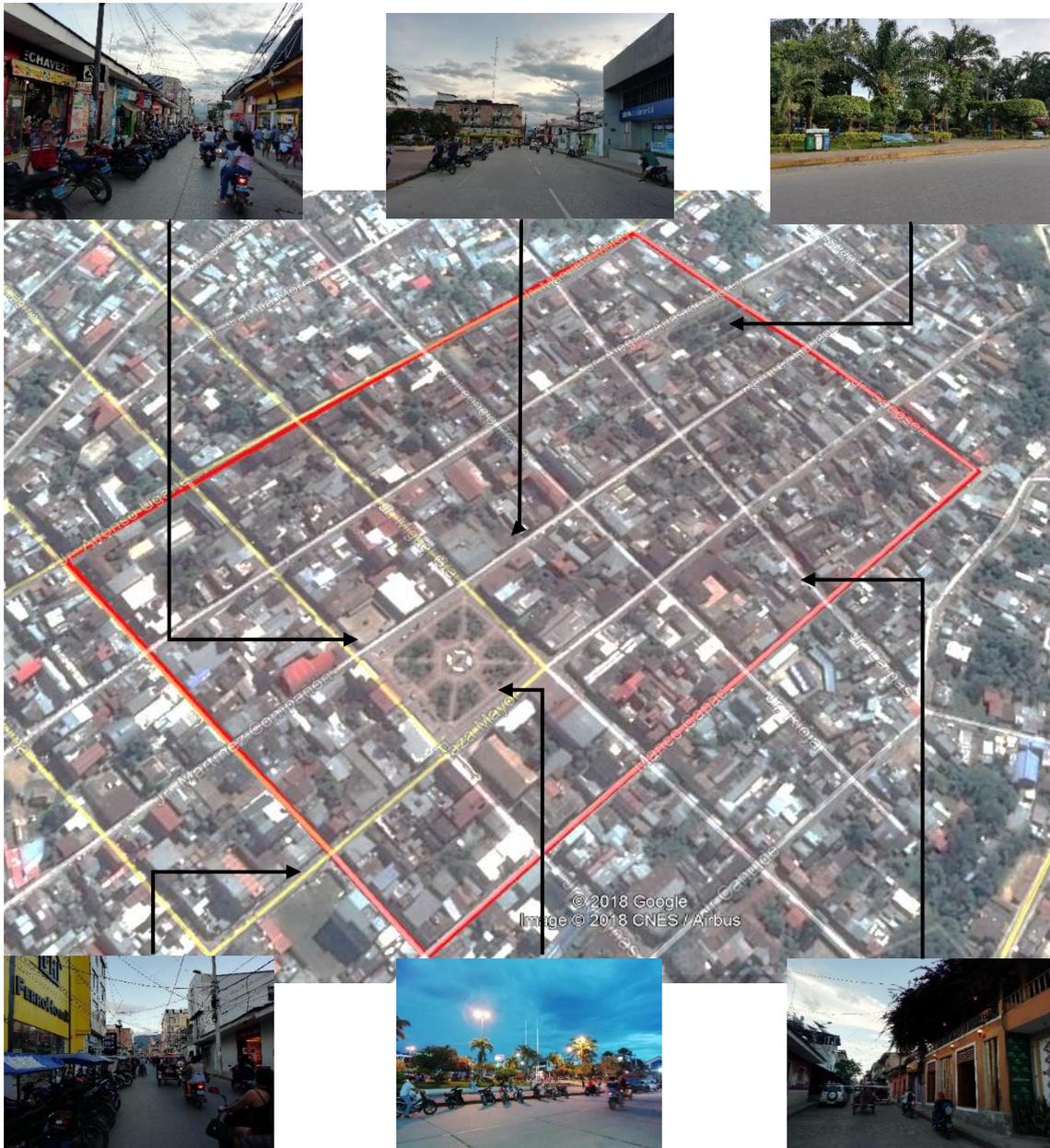


Figura 1: vista del sector de estudio

Fuente: Elaboración propia

Para la investigación se tomaron en cuenta tres antecedentes, uno de ellos es la investigación titulada **“Aproximación crítica al modelo de centralidades urbanas: Consideraciones para el diseño de espacios públicos de inclusión en un corredor verde, parque lineal Caupicho, Sur de Quito”**, presentada por Zurita (2017), en la que se puede rescatar que diseñar bordes activos: deben ser contenedores de actividades y programas que atraigan público de forma permanente. Los bordes deben garantizar confort tanto térmico como acústico, generar sombra y espacios de descanso; estos deben estar diseñados desde la óptica del usuario que va a utilizarlos. También, se debe diseñar espacios para uso nocturno en la ciudad por tener actividades nocturnas que generan ingresos económicos los que se necesitan manejar con un uso adecuado del espacio público. Pensar en actividades nocturnas permanentes que activen los espacios públicos generará mayores ganancias para todos.

Entonces, se debe reconocer al diseño urbano como una herramienta que ayudará a concretar el proyecto urbano y las políticas públicas; entenderlo como un concepto complementario y simultáneo con la planificación urbana mejorará el resultado de cambiar a la ciudad.

Como segundo antecedente, se tomó a la investigación llamada **“Prácticas de Comunicación en los espacios colectivos del hábitat urbano. Análisis comparativo parque Berrío y parque de los Pies Descalzos”**, del autor Guerra (2009), en Medellín, Colombia. Esta investigación trató sobre la transformación del eje que forman dos de sus espacios más significativos en el centro de Medellín; en sus diferentes dimensiones, tales como, físico espacial, social, económico y cultural. De los cuales rescatamos dos de sus componentes importantes:

El contexto socio económico de la ciudad, en donde la ciudad debe ser segura; esto se ha convertido en una cualidad necesaria para generar nuevos usos y promocionar el turismo. En donde la seguridad se ha convertido en un principio para habitar las ciudades y sus espacios. Por lo tanto la relación que se pueda dar entre los pobladores empieza a definirse en función de las cualidades que los mismos espacios públicos creen como modelo. De esta manera la pureza que los usuarios o visitantes expresen según su tipo de vida, se da por su nivel social y económico, lo cual termina siendo un elemento de inclusión o exclusión.

La calidad de vida, no la define el discurso que se dio sobre el desarrollo, la competitividad y la modernización, tampoco distingue ideologías porque está relacionado con la ciudad, sus calles, sistemas de transportes, su centro urbano, equipamientos y espacios públicos. Esto hace que las intenciones de la ciudad sean claras en búsqueda de equidad y

justicia para todos. La calidad de vida que la ciudad pueda ofrecer a sus ciudadanos es clave para el desarrollo de la misma por lo que se debe hacer coordinación humanitaria que trata de la coordinación de manera coherente y efectiva con las autoridades como lo describe Sanderson (2019).

Finalmente, como tercer antecedente, se presentó a la investigación **“Estrategias de intervención en los espacios públicos para mejorar la calidad de vida urbana. Caso Urb. Santa Margarita, Piura - 2017”** realizada por Martínez (2017), en Perú; en donde se habló de un diagnóstico que se hizo a la urbanización para ver su calidad de vida y el uso de los espacios públicos. Con esta investigación se pudo comparar realidades de otra parte de nuestro país y tomar en cuenta ciertos aspectos que tengan en común y así contar con algunas estrategias, como las que se presentan a continuación:

Una estrategia es la participación social en zonas públicas y crear normas sancionadoras por la municipalidad en favor del cuidado de la urbanización, por lo que se deben utilizar anuncios que hagan de conocimiento público la norma a favor de ayudar a tener zonas tranquilas.

Otra estrategia, es la seguridad para tener un desarrollo sostenible del ambiente urbano lo dicen Rastyapina y Korosteleva (2016); para esto se requiere la participación de la municipalidad, la policía y los habitantes de la ciudad, en este caso las medidas preventivas de seguridad urbana se pueden dar mediante la contratación de personal para vigilancia, también puede intervenir la seguridad pública a través del patrullaje de la policía y serenazgo; la estrategia requiere una organización diaria para que se pueda lograr el cubrimiento en diferentes horarios del día.

También, encontramos estrategias ambientales; se debe considerar el tema de la contaminación ambiental mejorando las áreas verdes por lo que se debe solicitar el apoyo de la oficina del Ministerio de Agricultura para la donación de plántones, también a través de normas de la municipalidad es posible disminuir los niveles de contaminación sonora y visual, mantener la limpieza de calles y del aire.

Luego de haber revisado los antecedentes, se tomaron en cuenta tres teorías que ayudaron a tener un mejor estudio de la investigación; una de las teorías fue **“La Teoría de la recuperación de centros históricos degradados”** de Borja y Muxí (2000), en la que se habló sobre la regeneración de espacios públicos, los cuales no busca un cambio de manera superficial, sino un cambio en el que se pueda profundizar y llegar a la población para mejorar la calidad de vida urbana que esta tiene. La recuperación de los centros históricos

degradados es fundamental hoy en día, ya que es el corazón de cada ciudad y la imagen que los turistas y la población guarda de su ciudad.

Recuperar el sector centro de la ciudad de Tarapoto a través de la regeneración de los espacios públicos, como menciona la teoría es el punto central de la investigación, ya que ayudará a mejorar la relación de la población con su ciudad y reforzarla con la regeneración dirigida por la cultural como lo recomienda Hwang (2014); además de crear una plaza exitosa que se vincule con el centro de la ciudad y sus ejes urbanos como lo mencionan Martí, Estrada, & Cirugeda (2017).

Para lograr la recuperación de los centros se debe trabajar con la siguientes estrategias: mejora de las áreas verdes, el mobiliario urbano, la iluminación, los equipamientos socio culturales, la mejora de los espacios públicos tanto plazas y parques de todos los barrios que proporcionan calidad a la ciudad; también se debe trabajar de manera directa con la población a través de la participación estratégica para lograr conocer sus necesidades.

Como segunda teoría, se tomó a **“La Teoría del caos en los sistemas biológicos”** de Romanelli (2006), en la que describió que cuando hablamos de caos, no necesariamente hablamos de algo que está fuera de control; el tomar en cuenta esta teoría es para poder comparar a la ciudad como un ente vivo, el cual va creciendo y va cambiando, pero que estos cambios siempre buscan mejorar aunque no estén muy bien organizados. En la teoría del caos se habló de una búsqueda de organización ante un aparente desorden y es lo que se buscó hacer con este trabajo, encontrar la manera de mejorar la organización en el sector de estudio.

La teoría plantea que el caos es variable, dinámico y puede irse transformando ante pequeñas acciones. La complejidad da lugar a mutaciones y transformaciones, pero ante este aparente desorden primero hay que conocer el porqué del desorden, después se plantea la búsqueda de lo existente para posteriormente comprender el sector y luego organizarlo; por lo que se tomó en cuenta las siguientes estrategias: búsqueda de lo existente, comprender el sector y organizarlo.

La tercera teoría, que se utilizó fue **“La Teoría de imagen de la ciudad – interrelación de elementos”** escrita por Lynch (2008), donde describió que la imagen que una ciudad puede depender de muchos factores individuales y la suma de estos pueden dar ciertos

resultados. Esta imagen que la ciudad pueda dar es necesaria para que el ciudadano se sienta cómodo dentro de su espacio. Para tener una ciudad agradable y amigable con la población debemos tener presente cuales son los elementos de la ciudad, estos son la clave para el desarrollo de una ciudad ordenada y son: sendas, bordes, barrios, nodos y mojones. El concepto que se puede tener de la ciudad desde diferentes puntos de vista de los observadores, también deben ser consecuente con la salud y la calidad de vida, así lo dice Kothencz & Blaschke (2017).

Entonces, los elementos de la ciudad ayudan a tener una identidad clara, en la cual su población se sienta parte de ella. Lo cual lleva a tener una ciudad ordenada y con identidad, de esta manera poder desarrollar el turismo y por consecuencia la economía de la ciudad. Para esta investigación se tomaron en cuenta las siguientes estrategias: Ordenar la ciudad a través de sendas, delimitar bordes, nodos, mojones y barrios.

Para mayor entendimiento de la investigación se presentaron los siguientes conceptos:

**Calidad de vida:** condiciones físicas, sociales y naturales que se ven involucradas para el bienestar de las personas (OMS, 2017).

**Centros históricos:** son los núcleos de las ciudades que tienen mayor importancia por su valor histórico y/o por su atracción económica, social, política o cultural (RAE, 2018).

Conexión entre ciudades: canal para la promoción y complemento de las mismas (Mao, Huang, Song, & Tan, 2019).

**Degradar:** desgastar las cualidades inherentes de algo (RAE, 2018).

**Centros históricos degradados:** son los núcleos de las ciudades que no se encuentran atendidos o están olvidados por las autoridades (Definición propia, 2019).

**Estrategias:** son acciones que se hacen de una manera predeterminada para un fin (Definición propia, 2019).

**Elementos de la ciudad:** estos son componentes que ayudan a ordenar la ciudad (Lynch, 2008).

**Espacios urbanos:** Lugares donde la sociedad puede interactuar y representar su cultura (Martí, Estrada, & Cirugeda, 2017).

**Espacios verdes urbanos:** son lugares en los cuales se pueden reducir los efectos de las islas de calor y así proporcionar comodidad dentro de la ciudad (Aram, García, Solgi, & Masaournia, 2019).

**Sendas:** son el medio por el cual el espectador va, pueden ser calles, vías férreas, líneas de tránsito y senderos (Lynch, 2008).

**Bordes:** límite entre dos formas, pueden ser los muros o una playa (Lynch, 2008).

**Barrios:** secciones de la ciudad (Lynch, 2008).

**Nodos:** puntos estratégicos de la ciudad, pueden ser un parque, una plaza, un cruce donde las personas se pueden reunir (Lynch, 2008).

**Mojones:** otro tipo de puntos de referencias, estos elementos se pueden distinguir desde grandes distancias, pueden ser señales, una montaña, cúpula, etc. (Lynch, 2008).

**Mobiliario Urbano:** Son objetos que se instalan en la vía pública y parques para mayor comodidad del peatón; son: bancas, tachos de basura, luminarias, etc. (Definición propia, 2019).

**Regenerar:** recuperar o dar determinados tratamientos a algo para volver a utilizarlo (RAE, 2018).

**Integral:** que comprende de manera global algo (RAE, 2018).

**Regeneración integral:** renovación que se plantea de manera conjunta para mejorar la ciudad en sus diferentes aspectos ya sea político, social, cultural, ambiental y físico espacial (Definición propia, 2019).

**Vida urbana:** se refiere a la vida de las personas en las ciudades (Definición propia, 2019).

Debido a lo descrito anteriormente, se vio conveniente plantear el problema de la siguiente manera: En Tarapoto se observó en el sector ubicado entre las calles Augusto B. Leguía, Jr. Saposoa, Jr. Manco Cápac y Alfonso Ugarte; mayor actividad nocturna en los parques principales de la ciudad, diversificación de la actividad comercial, congestión vehicular por mototaxis y comercio alterado; todo esto debido a que los puntos importantes de la ciudad se encuentran descuidados, siendo estos centralidades comerciales. También existe gran demanda de mototaxis por parte de la población y demanda de bebidas alcohólicas por parte de turistas y población local en la calle de las Piedras, lo que ocasiona centros comerciales diversificados, además de centros recreativos abandonados por desorganización de autoridades. Lo que trae como consecuencia un sector turístico comercial desordenado.

Para lo cual, se presenta la siguiente formulación del problema: ¿De qué manera se podrá regenerar el sector turístico comercial para la ciudad de Tarapoto?

Por lo tanto, el estudio se justifica de la siguiente manera: La ciudad de Tarapoto está creciendo pero no de una manera planificada y el sector centro de la ciudad sigue igual desde hace más de 15 años, no se hace nada o poco para mejorar el espacio público que es la cara de presentación de nuestra ciudad; es por esto que la investigación se centró en buscar la manera de regenerar de manera integral el sector centro de la ciudad. En donde, la justificación comprendió las siguientes dimensiones:

Dimensión metodológica: Al desarrollar un modelo de sector turístico comercial para la ciudad de Tarapoto se podrá aplicar el modelo en otras ciudades con las mismas características.

Dimensión social: Es importante que la población valore y reconozca el centro de la ciudad Tarapoto como un punto importante por ser lo más representativo de la ciudad, de esta manera cada poblador se sentirá identificado con él y contribuirá en su mejora.

Dimensión económica: Al reconocerse el centro de la ciudad como sector turístico comercial, este comenzará a generar mayores ingresos económicos a la ciudad y permitirá el crecimiento de ella.

Después de todo lo descrito se propuso como hipótesis de investigación: Si se construye un modelo teórico de análisis para el sector turístico comercial, que permita elaborar un modelo de análisis; entonces se podrá generar una propuesta de regeneración integral de un sector turístico comercial para la ciudad de Tarapoto.

Entonces para probar la hipótesis planteada se estableció el siguiente objetivo: Elaboración de un modelo de regeneración para el sector turístico comercial para la ciudad de Tarapoto. Lo cual será complementado con los siguientes objetivos específicos:

- Clasificar e identificar los diferentes tipos de comercio existentes en el sector de estudios.
- Identificar el uso de suelo, la actividad recreativa y los puntos críticos del sector turístico comercial.
- Evaluar la gestión municipal que se viene dando en los últimos años para mejorar el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto.
- Generar un modelo de propuesta de regeneración para el sector turístico comercial.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo de estudio y diseño de investigación

La investigación se realizará mediante el tipo de estudio cualitativo ya que se basa en las observaciones y recolecciones del objeto de investigación, según lo comenta Samperi (1991), también es crítico porque busca analizar la información y es propositivo porque busca llegar a una reflexión para llegar a una posible solución.

#### Diseño de investigación

Para el diseño de la investigación se utilizó la técnica de facto percepción, la cual se basa en plantear los problemas que podemos reconocer a primera instancia. Esta consta de cinco etapas; en la primera etapa, se identifica los problemas que observamos en el sector de estudio, en la segunda se describe el debido a que se ocasionan dichos problemas, en la tercera etapa, las consecuencias de estos problemas, en la cuarta las consecuencias que todo esto puede traer y en la quinta etapa, el propósito final del problema en su conjunto, lo que pueden llegar a ocasionar de manera general. Para entender mejor esta descripción, observar el cuadro adjuntado en el anexo N° 01.

Por otro lado también encontramos los bucles de causa – efecto, en los cuales podemos indicar que toda deficiencia tiene una consecuencia por lo tanto cada problemática que se tome reflejará a lo que puede llegar a convertirse el sector de estudio.

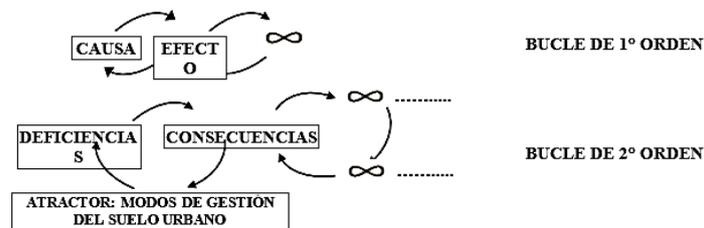


Figura 2: Sector turístico comercial. Comportamiento como bucles cibernéticos auto generadores, sin límite en el horizonte temporal, en tanto no se desnaturalice  
Adaptado de: Mario Uldarico Vargas

Para concluir con el diseño de la investigación se trabajó con un modelo de sistemas los cuales ordenan la investigación de la siguiente manera: primero se realiza un Modelo Problemático para luego generar un Modelo Teórico y hacer un modelo Teórico - Práctico, lo que nos llevará a un Modelo Practico.

Para mejor entendimiento, ver las siguientes figuras:

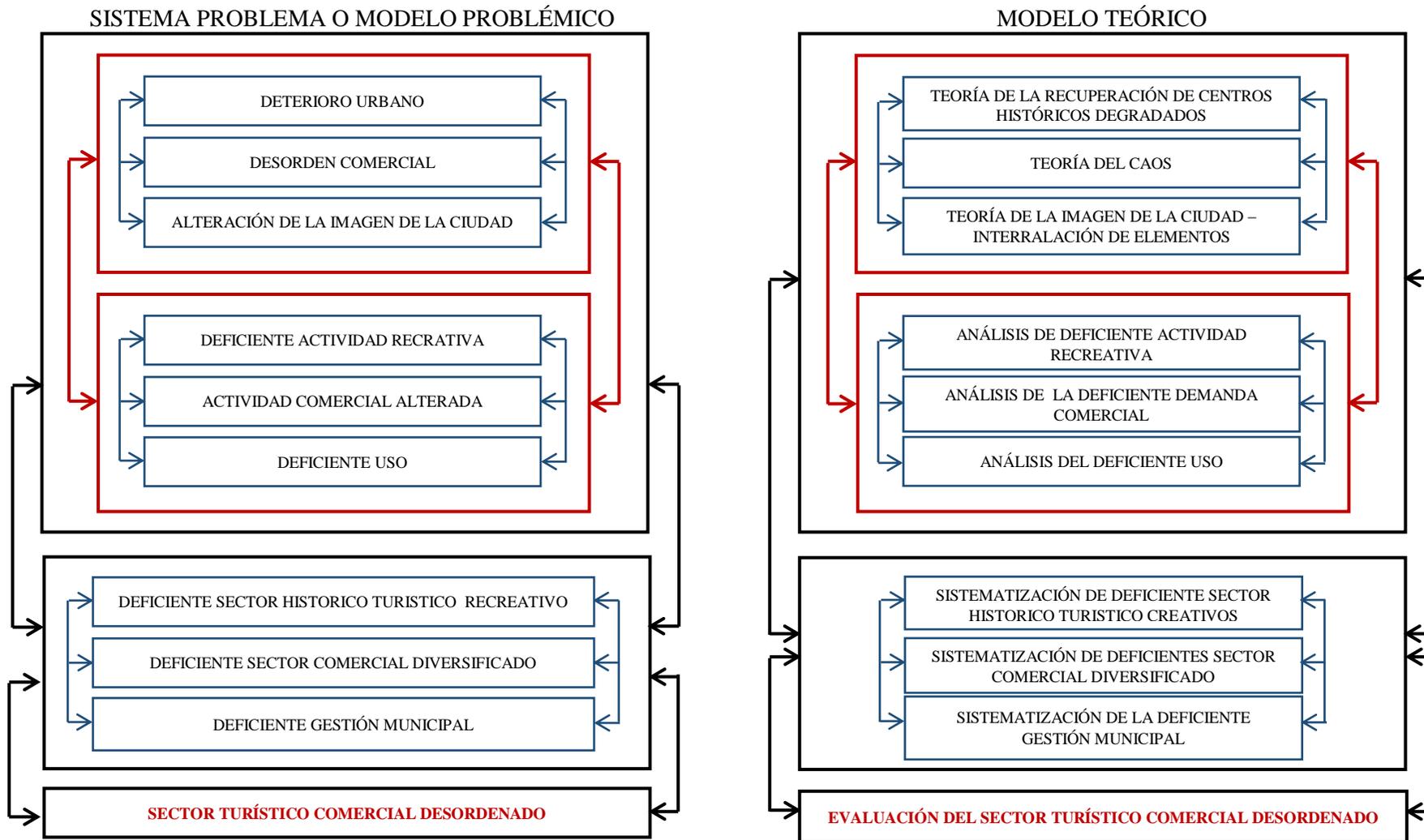


Figura 3: Modelo problemático y generación del modelo teórico  
Fuente: Elaboración propia

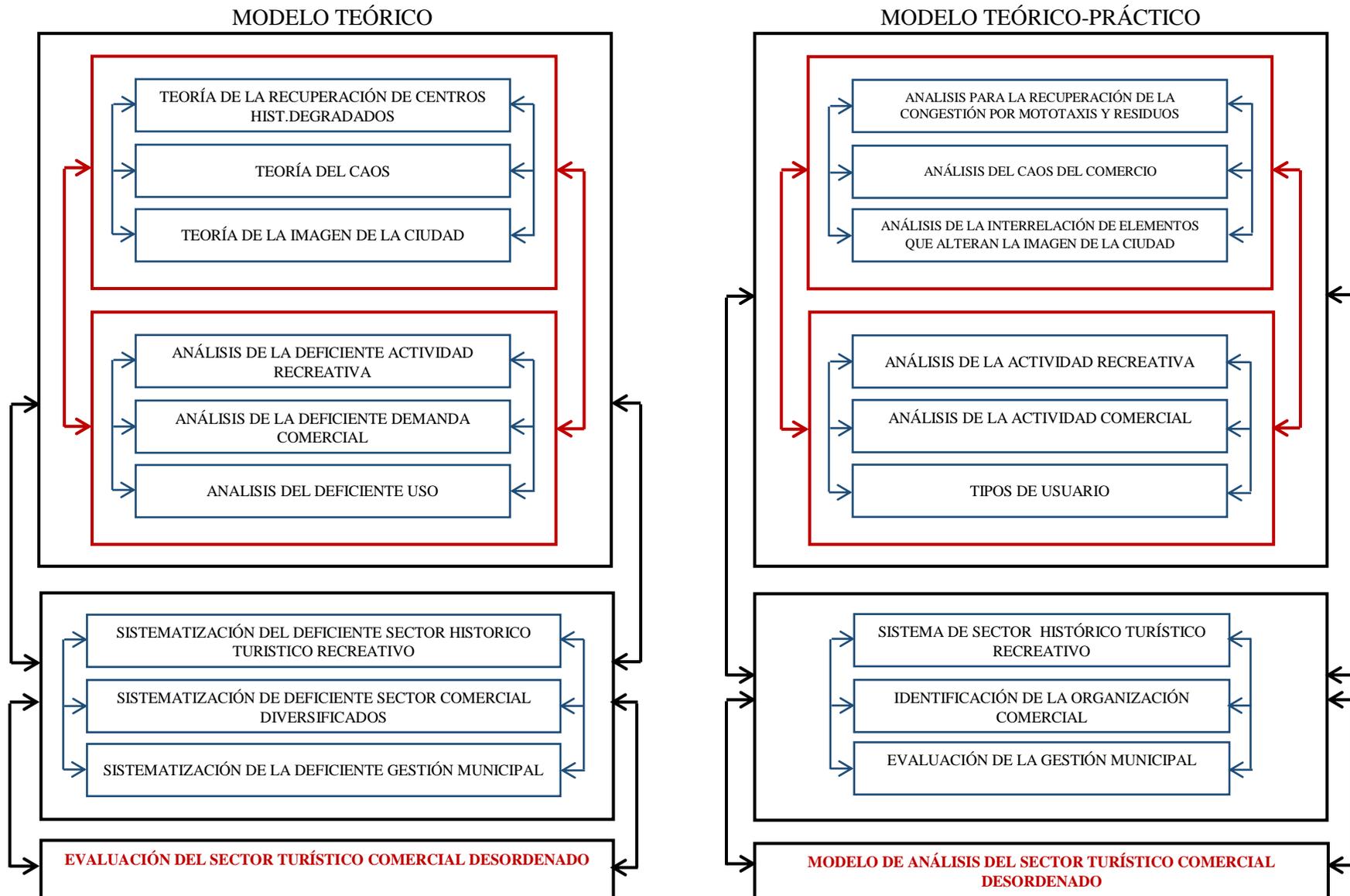


Figura 4: Modelo teórico y generación del modelo teórico practico

Fuente: Elaboración propia

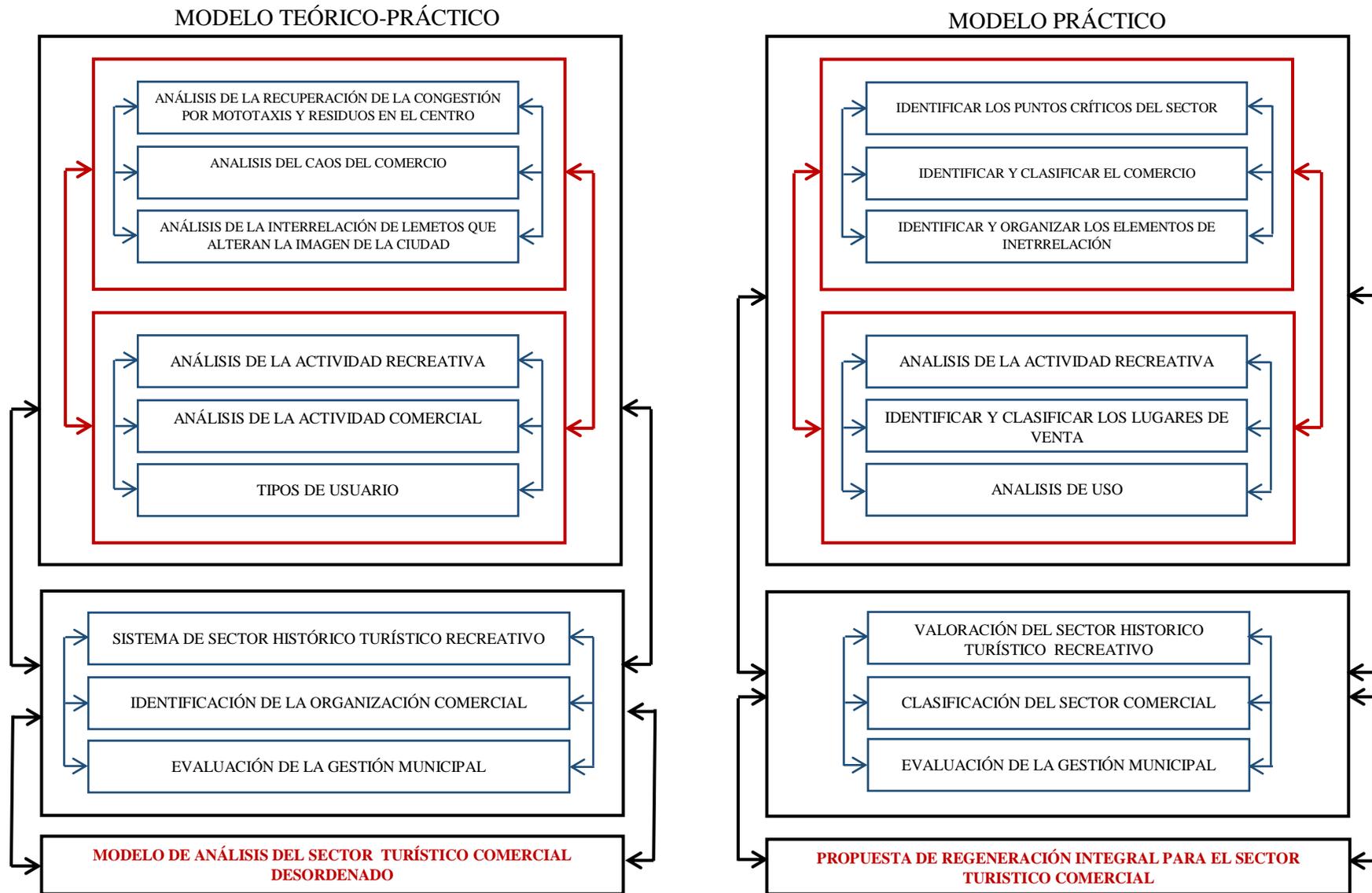


Figura 5: Modelo teórico-práctico y generación del modelo práctico.

Fuente: Elaboración propia

## 2.2. Escenario de estudio

Tarapoto se encuentra ubicado en la provincia de San Martín, departamento de San Martín. Se encuentra ubicada en la cadena oriental del Área Natural Protegida Cerro Escalera: a  $6^{\circ}31'30''$  de latitud sur y a  $76^{\circ}22'50''$  longitud Oeste. A una altura de 333 m.s.n.m. La ciudad está comprendida por las áreas urbanas de los distritos de Morales y Banda de Shilcayo. Se caracteriza por su bosque nuboso amazónico y por sus palmeras, además de ser una de las ciudades más comerciales de la región.

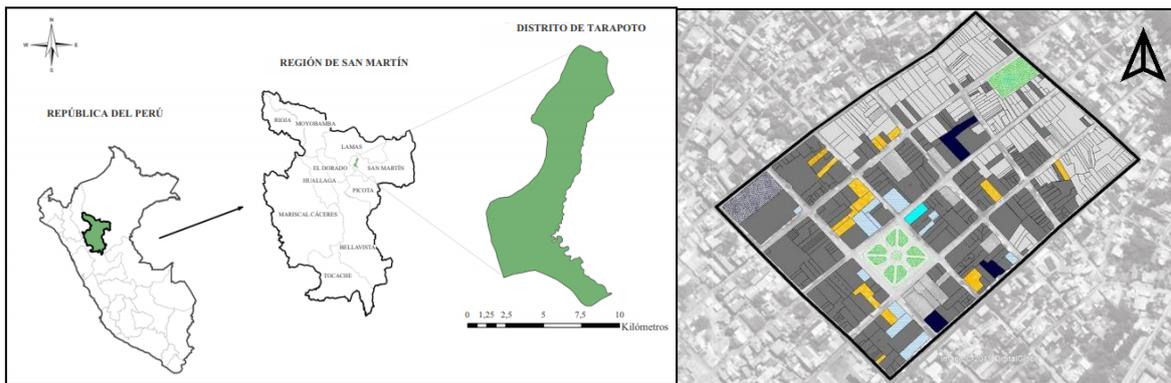


Figura 6: Sector de estudio  
Fuente: Elaboración propia

El sector de estudio se encuentra comprendido entre las calles Augusto B. Leguía, Jr. Saposoa, Jr. Manco Cápac y Alfonso Ugarte. Este es el sector en el que se concentra el mayor flujo comercial; está comprendido por la Plaza Mayor de la ciudad, el Parque Suchiche, bancos, farmacias, restaurantes, tiendas comerciales, bares, etc.

## 2.3. Población

La población se tomará de 657 números de lotes, ubicados en el sector.

## 2.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de datos se viajó hasta el lugar de estudios y se recorrió todo el sector haciendo el reconocimiento de cada cuadra y tomando fotos; también se recolectó datos en la municipalidad y se revisó el PDU de la ciudad. Toda esta información se recolectó mediante los siguientes instrumentos:

## Fichas de observación:

**Manzana N° 01**



N° lote	BIT FINANCIERAS	VIAJES	RESTAURANTE/BIQUE	BARRIS	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01	X								
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07								X	
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12								X	
13								X	
14								X	
15								X	
16								X	
17								X	
18								X	
19								X	
20								X	
21								X	
22			X					X	
23								X	
31	X								

**Manzana N° 02**



N° lote	BIT FINANCIERAS	VIAJES	RESTAURANTE/BIQUE	BARRIS	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01	X								
02								X	
03								X	
04			X					X	
05			X					X	
06								X	
07								X	
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12								X	
13			X					X	
14								X	
15								X	
16								X	
17								X	
18								X	
19								X	
20								X	
21								X	
22								X	
23								X	
38								X	

ESCUELA DE POSGRADO

N° de ficha:  
**01**

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR  
TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE  
TARAPOTO

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:  
Situación actual

Ubicación:  
Tarapoto



Figura 7: Ficha de situación actual  
Fuente: Elaboración propia

Las fichas de observación se utilizaron para reconocer que tipo de uso tiene cada lote marcando con una X el uso que le corresponde, ya sea comercio, vivienda, educación, otros usos, parques, etc.; a la ficha también se le añadió el plano lotizado por cada una de las manzanas pertenecientes al sector y fotos que registran que tipo de perfil tiene cada una de ellas. De este tipo de ficha se elaboraron 10 en total, las cuales, cada una contiene dos manzanas del sector de estudio; Ver anexo N° 02.

### Ficha de entrevista:

La entrevista se realiza para algunos trabajadores de la municipalidad, de preferencia a los que están encargados del desarrollo urbano, con el fin de conocer más a profundidad la gestión. Solo se realizó un modelo de entrevista. Ver anexo N° 03.

La investigación se realizó con información recolectada en el mismo lugar de estudio, mediante fichas que fueron validadas por expertos en el tema, estas fichas se hicieron de acuerdo a la necesidad de la investigación. Ver Anexo N° 04.

## 2.5. Procedimiento

**Matriz lógica de investigación:** Ver Anexo 05.

### Variables

- a) Independiente – generadora: Sector turístico comercial desordenado
- b) Dependiente – transformadora: Regeneración integral para el sector turístico comercial

### Operacionalización

Tabla 1: matriz lógica de operacionalización y operativización de variable independiente

	INDICADORES	UND. MEDIDA	MAPEO	FICHA DE OBSERVACIÓN/ ANÁLISIS DOCUMENTADO	REGISTRO FOTOGRÁFICO	ENTREVISTA
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> Sector turístico comercial desordenado.	Deterioro urbano	ORDINAL	X	X	X	
	Desorden comercial	ORDINAL	X	X	X	
	Alteración de la imagen de la ciudad	ORDINAL	X	X	X	
	Deficiente actividad recreativa	NOMINAL	X		X	
	Actividad comercial alterada	ORDINAL	X		X	
	Deficiente uso	NOMINAL	X		X	
	Deficientes centros recreativos	NOMINAL	X	X	X	
	Deficientes centros comerciales diversificados	ORDINAL	X	X	X	
	Deficiente gestión municipal	NOMINAL	X			X

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: matriz lógica de operacionalización y operativización de variable dependiente.

	INDICADORES	UND. MEDIDA	MAPEO	FICHA DE OBSERVACIÓN/ANÁLISIS DOCUMENTADO	REGISTRO FOTOGRÁFICO	ENTREVISTA
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> Regeneración integral para el sector turístico comercial	Teoría de la recuperación de centros históricos degradados.	ORDINAL	X			
	Teoría del caos	ORDINAL	X			
	Teoría de la imagen de la ciudad	ORDINAL	X			
	Análisis de deficiente actividad recreativa.	ORDINAL	X	X	X	
	Análisis de la deficiente demanda comercial	ORDINAL	X	X	X	
	Análisis del deficiente uso	ORDINAL	X	X	X	
	Sistematización de deficiente sector histórico turístico recreativo	ORDINAL	X		X	
	Sistematización de deficiente sector comercial diversificado	ORDINAL	X		X	
	Sistematización de deficiente gestión municipal	NOMINAL	X	X		X

## 2.6. Método de análisis

Para este punto se utilizaron dos tipos de fichas, la de análisis que corresponde a la actividad recreativa y al uso de suelo; también se utilizó la ficha de análisis cartográfico que sirve para identificar y clasificar el comercio. Todo esto se trabajó para obtener fichas que nos puedan brindar los siguientes datos: identificar los puntos críticos del sector, clasificar el comercio, identificar y organizar los elementos de interrelación, analizar la actividad recreativa, identificar y clasificar los lugares de venta, además de analizar el uso.

Fichas de análisis:

Plaza Mayor de Tarapoto






Usos




Comparativo: Día y noche




ESCALA DE POSTGRADO

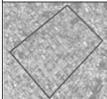
N° de ficha:  
**11**

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Diaz Aberca

Ficha de:  
Análisis de Espacios Públicos

Ubicación:  
Tarapoto



ACCESOS Y CONEXIONES					USOS Y ACTIVIDADES					COMODIDAD E IMAGEN					
	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE		MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE		MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
Continuidad			X		Diversida		X			Estado actual					
Proximidad			X		Activa		X								
Interconexión			X		Especial		X								
Cómodo		X			Útil		X								
Transitable			X		Tradicional		X								
Accesible			X		Festiva			X							
					Sostenible		X								
Variada			X					X							
Amigable			X				X								
Digna		X					X								
Interactiva	X						X								
Acoyadora	X						X								
							X								
							X								

Figura 8: Ficha de análisis del espacio público

Fuente: Elaboración propia

Este modelo de ficha busca analizar el espacio público existente en el sector de estudio, aquí se pueden observar fotos del estado en el que se encuentra, los diferentes tipos de usos que se les viene dando; además se tomó en cuenta cuatro criterios para un análisis más profundo, como son: usos y actividades, sociabilidad, accesos y conexiones, comodidad e imagen tomado de uno de los libros de Gehl (2014) y un artículo de Yassin (2019). En otro modelo de ficha se realizó el análisis y comparativo del estado de los parques. En total las fichas que analizan el espacio público son 3 y una ficha que adicional que ubica y reconoce los equipamientos socio-culturales; para observar todas las fichas, ver el anexo N° 06.

## Fichas de análisis cartográfico:

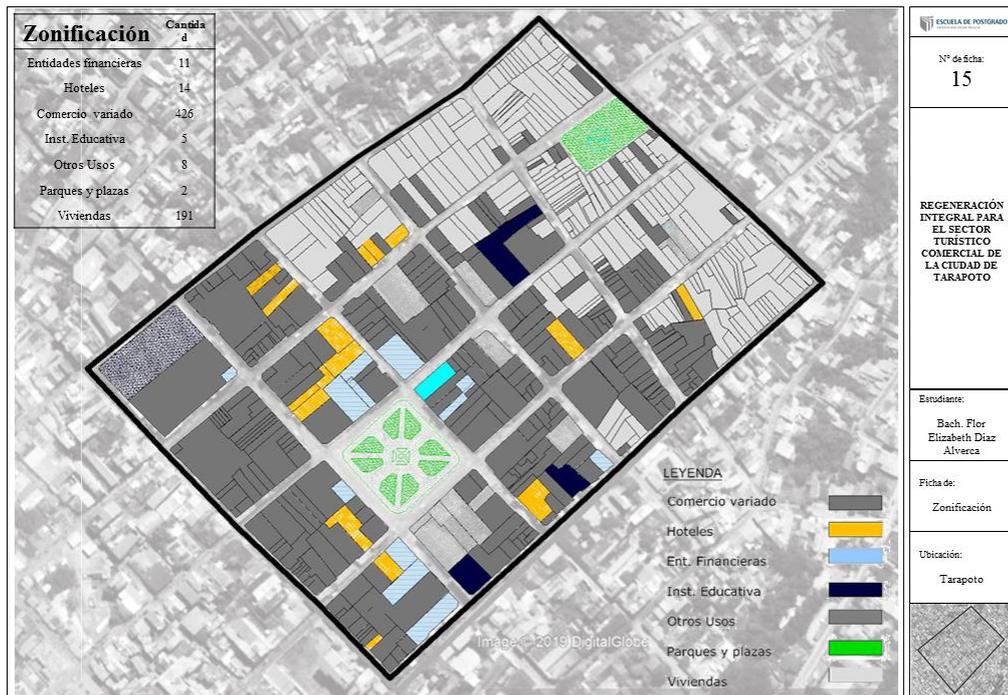


Figura 9: Ficha de análisis cartográfico  
Fuente: Elaboración propia

En estas fichas, se representan planos de zonificación y de usos según el tipo de comercio que se esté ejerciendo, se clasifica de la siguiente manera: entidades bancarias, educación (instituciones privadas), comercios variados (restaurantes, snacks, bares, tiendas de ropa y zapatos, pasamanería, agencias de viajes, agencias de turismo, centros comerciales, etc.), hoteles. También se elaboraron fichas en las que se estudian los flujos viales de día y de noche, la relación de los espacios públicos con los barrios aledaños, y una ficha en la que se analiza los puntos críticos de la ciudad. En total se tiene cinco fichas de análisis cartográfico, ver en anexo N° 07.

### 2.7. Aspectos éticos

En la investigación se utilizaron datos obtenidos del PDU y de la página web de la Municipalidad Provincial de San Martín, también parte de los datos fueron recolectados en la misma zona de estudio, por lo que los datos presentados son veraces.

Por lo tanto, la investigación es original ya que no es copia de otra y es confidencial por ser personal y hecha en confianza de dos expertos.

Se espera que el estudio pueda ser aprovechado y difundido para el aprovechamiento de otros estudios.

### III. RESULTADO

#### 3.1. Sector histórico turístico recreativo

Con el uso de las fichas de recolección de datos y la organización de los mismos, se realiza la siguiente valoración de todo el sector:

Tabla 3: Valoración del sector histórico turístico recreativo

Organización de datos		Criterios de valoración						Organización de indicadores por jerarquía	Valoración			Análisis síntesis	
		Estado			Función				Bajo	Medio	Alto		
		M	R	B	M	R	B						
Situación actual de las manzanas	Identifica			3			2		Usos	5			Valoración del sector turístico comercial
Aspectos	Usos y actividades			2					Análisis de la actividad recreativa	15			
	Comodidad e imagen			1			2						
	Accesos y conexiones			2									
	Sociabilidad			2									
Estado actual	Iluminación			1					Elementos de interrelación	17			
	Mobiliario urbano			1			1						
	Pisos			1									
	Área verde			2									
Equipamientos socio-culturales	Iglesia Matriz			3					Elementos de interrelación	17			
	Plaza Mayor de Tarapoto			2			1						
	Parque Suchiche			2									
	Club Social San Martín			1									
Vías	Trafico rápido y medio de día			2					Elementos de interrelación	17			
	Trafico rápido y medio de noche			2			2						
	Puntos de congestión			2									

Valoración: Bajo: 1-10; medio: 11-20 y alto: 20+

Fuente: Elaboración propia

La investigación está centrada en el sector turístico recreativo de la ciudad de Tarapoto, entonces para la valoración del sector se tomó en cuenta los siguientes aspectos: actividad recreativa, puntos críticos del sector, elementos de interrelación y uso. Se resume en el siguiente gráfico:

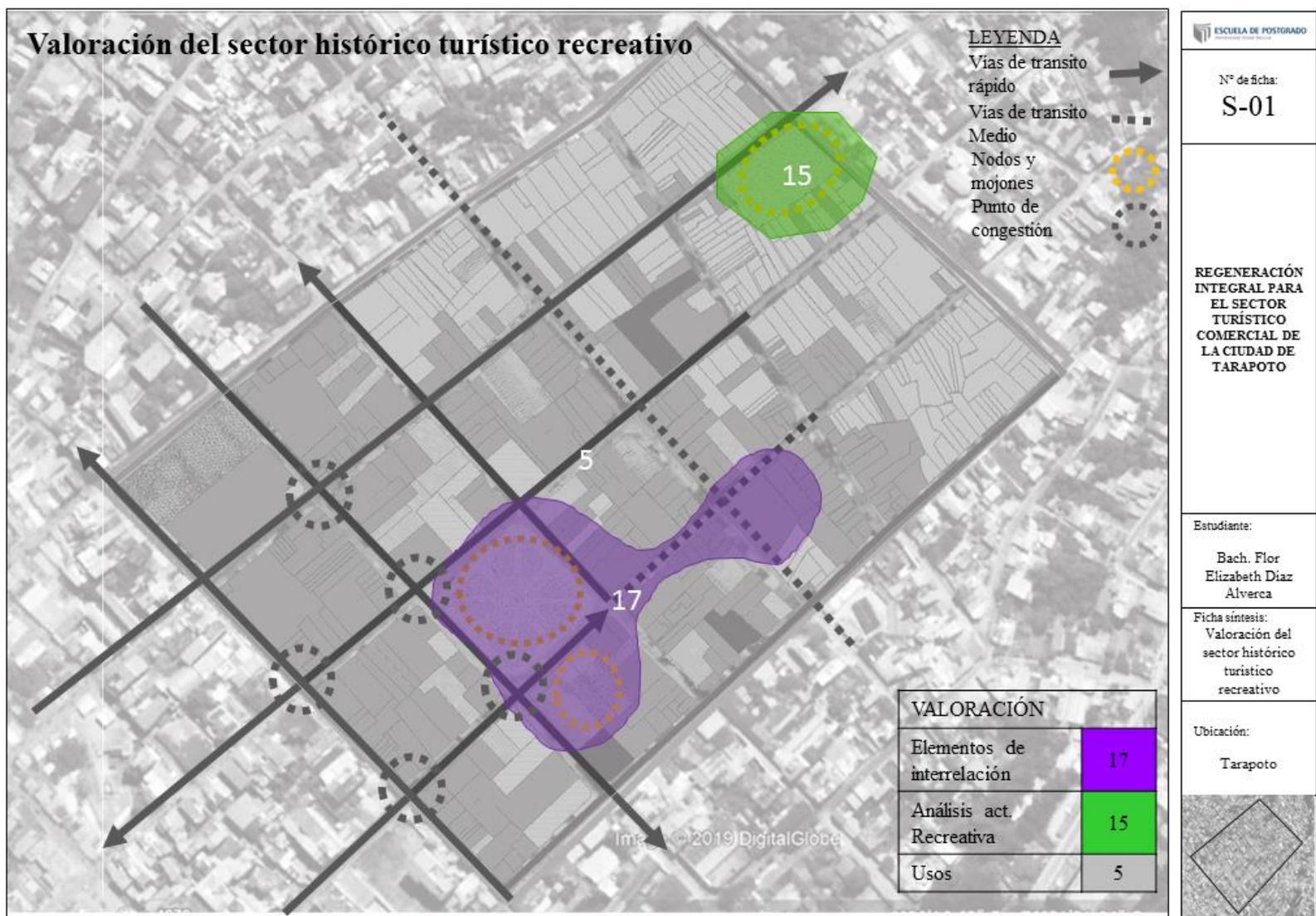


Figura 10: Valoración del sector histórico turístico recreativo  
 Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Sector comercial

Con el uso de las fichas de recolección de datos y la organización de los mismos, se realiza la siguiente tabla del sector comercial:

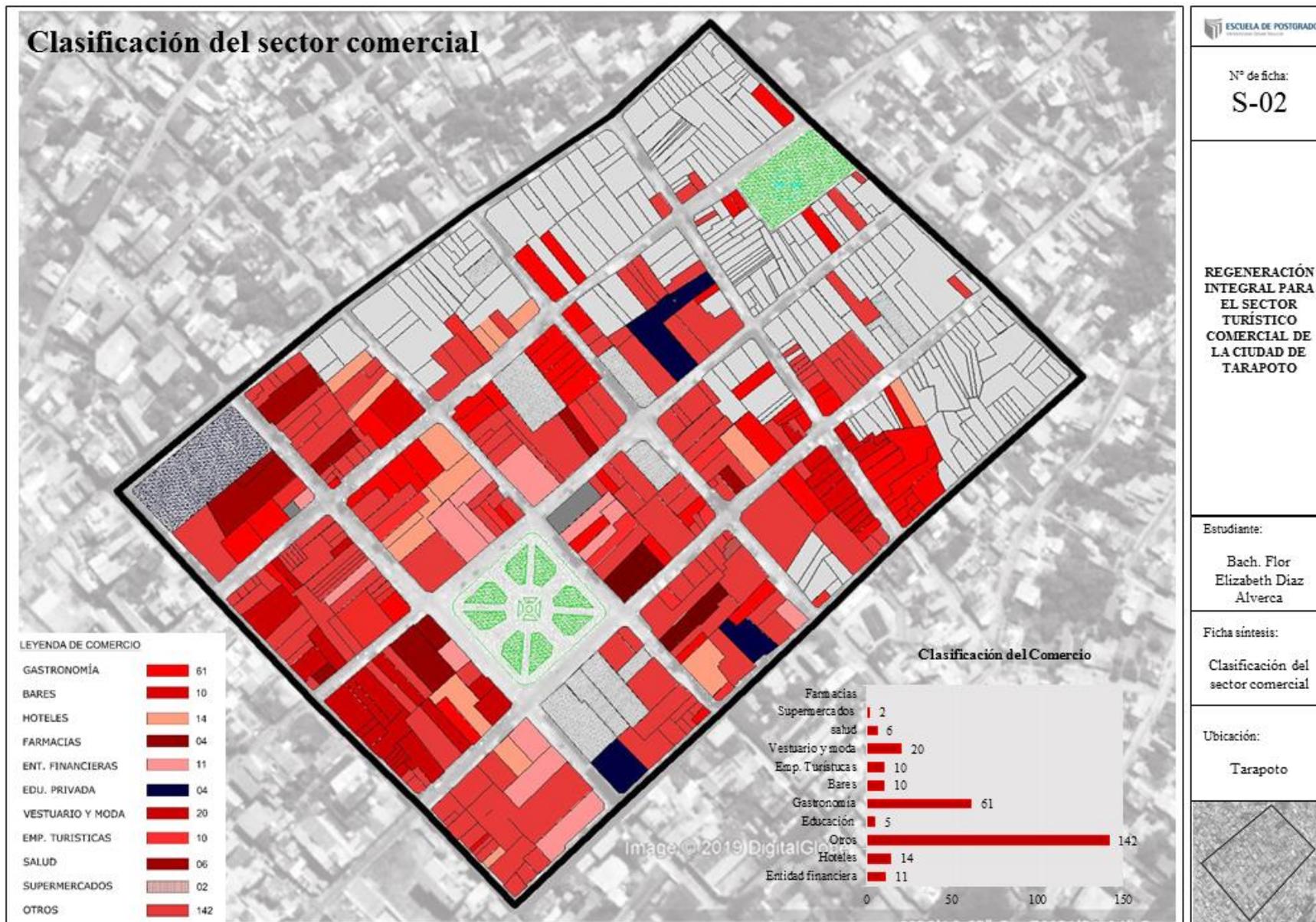
Tabla 4: Organización de datos

Organización de datos		Criterios de valoración		Organización de indicadores por jerarquía	Análisis síntesis
		Importancia	Función		
Situación actual de las manzanas	Residencial	1	2	Identifica tipos de Usos	Clasificación del sector comercial
	Comercio	3			
	Otros usos	1			
	Educación	2			
	Parques	3			
Comercio	Entidades bancarias	3	2	clasifica el comercio	
	Hoteles	2			
	Restaurantes y snacks	3			
	Bares	3			
	Instituciones privadas	1			
	Comercio variado	1			

Fuente: Elaboración propia

En el sector de estudio se encontraron 11 entidades financieras, 14 hoteles, 426 establecimientos comerciales entre restaurantes, bares, supermercados, panaderías, bodegas, tiendas de ropas y zapatos, librerías, etc.; también se encontró 5 instituciones educativas tanto privadas como estatales, 1 parque y 1 plaza mayor; 191 viviendas. Arrojando un 68% de comercio, es decir 449 establecimientos comerciales de 657 que es el total de lotes del sector de estudio.

Esto se resume en el siguiente gráfico:



ESCUELA DE POSTGRADO

Nº de ficha:  
**S-02**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha síntesis:  
Clasificación del sector comercial

Ubicación:  
Tarapoto

Figura 11: Clasificación del sector comercial  
Fuente: Elaboración propia

### 3.3. Gestión municipal

Evaluación de la gestión municipal					
ÁREAS	ROF	ORDENANZAS	SIGUE VIGENTE	CONTRIBUYE	VALORACIÓN
Sub gerencia de promoción del turismo.		Ordenanza N° 026-2018 – MPSM (Código de cuadros de infracciones y sanciones en servicios relacionados al turismo)	✓	NO	1
Sub gerencia de planeamiento, control urbano y catastro.	Planeamiento y control urbano	Ordenanza municipal N° 014-2019 – MPSM (ordenanza que delimita el centro financiero – cultural de Tarapoto)	✓	SI	5
Sub gerencia de promoción de transporte urbano, tránsito y seguridad vial.		Ordenanza municipal N° 013-2019 MPSM (ordenanza que regula e estacionamiento, circulación de vehículos e ingreso de vehículos pesados en el distrito de Tarapoto)	✓	NO	1

PDU 2011	PROYECTOS QUE INVOLUCRAN EL SECTOR DE ESTUDIO	SIGUE VIGENTE	DESARROLLADOS
Capítulo de propuestas	Saneamiento físico y arborización de la Plaza mayor de Tarapoto	✓	NO
	Saneamiento físico y arborización del parque Suchiche	✓	NO
	Reubicación y construcción de la nueva infraestructura de la MPSM ubicada entre los jirones San Martín y Martínez de Compañón, frente a la plaza mayor.	✓	NO
	Remodelación del mercado de artesanos.	✓	NO

ESCUELA DE POSTGRADO

N° de ficha:  
**S-03**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha síntesis:  
Evaluación de la gestión municipal

Ubicación:  
Tarapoto

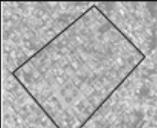
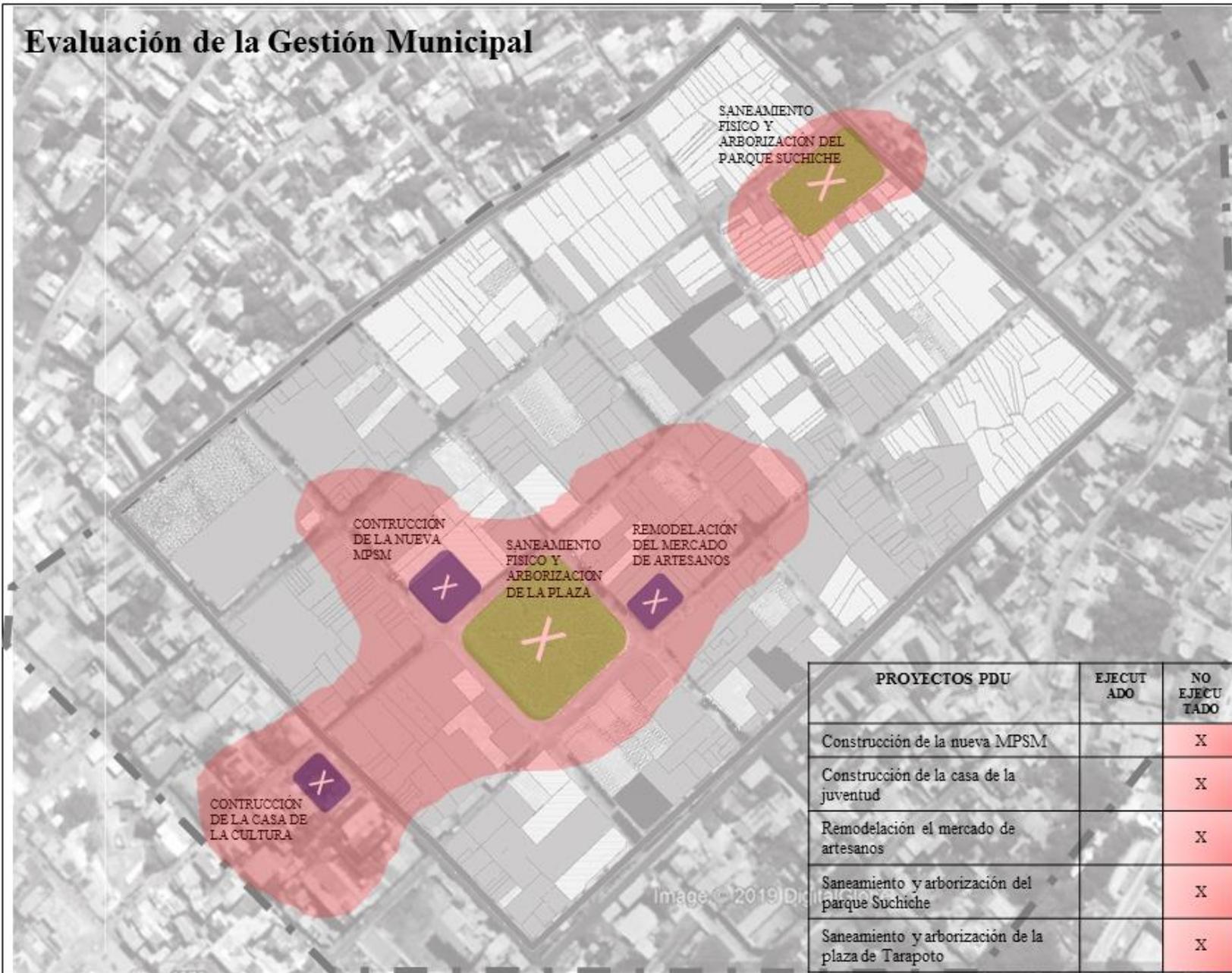


Figura 12: Evaluación de la gestión municipal  
Fuente: Elaboración propia

# Evaluación de la Gestión Municipal



Nº de ficha:  
**S-04**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha Síntesis :  
Evaluación de la Gestión Municipal

Ubicación:  
Tarapoto

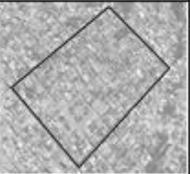


Figura 13: Representación de la evaluación de la gestión municipal

Fuente: Elaboración propia

#### IV. DISCUSIÓN

Tabla 5: Discusión de resultados del sector histórico turístico recreativo

SECTOR HISTÓRICO TURÍSTICO RECREATIVO						
RESULTADOS		TEORIAS		DISCUSIÓN	CONCLUSIÓN DE LA DISCUSIÓN	COMPONENTES PRIMARIOS DE LA PROPUESTA
La Actividad recreativa presenta déficit, por no contar con mobiliario urbano adecuado ni mantenimiento de los espacios recreativos.	Recuperación de centros históricos degradados: mejora de espacios públicos, mobiliario urbano y participación estratégica	Teoría del caos: búsqueda de lo existente Comprender organizar	Teoría de la imagen de la ciudad: sendas, nodos, mojones, equipamientos socio-culturales	Déficit de la actividad recreativa por no contar con mobiliario adecuado ni mantenimiento de los espacios recreativos, contrastándose con la teoría de la recuperación de centros históricos degradados, al no mejorar de manera continua los espacios públicos y mobiliario urbano que busque renovar la imagen, con la participación estratégica de sus actores, acciones que no fueron ejecutadas.	Existe una deficiente recuperación de los espacios por no presentar mejora del mobiliario urbano, espacio público y no existir participación estratégica ciudadana.	Mejoramiento continuo de los espacios públicos, el mobiliario urbano y fomentar la participación estratégica ciudadana.
Presenta deficiencia entre sus Elementos de interrelación al no tener equilibrada distribución entre algunos equipamientos socio-culturales y sendas.	Recuperación de centros históricos degradados: mejora de espacios públicos, mobiliario urbano y participación estratégica	Teoría del caos: búsqueda de lo existente Comprender organizar	Teoría de la imagen de la ciudad: sendas, nodos, mojones, equipamientos socio-culturales	Deficiente interrelación entre los elementos socio-culturales, sendas, nodos y mojones al no tener una equilibrada distribución, oponiéndose a la teoría de la imagen de la ciudad, que busca un equilibrio articulado entre sendas, equipamientos socio-culturales, nodos y mojones.	Desequilibrada distribución entre los elementos de interrelación que se encuentran dentro del sector.	Equilibrar la distribución entre los equipamientos socio-culturales con las sendas, nodos y mojones.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Discusión de resultados del sector comercial

SECTOR COMERCIAL						
RESULTADOS	TEORIAS		DISCUSIÓN	CONCLUSIÓN DE LA DISCUSIÓN	COMPONENTES PRIMARIOS DE LA PROPUESTA	
De 657 lotes de estudio, 449 establecimientos pertenecen al rubro comercial, los mismos que no se encuentran organizados	Recuperación de centros históricos degradados: mejora de espacios públicos, mobiliario urbano y participación estratégica	Teoría del caos: búsqueda de lo existente Comprender organizar	Teoría de la imagen de la ciudad: sendas, nodos, mojones, equipamientos socio-culturales	El 69% de predios en el sector de estudio solo existen como actividad comercial, contrastándose con la teoría del caos, al no cumplir con los procesos de comprensión y organización destinados a la actividad turística.	El sector comercial presenta deficiente organización y en su proceso de comprensión turístico comercial.	Realizar estrategias para generar la comprensión y organización en su actividad turística comercial.
De los 449 establecimientos comerciales 26 pertenecen netamente al rubro turístico	Recuperación de centros históricos degradados: mejora de espacios públicos, mobiliario urbano y participación estratégica	Teoría del caos: búsqueda de lo existente Comprender organizar	Teoría de la imagen de la ciudad: sendas, nodos, mojones, equipamientos socio-culturales	Del total de predios comerciales solo el 6% existen como rubro turístico, contrastando con la teoría del caos al no cumplirse en la comprensión y organización de la actividad turística.	El rubro turístico comercial presenta deficiente comprensión y organización lo que impide generar cambios en su mejora.	Generar estrategias de comprensión y organización para el incremento de la actividad.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Discusión de resultados de la evaluación de la gestión municipal

GESTIÓN MUNICIPAL						
RESULTADOS	TEORIAS		DISCUSIÓN	CONCLUSIÓN DE LA DISCUSIÓN	COMPONENTES PRIMARIOS DE LA PROPUESTA	
Existe solo una ordenanza que identifica y favorece al sector de estudio	Recuperación de centros históricos degradados: mejora de espacios públicos, mobiliario urbano y participación estratégica	Teoría del caos: búsqueda de lo existente Comprender organizar	Teoría de la imagen de la ciudad: sendas, nodos, mojones, equipamientos socio-culturales	Solo se emitió una ordenanza, la cual busca identificar el sector como histórico, contrastándose con la teoría de la recuperación de centros históricos degradados que permite el mejoramiento continuo de los espacios públicos, mobiliario urbano y el trabajo estratégico con los pobladores.	Deficiente gestión al identificar al sector como histórico.	Mejoramiento continuo de los espacios públicos, el mobiliario urbano y fomentar la participación estratégica ciudadana.
Propuestas del PDU no ejecutadas	Recuperación de centros históricos degradados: mejora de espacios públicos, mobiliario urbano y participación estratégica	Teoría del caos: búsqueda de lo existente Comprender organizar	Teoría de la imagen de la ciudad: sendas, nodos, mojones, equipamientos socio-culturales	Las propuestas establecidas en el PDU no fueron ejecutadas, contrastando con la teoría de la recuperación de centros históricos degradados al no cumplir con la regeneración de los espacios públicos, mejoramiento de equipamiento urbano y participación estratégica con los pobladores.	Deficiente aplicación de los instrumentos de gestión por la Municipalidad.	Generar estrategias de desarrollo de capacidades.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Discusión de resultado de la variable independiente

	INDICADORES	UND. MEDIDA	MAPEO	FICHA DE OBSERVACIÓN	REGISTRO FOTOGRÁFICO	ENTREVISTA	CONCLUSIÓN
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> Sector turístico comercial desordenado.	Deterioro urbano	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	El sector presenta deficiencia por tener espacios públicos descuidados, una desequilibrada distribución de equipamientos socio-culturales, comercio diversificado y deficiente gestión municipal.
	Desorden comercial	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Alteración de la imagen de la ciudad	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Deficiente actividad recreativa	NOMINAL	REALIZADO	INCORRECTO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Actividad comercial alterada	ORDINAL	REALIZADO	INCORRECTO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Deficiente uso	NOMINAL	REALIZADO	INCORRECTO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Deficientes centros recreativos	NOMINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Deficientes centros comerciales diversificados	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Deficiente gestión municipal	NOMINAL	REALIZADO	INCORRECTO	INCORRECTO	REALIZADO	

Fuente: Elaboración propia

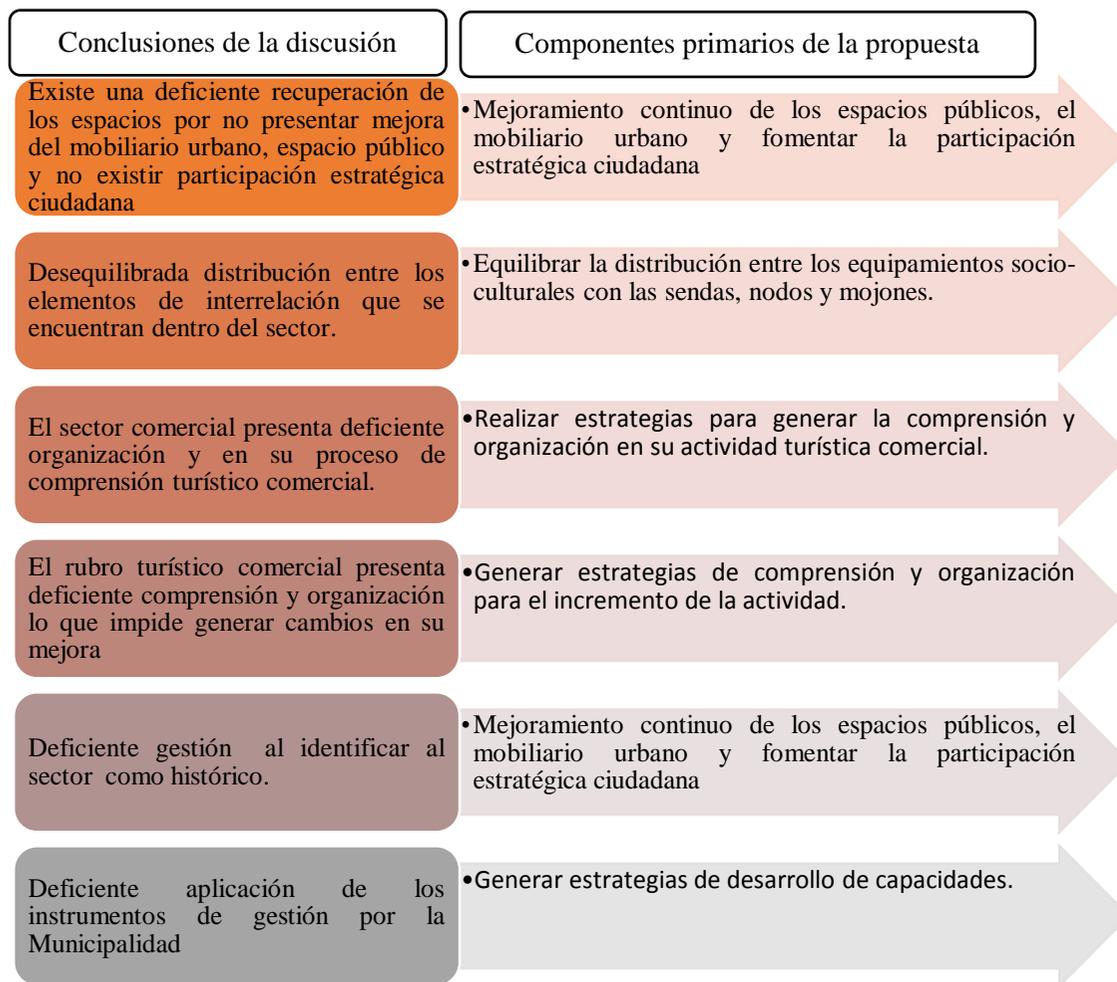
Tabla 9: Discusión de resultados de la variable dependiente

	INDICADORES	UND. MEDIDA	MAPEO	FICHA DE OBSERVACIÓN	REGISTRO FOTOGRÁFICO	ENTREVISTA	CONCLUSIÓN
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> Regeneración integral para el sector turístico comercial	Teoría de la recuperación de centros históricos degradados.	ORDINAL	INCORRECTO	INCORRECTO	INCORRECTO	INCORRECTO	Deficiente conocimiento y aplicación; lo que indica la conveniencia del marco teórico y la propuesta.
	Teoría del caos	ORDINAL	INCORRECTO	INCORRECTO	INCORRECTO	INCORRECTO	
	Teoría de la imagen de la ciudad	ORDINAL	INCORRECTO	INCORRECTO	INCORRECTO	INCORRECTO	
	Análisis de deficiente actividad recreativa.	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	INCORRECTO	
	Análisis de la deficiente demanda comercial	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Análisis del deficiente uso	ORDINAL	REALIZADO	REALIZADO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Sistematización de deficiente sector histórico turístico recreativo	ORDINAL	REALIZADO	INCORRECTO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Sistematización de deficiente sector comercial diversificado	ORDINAL	REALIZADO	INCORRECTO	REALIZADO	INCORRECTO	
	Sistematización de deficiente gestión municipal	NOMINAL	REALIZADO	INCORRECTO	INCORRECTO	REALIZADO	

Fuente: Elaboración propia

## PROPUESTA

El modelo de propuesta de Regeneración Integral para el sector turístico comercial, inicia con los siguientes puntos:



## Modelo de Propuesta Teórica

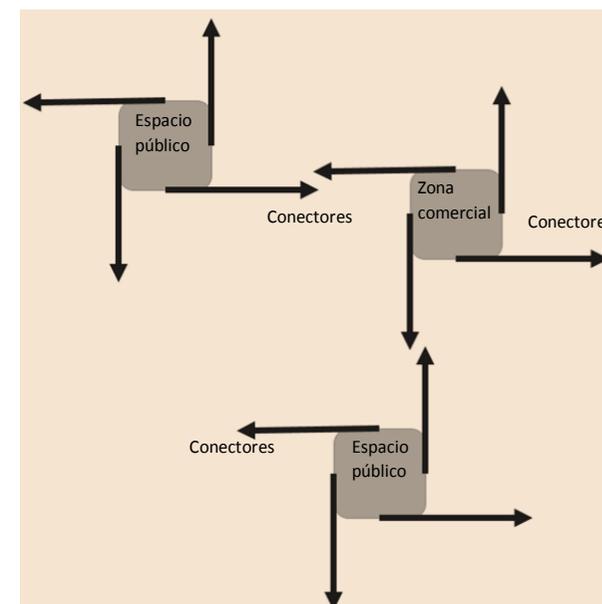


Figura 14: Propuesta teórica

Fuente: Elaboración propia



## **DESARROLLO DEL MODELO DE PROPUESTA**

- El modelo de propuesta apunta a la regeneración integral del sector de estudio y con ello influir en el desarrollo urbano de la ciudad, buscando la participación de la ciudadanía y los diversos actores civiles e institucionales que la conforman.
- Consta de ejes conectores que integran diferentes zonas de la ciudad, brindando mayor dinamismo entre las zonas recreativas y las comerciales, permitiendo al peatón un recorrido continuo por los diferentes puntos que la componen, entre los que destacan la Plaza Mayor y el parque Suchiche, los cuales se volverán espacios versátiles y acogedores en los que las personas pueden interactuar a cualquier hora del día o en razón de alguna festividad. Está propuesta toma en cuenta la construcción de diversos equipamientos, conforme lo estipulado en el PDU vigente, tales como el Palacio Municipal, la "Casa de la cultura", y la remodelación del Mercado de artesanos. Para potenciar el turismo, se realizarán agresivas campañas de publicidad turística y comercial, en las que se expondrán los atractivos de la ciudad y del sector de estudio.
- La imagen de la ciudad se verá transformada, siendo más atractiva, limpia, verde, segura y repotenciando su carácter tradicional, pues estará definida a través de ejes conectores y zonas de encuentro, que se volverán grandes atractores urbanos en la que los distintos barrios podrán congregarse.
- Este proyecto busca ser el punto de partida del cambio dentro de la ciudad, el cual pueda seguir conectándose con diferentes sectores hasta articular por completo la ciudad

A continuación se presentarán los componentes y etapas del proyecto.

# DESARROLLO DEL MODELO DE PROPUESTA

## 1. ESPACIOS COMERCIOALES



## 2. PUNTOS GASTRONÓMICOS Y BARES



## 3. MERCADO DE ARTESANOS



## 4. PUNTOS DE INFORMACIÓN



## 5. REMODELACIÓN DE LA PLAZA Y PARQUE



## 6. CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS



## 7. IMPLEMENTACIÓN DE MOBILIARIO URBANO



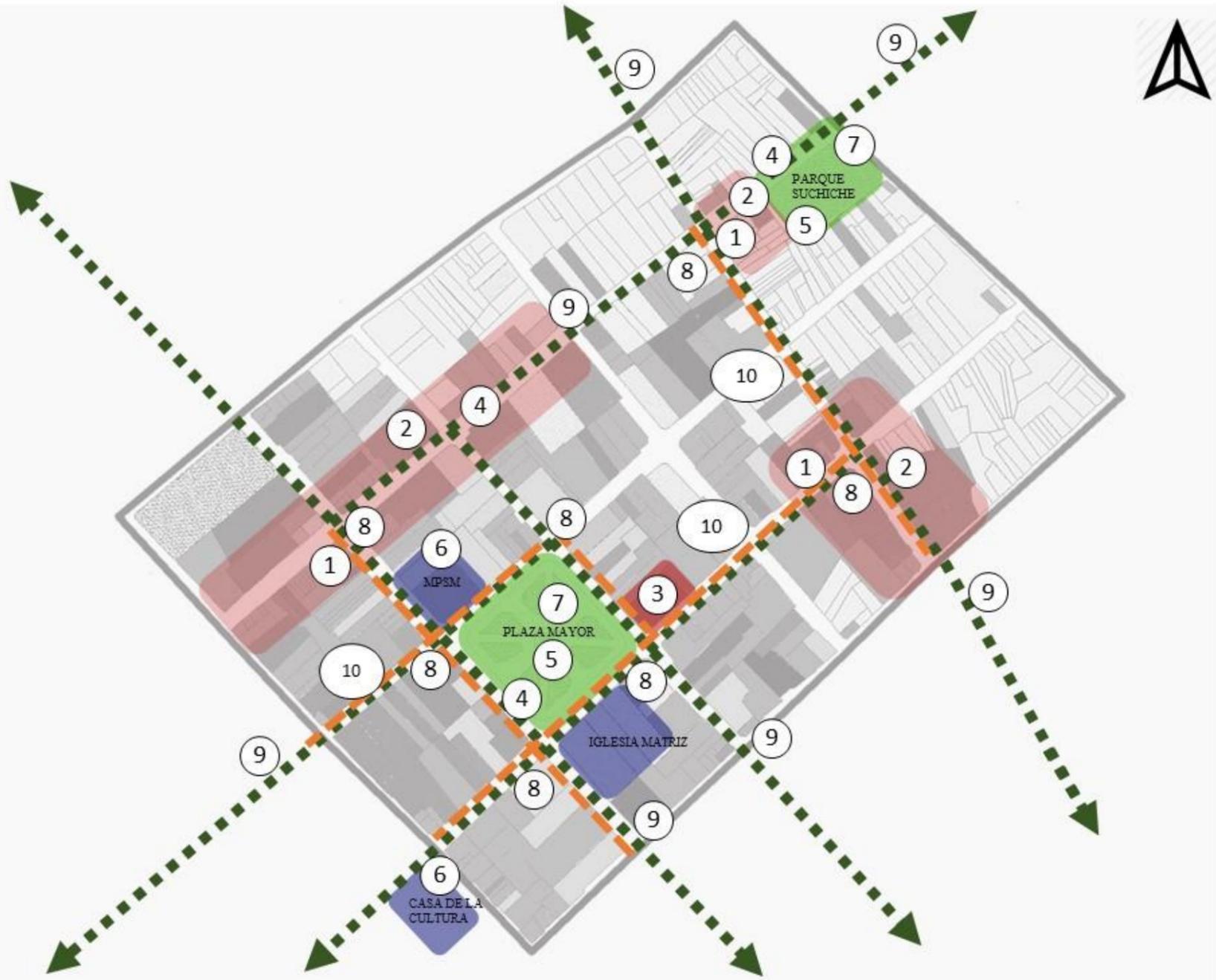
## 8. CRUCES SEGUROS



## 9. VEGETACIÓN



## 10. AMPLIACIÓN PEATONAL



### REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante:

Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:

Espacios Públicos

Ubicación:

Tarapoto

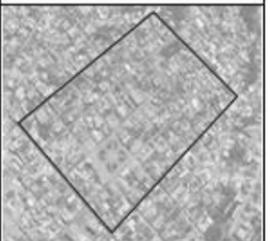


Figura 16. Propuesta  
Fuente: Elaboración propia

## **EJE TURISTICO RECREATIVO**

El desarrollo del eje turístico recreativo se desarrollará en tres etapas; corto, mediano y largo plazo

Corto plazo:

- Se buscará la participación de los ciudadanos, los cuales son los principales actores; con ellos se evaluará las necesidades de los diferentes tipos de usuarios, ya sean personas mayores, niños o con habilidades diferentes.
- Se ampliarán los espacios peatonales, disminuyendo el ancho de los carriles vehiculares.
- Se implementará y/o renovará el mobiliario urbano: tachos de basura, bancas y luminarias del sector.
- Debido a la intensidad solar y el ornato, se incrementará la cantidad y calidad del área verde, colocando árboles a lo largo de las vías que comenzarán a dar forma a la propuesta, creando mayor confort durante el recorrido.
- Implementación de puntos de información turística.
- Evocar la memoria a través de actividades culturales en los parques o en diferentes puntos estratégicos del recorrido.
- Presencia cívica amigable, espacios cuidados y limpios.

Mediano plazo:

- Construcción de veredas y calzadas al mismo nivel, separadas por bolardos o el mismo mobiliario para un tránsito vehicular mucho menos recurrente, y que en determinados horarios o fechas sirva plenamente como vía peatonal cubiertas por las copas de los árboles propuestos.
- Remodelación de la Plaza Mayor y el Parque Suchiche, creando espacios multifuncionales, acogedores e interactivos.
- Integración estratégica entre los paraderos de transporte público y el acceso a los espacios públicos.

Largo plazo:

- Se reforzará la trama de todo el sector con alineación de fachadas, y colores que representen a la ciudad.
- Construcción del Palacio Municipal.
- Construcción de la Casa de la cultura.

# EJES TURISTICOS RECREATIVOS

Implementación y mejoramiento del mobiliario urbano



Ampliación de la zona peatonal y mitigación de la velocidad



Veredas y calles al mismo nivel



Construcción de las obras propuestas



Implementar puntos de información



Mantenimiento continuo



Vegetación a lo largo de las calles



Mejoramiento de los espacios públicos



Fomentar la participación estratégica ciudadana



Evocar la memoria



Espacios activos



Nº de ficha:  
**P-03**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Espacios Públicos

Ubicación:

Tarapoto

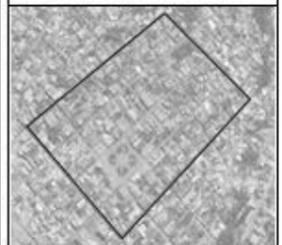


Figura 1/: Ejes turísticos recreativos  
Fuente: Elaboración propia

## **EJES COMERCIALES:**

El desarrollo de los ejes comerciales se verá reflejado en dos etapas: corto y mediano plazo. El comercio estará integrado por los ejes vistos en la lámina anterior, ya que tanto el componente turístico recreativo y comercial se potencian mutuamente para hacer más atractivo el sector.

### **Corto plazo:**

- Generar participación ciudadana de manera estratégica junto a los comerciantes para el incremento de la actividad comercial y turística.
- Buscar alianzas estratégicas con universidades, institutos, colegios profesionales, gobiernos locales y nacionales, entre otros que permitan que los comerciantes del sector puedan repotenciar la calidad de sus productos, ya sean gastronómicos, artesanales, etc.
- Oferta de nuevos recorridos turísticos-culturales.

### **Mediano Plazo:**

- Implementación de determinadas actividades culturales y comerciales en sectores puntuales que hagan uso temporal de la vía pública, incentivando el descanso y el disfrute de la cultura o gastronomía al paso (como consumo de café, helados, estatuas vivientes, etc.).
- Realización de manifestaciones culturales o gastronómicas dentro de bares y restaurantes, ya sean danzas, representaciones teatrales, conciertos, entre otros, que inviten al turista a quedarse más tiempo.
- Remodelación del mercado de artesanos.

## EJES COMERCIALES

Participación estratégica junto a los comerciantes para el incremento de la actividad comercial y turística.



Mantener las zonas limpias



Presencia cívica amigable



Implementar de puntos de información turística y promoción de paquetes turísticos.



Generar espacios que sirvan como atractores para incrementar el comercio.



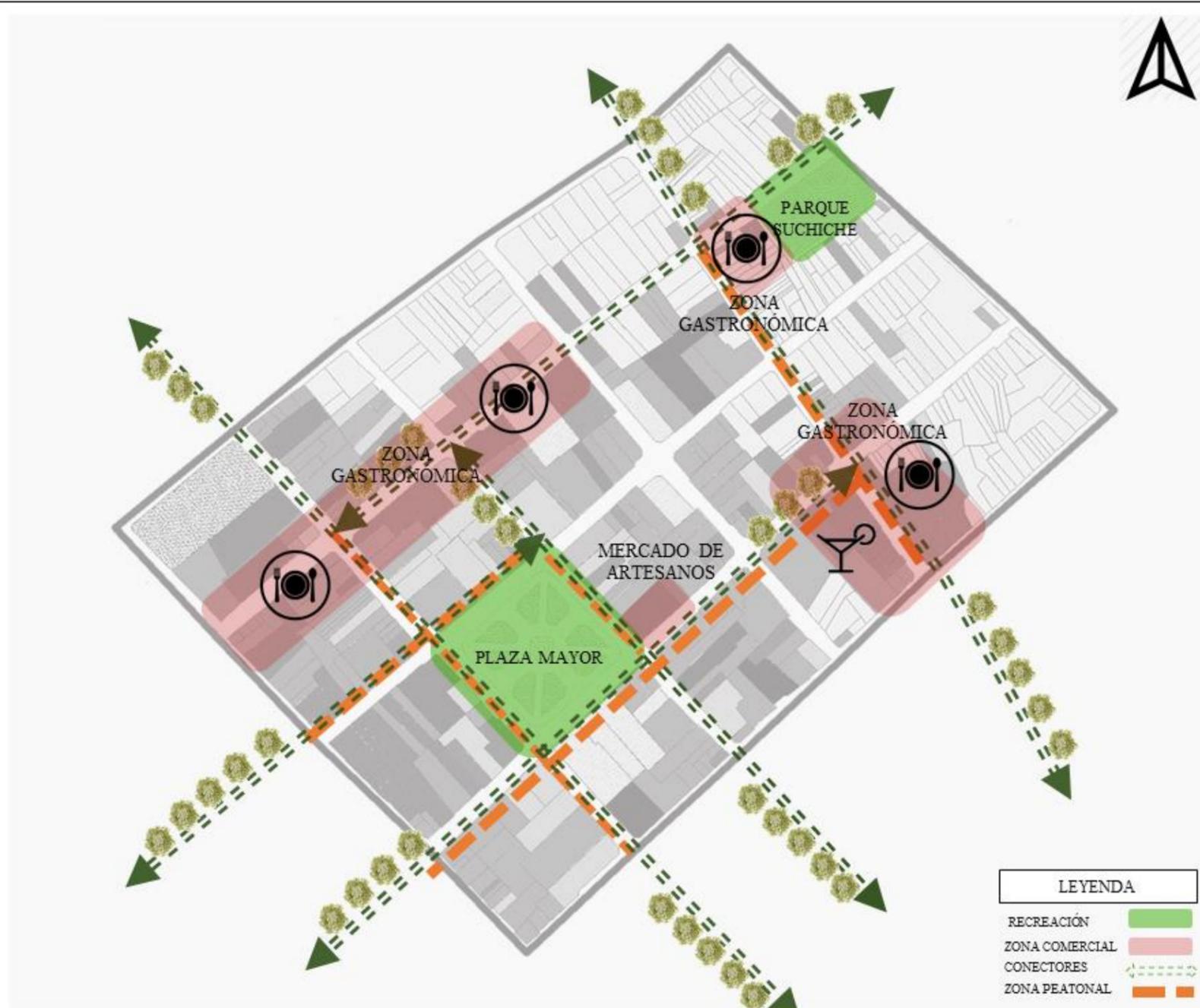
Implementación de espacios para el comercio en las calles



Activación de los puntos gastronómicos y bares



Remodelación del mercado de artesanos



### REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante:

Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:

Espacios Públicos

Ubicación:

Tarapoto

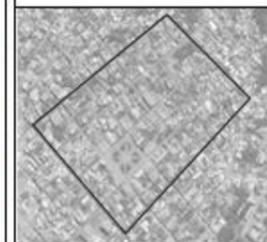


Figura 18: Ejes comerciales  
Fuente: Elaboración propia

## V. CONCLUSIONES

1. Como resultado de la investigación se encontró que el sector comercial presenta deficiente organización, además presenta un bajo porcentaje de desarrollo en el rubro turístico, el cual sólo representa el 6% del total del comercio estudiado dentro del sector por lo que no se puede incrementar la actividad turística.
2. En otro aspecto de la investigación se obtuvo que no ha habido una constante y adecuada recuperación de espacios públicos debido, principalmente, a una deficiente planificación municipal, lo que se manifiesta en una desequilibrada distribución entre los elementos de interrelación y un comercio desorganizado que desatiende el rubro turístico.
3. La evaluación también arrojó una deficiente gestión al identificar el sector como histórico, ya que a la actualidad sólo se cuenta con una ordenanza que respalda el sector estudio como histórico; además existe una deficiente aplicación de los instrumentos de gestión.
4. Como resultado final de la investigación se planteó un modelo de propuesta que promueve la regeneración integral del sector en estudio, pudiendo ser aplicado hacia el resto de la ciudad, fomentando la participación estratégica entre todos los actores de la dinámica urbana; además los dos ejes propuestos, tanto el turístico-recreativo como el comercial, se complementan mutuamente y sirven como vías integradoras entre la zona de estudio y el resto de la ciudad

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. La municipalidad debe liderar comités de participación ciudadana que incluyan a todos los actores de la zona de estudio, mediante reuniones de coordinación y sensibilización que les permita aportar y ser parte de la propuesta de mejora de la ciudad.
2. Se debe promover la organización de los comerciantes en asociaciones para que puedan lograr mejores estrategias en conjunto que les permitan incrementar el desarrollo económico del sector.
3. Tanto el gobierno municipal como el regional deben realizar alianzas estratégicas con otras instituciones públicas y con el sector privado que permitan financiamientos y mejoras en la promoción del turismo de la ciudad a nivel nacional e internacional.
4. Promover el desarrollo de capacidades de los trabajadores municipales, en convenio con los colegios profesionales de la ciudad.
5. La municipalidad debe encaminar sus esfuerzos en el cumplimiento de los proyectos de equipamiento urbano y otras normativas indicadas en su Plan de desarrollo urbano.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Barros, A. P., Martínez, L. M., & Viegas, J. M. (2017). How urban form promotes walkability? *ScienceDirect*, 8.
- Bedoya, P. P. (2007). *La calidad físico espacial del sistema de espacios públicos y su incidencia en el hábitat*. Medellín .
- Boisen, M., Terlouw, K., & Grootte, P. (2018). Reframing place promotion, place marketing, and place branding - moving beyond conceptual confusion. *Cities*, 7.
- Borja, J., & Muxí, Z. (2000). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Carolina Mateo Cecilia. (2015). *Guía de Estrategias de Regeneración Urbana*. Valencia: Instituto Valenciano de la Edificación.
- Centro cultural Fernando Lázaro Carrete, C. (2016). *Jornadas de trabajo/ REGENERACIÓN URBANA*. Madrid.
- EC. (2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/victoria-luce-gamarra-prohibicion-comercio-ambulatorio-fotos-noticia-nndc-608337>
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Guerra, J. C. (2009). *Prácticas de comunicación en los espacios colectivos del hábitat urbano. Análisis comparativo del parque Berrío y parque de los Pies Descalzos*. Medellín .
- Habitat, O. (mayo de 2019). *ONU Habitat*. Obtenido de Siete beneficios de los árboles urbanos: <http://onuhabitat.org.mx/index.php/siete-grandes-beneficios-de-los-arboles-urbanos>
- Hwang, K. H. (2014). Finding Urban Identity through Culture-led Urban. *Journal of Urban Management*, 19.
- Hwang, K. H. (2014). Finding Urban Identity through Culture-led Urban Regeneration. *ournal of Urban Management* , 19.
- Kothencz, G., & Blaschke, T. (2017). Urban parks: Visitors' perceptions versus spatial indicators. *Land Use Policy*, 12.
- Linch, K. (2008). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, SL,.
- Lucarelli, A. (2018). Place branding as urban policy: the (im)political place branding. *Cities*, 9.
- Mao, X., Huang, X., Song, Y., & Tan, Q. (2019). Response to urban land scarcity in growing megacities: Urban containment or inter-city connection? *Cities*, 10.
- Martí, P., Estrada, L. S., & Cirugeda, A. N. (2017). Using locative social media and urban cartographies to identify and locate successful urban plazas. *Cities*, 12.
- Martí, P., Mayor, C. G., & Estrada, L. S. (2019). Identifying opportunity places for urban regeneration through LBSNs. *Cities*, 16.
- Martinez, L. E. (2017). *Estrategias de intervención en los espacios públicos para mejorar la calidad de vida urbana. Caso Urb. Santa Margarita, Piura-2017*. Piura.
- Marton, A. (2019). *ArchDaily*. Obtenido de <<https://www.archdaily.pe/pe/787066/onu-alerta-sobre-disminucion-de-espacios-publicos-en-las-ciudades>> ISSN 0719-8914
- MINCETUR. (2017). *ESTADÍSTICAS DE TURISMO*.
- Muñoz, O. (2019). *La Vanguardia*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20190318/461083674799/turismo-turistas-barcelona.html>

- ACTO. (2013). *Urban Street Desing Guide*. New York.
- NACTO. (2017). *Blueprint for autonomus urbanism*. New York.
- Navarro, R. (2016). *LA Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vivo/ciudad/20160805/403688378255/ciudad-caminable-peatonal-diseno-urbanistico>.
- NU. (2016). HÁBITAD III. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre la vivienda y el desarrollo urbano sostenible* (pág. 9). Quito: FEMUN LAC.
- ONU. (2016). *La ciudad que necesitamos 2.0 Hacia un nuevo paradigma urbano*. ONU Habitat.
- ONU. (octubre de 2018). *ONU Habitat*. Obtenido de <https://onuhabitat.org.mx/index.php/claves-para-el-espacio-publico>
- ONU. (2018). *ONU Habitat*. Obtenido de <https://onuhabitat.org.mx/index.php/manual-de-calles-diseno-vial-para-ciudades-mexicanas>
- ONU. (4 de enero de 2018). *ONU Habitat* . Obtenido de <https://onuhabitat.org.mx/index.php/el-espacio-publico-componente-clave-de-una-ciudad-sostenible>
- RAE. (2018). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es>
- Rastyapina, O., & Korosteleva, N. (2016). Urban Safety Development Methods. *ScienceDirect*, 7.
- Romanelli, L. (2006). Teoría del caos en los sistemas biológicos. *Revista argentina de cardiologia* , 478-482.
- Samperi, R. (1991). Metodología de la investigación. Edo. de México.
- Sanderson, D. (2019). Coordination in urban humanitarian response. *Progress in Disaster Science*, 4.
- Spaces, P. f. (2018). *www.pps.org*. Obtenido de <https://www.pps.org/article/grplacefeat>
- Unicef. (2018). *Ciudades amigas*. Obtenido de <https://ciudadesamigas.org/ciudades-vivas-la-infancia-urbana-eje-la-sostenibilidad-del-futuro/>
- Urbanismo, M. d. (2017). *La dimensión humana en el espacio público: Recomendaciones para el análisis y diseño*. Santiago de Chile.
- Vargas, M. U. (2016). *Modelo de análisis sistémico de crecimiento entrópico para la gestión del suelo urbano en la ciudad de Casma*. Trujillo.
- Valencia, N. (2019). *ArchDaily*. Obtenido de <<https://www.archdaily.mx/mx/914948/que-criterios-determinan-un-buen-espacio-publico>> ISSN 0719-8914
- Vargas, E. (23 de mayo de 2019). *Perú21*. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/gamarra-empresarios-esperan-aumentar-30-ventas-retiro-ambulantes-nndc-464999>
- Yassin, H. H. (2019). Livable city: An approach to pedestrianizationthrough tactical urbanism. *Alexandria Engineering Journal*, 9.
- Ye, L., & Bjorner, E. (2018). Linking city branding to multi-level urban governance in Chinese mega-cities: A case study of Guangzhou. *Cities*, 8.
- Zurita, O. P. (2017). *Aproximación crítica al modelo de centralidades urbanas: Consideraciones para el diseño de espacios públicos de inclusión de un corredor verde, parque lineal Caupicho , Sur de Quito*. Quito.

## ANEXOS

### Anexo 01: Diseño de investigación

#### PROBLEMÁTICA

SE OBSERVA	DEBIDO A ...	LO QUE OCASIONA	CONSECUENCIAS	PROPOSITO
MAYOR ACTIVIDAD NOCTURNA EN LOS PARQUES PRINCIPALES DE LA CIUDAD	PUNTOS IMPORTANTES DE LA CIUDAD	CENTROS RECREATIVOS PRINCIPALES	CENTRO TURÍSTICO COMERCIAL DESORDENADO	REDUCCIÓN DE LA DINÁMICA TURISTICO COMECIAL
DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDAD COMERCIAL	POR SER CENTRALIDAD COMERCIAL	CENTROS COMERCIALE DIVERSIFICADOS		
CONGESTIÓN VEHICULAR POR MOTOTAXIS	DEMANDA DE MOTOTAXIS POR PARTE DE LA POBLACIÓN	DESORGANIZACIÓN POR PARTE DE LAS AUTORIDADES		
COMERCIO ESPECIALIZADO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS EN LA CALLE DE LAS PIEDRAS	DEMANDA DE BEBIDAS ALCOHOLICAS POR PARTE DE LA POBLACIÓN Y TURISTAS			
PARQUES PRINCIPALES DESCUIDADOS	ABANDONO POR PARTE DE LAS AUTORIDADES Y POBLACIÓN			

## Anexo 02: Fichas de observación: Situación actual

Manzana N° 01									
N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES-SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACIÓN	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07								X	
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12								X	
13								X	
14								X	
15								X	
16								X	
17								X	
18								X	
19								X	
20								X	
21								X	
22			X						
23								X	
31		X							

Manzana N° 02									
N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES-SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACIÓN	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02								X	
03								X	
04			X						
05			X						
06								X	
07								X	
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12								X	
13		X							
14								X	
15								X	
16								X	
17								X	
18		X							
19								X	
20								X	
21			X						
22								X	
23								X	
38								X	

N° de ficha:  
**01**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

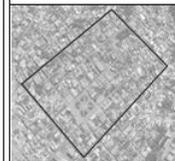
**Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca**

Ficha de:

**Situación actual**

Ubicación:

**Tarapoto**





Manzana N° 03



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVENDAS	PARQUES
01								X	
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07		X							
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12								X	
13								X	
14								X	
15								X	
16								X	
17								X	
18								X	
19								X	
...								X	
38			X						
39			X						
40		X							
41		X							
42		X							



Manzana N° 04



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVENDAS	PARQUES
01				X					
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07								X	
08		X							
09					X				
10					X				
11								X	
12								X	
13								X	
...								X	
50				X					
51				X					
52				X					
53			X						
54			X						
55			X						
56			X						
57			X						
58			X						
59			X						
60			X						

N° de ficha:  
**02**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

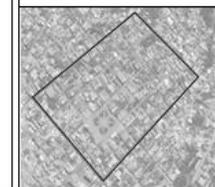
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Manzana N° 05



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01								X	
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07								X	
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12		X							
13								X	
14								X	
15								X	
16								X	
17								X	
18								X	
19								X	
20			X						
21								X	
22			X						

Manzana N° 06



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01			X						
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06		X							
07		X							
08								X	
09		X							
10						X			
11			X						
12								X	
13								X	
14		X							
15		X							
16		X							
17						X			
18		X							
19							X		
20		X							

N° de ficha:

03

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante:

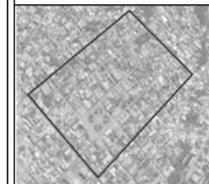
Bach. Flor Elizabeth Diaz Averka

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Nº de ficha:  
**04**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

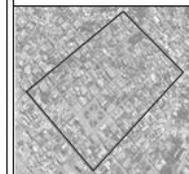
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Manzana N° 07



Nº lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTE - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07								X	
08			X						
09								X	
10								X	
11			X						
12			X						
13			X						
14			X						
15								X	
16								X	
17			X						
18					X				
19		X							
20		X							
21		X							
22		X							
24		X							
25		X							
26		X							



Manzana N° 08



Nº lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTE - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02			X						
03		X							
04				X					
05				X					
06				X					
07				X					
08				X					
09		X							
10			X						
11			X						
12		X							
13		X							
14		X							
15		X							
16									X
17			X						
18								X	
19								X	
20								X	
21								X	



Manzana N° 09



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARÉS	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01								X	
02								X	
03								X	
04								X	
05								X	
06								X	
07								X	
08								X	
09								X	
10								X	
11								X	
12								X	
13								X	
14								X	
15								X	
16								X	
17					X				
18		X							
19					X				
20			X						
21		X							
22		X							
23								X	
24								X	
25								X	



Manzana N° 10



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARÉS	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01			X						
02		X							
03							X		
04			X						
05			X						
06			X						
07			X						
08			X						
09		X							
10		X							
11		X							
12		X							
13		X							
14		X							
15		X							
16		X							
17		X							
18	X								
19		X							
20		X							
21		X							
22		X							
23		X							

N° de ficha:  
**05**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Nº de ficha:  
**06**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

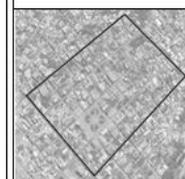
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Manzana N° 11



Nº lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02			X						
03	X								
04			X						
05							X		
06		X							
07		X							
08		X							
09		X							
10		X							
11							X		
12			X						
13		X							
14		X							
15		X							



Manzana N° 12



Nº lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02		X							
03							X		
04		X							
05		X							
06	X								
07		X							
08						X			
09		X							
10		X							
11		X							
12					X				
13			X						
14			X						
15			X						
16		X							
17		X							
18		X							
19		X							
20		X							
21		X							
22		X							
23		X							
24		X							

N° de ficha:

07

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

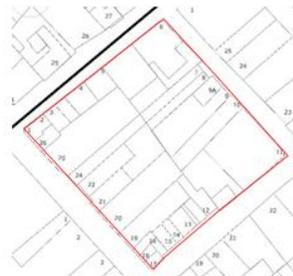
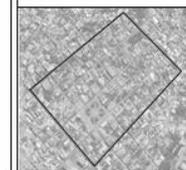
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Manzana N° 13



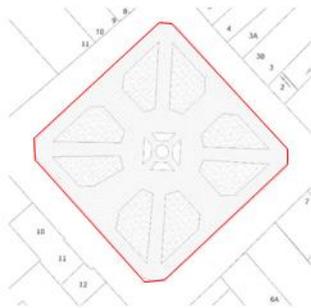
N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTE - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02		X							
03		X							
04		X							
05		X							
06		X							
07					X				
08					X				
09		X							
10					X				
11				X					
12									
13			X						
14			X						
15			X						
16			X						
17			X						
18		X							
19		X							
20		X							
21		X							
22		X							
24		X							
25		X							
26		X							



Manzana N° 14



N° lote	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTE - SNACK	BARES	HOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01					X				
02					X				
03	X								
04		X							
05			X						
06		X							
07			X						
08		X							
09		X							
10	X								
11	X								
12		X							
13			X						
14		X							
15			X						
16		X							
17		X							
18			X						
19			X						
20			X						
21		X							
22			X						



Manzana N° 15



	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARRES	MOTEL	EDUCACIÓN	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01									X
02									
03									
04									
05									
06									
07									
08									
09									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									



Manzana N° 16



	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARRES	MOTEL	EDUCACIÓN	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01			X						
02		X							
03		X							
04		X							
05						X			
06							X		
07		X							
08		X							
09		X							
10		X							
11		X							
12		X							

N° de ficha:  
**08**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

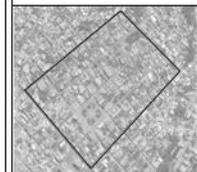
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



Nº de ficha:

09

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

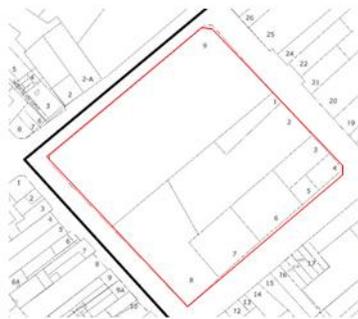
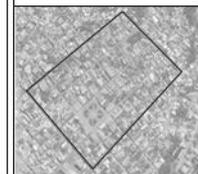
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

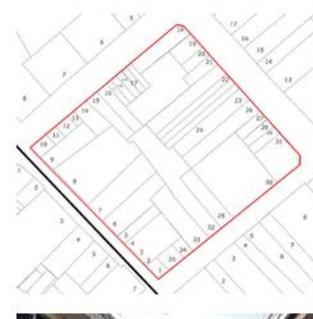
Tarapoto



Manzana N° 17



	ENT. FINANCIERAS	VARJOS	RESTURANTE - SNACK	BARES	MOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02		X							
03		X							
04	X								
05			X						
06			X						
07		X							
08		X							
09						X			



Manzana N° 18



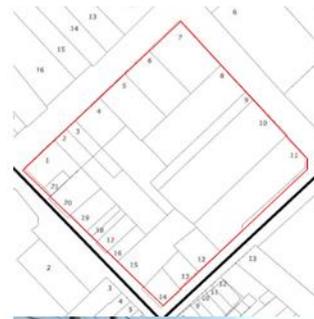
	ENT. FINANCIERAS	VARJOS	RESTURANTE - SNACK	BARES	MOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02		X							
03		X							
04		X							
05		X							
06		X							
07		X							
08		X							
09		X							
10		X							
11		X							
12		X							
13		X							
14		X							
15			X						
16		X							
17		X							
18		X							
19		X							
20		X							
21		X							
...		X							
29			X						
30		X							
31			X						



Manzana N° 19



	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	MOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02		X							
03		X							
04		X							
05		X							
06		X							
07		X							
08		X							
09		X							
10	X								
11		X							
12		X							
13					X				
14		X							
15		X							
16		X							
17		X							
18		X							
19		X							
20		X							
21		X							
22		X							
23		X							
...		X							
27		X							



Manzana N° 20



	ENT. FINANCIERAS	VARIOS	RESTURANTES - SNACK	BARES	MOTEL	EDUCACION	OTROS USOS	VIVIENDAS	PARQUES
01		X							
02		X							
03			X						
04		X							
05		X							
06					X				
07	X								
08	X								
09		X							
10		X							
11	X								
12		X							
13		X							
14		X							
15		X							
16					X				
17		X							
18		X							
19		X							
20		X							
21		X							

N° de ficha:  
**10**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:

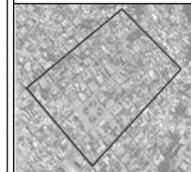
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Situación actual

Ubicación:

Tarapoto



**Anexo 03: Entrevista Anexo**

**ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

La entrevista presenta una serie de preguntas que ayudarán a la investigación en el punto en que se habla sobre la gestión municipal, de esta manera permitir que la propuesta que se establezca en la investigación este enriquecida.

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo laboral: \_\_\_\_\_ Institución: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora inicio: \_\_\_\_\_ Hora finalización: \_\_\_\_\_

1. Describa brevemente de qué manera la gestión piensa trabajar la parte céntrica de la ciudad.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Explique si conoce la teoría de la recuperación de centros degradados y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. Explique si conoce la teoría del caos y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. Explique si conoce la teoría de la imagen de la ciudad y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Nombre del Entrevistado: Claudia Orihuela

Cargo laboral: Sub Gerente de Edu. Cultura y Deporte    Institución: MPSM

Fecha: 06-07-19    Hora inicio: 11:15 a.m.    Hora finalización: 11:30a.m.

1. Describa brevemente de qué manera la gestión piensa trabajar la parte céntrica de la ciudad.

Parte del sistema de la recuperación del centro de la ciudad empieza con la construcción de una nueva plaza de armas la cual tenga identidad con respecto al entorno en el que se encuentra, donde se pueda desarrollar actividades culturales. También se piensa hacer el alineamiento de las fachadas y utilizar los mismos colores; y se piensa hacer la construcción del palacio municipal frente a la plaza mayor.

2. Explique si conoce la teoría de la recuperación de centros degradados y si la municipalidad la aplica.

Desconozco la teoría.

3. Explique si conoce la teoría del caos y si la municipalidad la aplica.

Desconozco la teoría. Pero si hablamos del caos podemos ver varios puntos de caos. Uno de ellos es el tráfico, la falta de vías peatonales, no hay armonía con respecto a las fachadas en el centro de la ciudad.

4. Explique si conoce la teoría de la imagen de la ciudad y si la municipalidad la aplica.

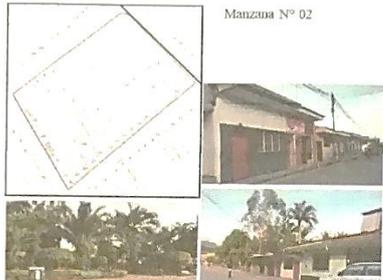
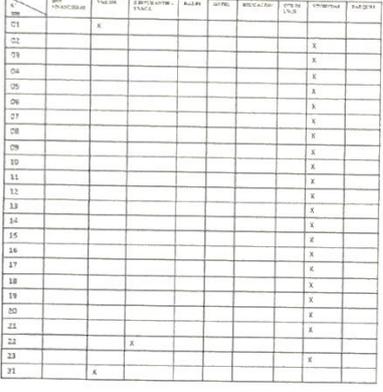
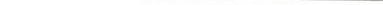
Desconozco la teoría. Pero la municipalidad trata de cuidar la identidad de la ciudad en su centro y es por eso que se está haciendo estas propuestas mencionadas anteriormente.

## Anexo N° 04: Validación de datos

### MATRIZ DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

**TITULO DE LA TESIS:** “Regeneración integral para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto, San Martín”

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Ficha de observación

Manzana N° 01		Manzana N° 02		FICHA DE OBSERVACIÓN	
				N° de ficha: <b>01</b>	
REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO		REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO		Estudiante: Bach. Flor Elizabeth Diaz Alvarez	
Tarapoto		Tarapoto		Ubicación: Tarapoto	
				Fecha de: Situación actual	
				Ubicación: Tarapoto	

#### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Relación con la hipótesis		Relación con la formulación		Relación con los objetivos		Relación con las variables	
<input checked="" type="checkbox"/>	NO						

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** INDICADOR (Encuestas y Fichas técnicas)  
**OBJETIVO:** Recolección de la información necesaria del sector turístico comercial

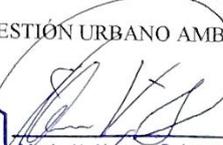
**DIRIGIDO A:** Población (lotes del sector turístico comercial)

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				<input checked="" type="checkbox"/>

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** MARIO ULДАРICO VARGAS SALAZAR

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** MAESTRO EN GESTIÓN URBANO AMBIENTAL.

  
 Mario U. Vargas Salazar  
 ARQUITECTO C.A.P. 7064

**TITULO DE LA TESIS:** "Regeneración integral para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto, San Martín"

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Entrevista

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo laboral: \_\_\_\_\_ Institución: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora inicio: \_\_\_\_\_ Hora finalización: \_\_\_\_\_

1. Describa brevemente de qué manera la gestión piensa trabajar la parte céntrica de la ciudad.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2. Explique si conoce la teoría de la recuperación de centros degradados y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

3. Explique si conoce la teoría del caos y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

4. Explique si conoce la teoría de la imagen de la ciudad y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Relación con la hipótesis		Relación con la formulación		Relación con los objetivos		Relación con las variables	
<input checked="" type="checkbox"/>	NO						

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: INDICADOR (Encuestas y Fichas técnicas)

OBJETIVO: Recolección de la información necesaria del sector turístico comercial

DIRIGIDO A: Gerentes y sub gerentes municipales

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				<input checked="" type="checkbox"/>

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: MARIO ULDARICO VARGAS SALAZAR

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAESTRO EN GESTIÓN URBANO AMBIENTAL.



Mario U. Vargas Salazar  
 ARQUITECTO C.A.P. 7064

**TITULO DE LA TESIS:** “Regeneración integral para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto, San Martín”  
**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Ficha de observación

Manzana N° 01		Manzana N° 02																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>N°</th> <th>BT</th> <th>TAREA</th> <th>REGISTRANTE</th> <th>FECHA</th> <th>UBICACIÓN</th> <th>OTRO</th> <th>OTROS</th> <th>OTROS</th> <th>OTROS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>01</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>02</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>03</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>04</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>05</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>06</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>07</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>08</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>09</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>10</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>11</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>12</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>13</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>14</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>15</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>16</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>17</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>18</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>19</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>20</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>21</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>22</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>23</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>24</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>25</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>26</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>27</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>28</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>29</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>30</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>31</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	N°	BT	TAREA	REGISTRANTE	FECHA	UBICACIÓN	OTRO	OTROS	OTROS	OTROS	01	X									02										03										04										05										06										07										08										09										10										11										12										13										14										15										16										17										18										19										20										21										22										23										24										25										26										27										28										29										30										31										<table border="1"> <thead> <tr> <th>N°</th> <th>BT</th> <th>TAREA</th> <th>REGISTRANTE</th> <th>FECHA</th> <th>UBICACIÓN</th> <th>OTRO</th> <th>OTROS</th> <th>OTROS</th> <th>OTROS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>01</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>02</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>03</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>04</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>05</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>06</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>07</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>08</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>09</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>10</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>11</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>12</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>13</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>14</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>15</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>16</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>17</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>18</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>19</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>20</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>21</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>22</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>23</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>24</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>25</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>26</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>27</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>28</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>29</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>30</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>31</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	N°	BT	TAREA	REGISTRANTE	FECHA	UBICACIÓN	OTRO	OTROS	OTROS	OTROS	01	X									02										03										04										05										06										07										08										09										10										11										12										13										14										15										16										17										18										19										20										21										22										23										24										25										26										27										28										29										30										31									
N°	BT	TAREA	REGISTRANTE	FECHA	UBICACIÓN	OTRO	OTROS	OTROS	OTROS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
01	X																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
02																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
03																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
04																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
05																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
06																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
07																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
08																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
09																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
10																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
11																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
12																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
13																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
14																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
15																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
16																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
17																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
18																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
19																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
20																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
21																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
22																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
23																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
24																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
25																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
26																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
27																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
28																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
29																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
30																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
31																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
N°	BT	TAREA	REGISTRANTE	FECHA	UBICACIÓN	OTRO	OTROS	OTROS	OTROS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
01	X																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
02																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
03																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
04																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
05																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
06																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
07																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
08																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
09																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
10																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
11																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
12																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
13																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
14																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
15																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
16																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
17																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
18																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
19																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
20																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
21																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
22																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
23																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
24																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
25																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
26																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
27																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
28																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
29																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
30																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
31																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	

INFORMACIÓN DE REGISTRO

N° de ficha: **01**

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante: **Dach. Flor Elizabeth Diaz Alberca**

Fecha de: **Situación actual**

Ubicación: **Tarapoto**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Relación con la hipótesis		Relación con la formulación		Relación con los objetivos		Relación con las variables	
<del>SI</del>	NO	<del>SI</del>	NO	<del>SI</del>	NO	<del>SI</del>	NO
<del>SI</del>	NO	<del>SI</del>	NO	<del>SI</del>	NO	<del>SI</del>	NO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: INDICADOR (Encuestas y Fichas técnicas)  
 OBJETIVO: Recolección de la información necesaria del sector turístico comercial

DIRIGIDO A: Población (lotes del sector turístico comercial)  
 VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: NILTHÓN IVAN PISFIL BENITES

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Mg. C.P.C. Nilthón Ivan Pisfil Benites  
 COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE LAMBAYEQUE  
 N° DE COLEGIATURA: 04-3013

**TITULO DE LA TESIS:** "Regeneración integral para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto, San Martín"  
**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Entrevista

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo laboral: \_\_\_\_\_ Institución: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora inicio: \_\_\_\_\_ Hora finalización: \_\_\_\_\_

1. Describa brevemente de qué manera la gestión piensa trabajar la parte céntrica de la ciudad.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

2. Explique si conoce la teoría de la recuperación de centros degradados y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

3. Explique si conoce la teoría del caos y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

4. Explique si conoce la teoría de la imagen de la ciudad y si la municipalidad la aplica.

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Relación con la hipótesis		Relación con la formulación		Relación con los objetivos		Relación con las variables	
<input checked="" type="checkbox"/>	NO						

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: INDICADOR (Encuestas y Fichas técnicas)  
 OBJETIVO: Recolección de la información necesaria del sector turístico comercial

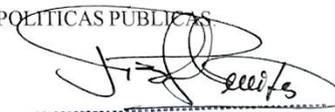
DIRIGIDO A: Gerentes y sub gerentes municipales

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
				X

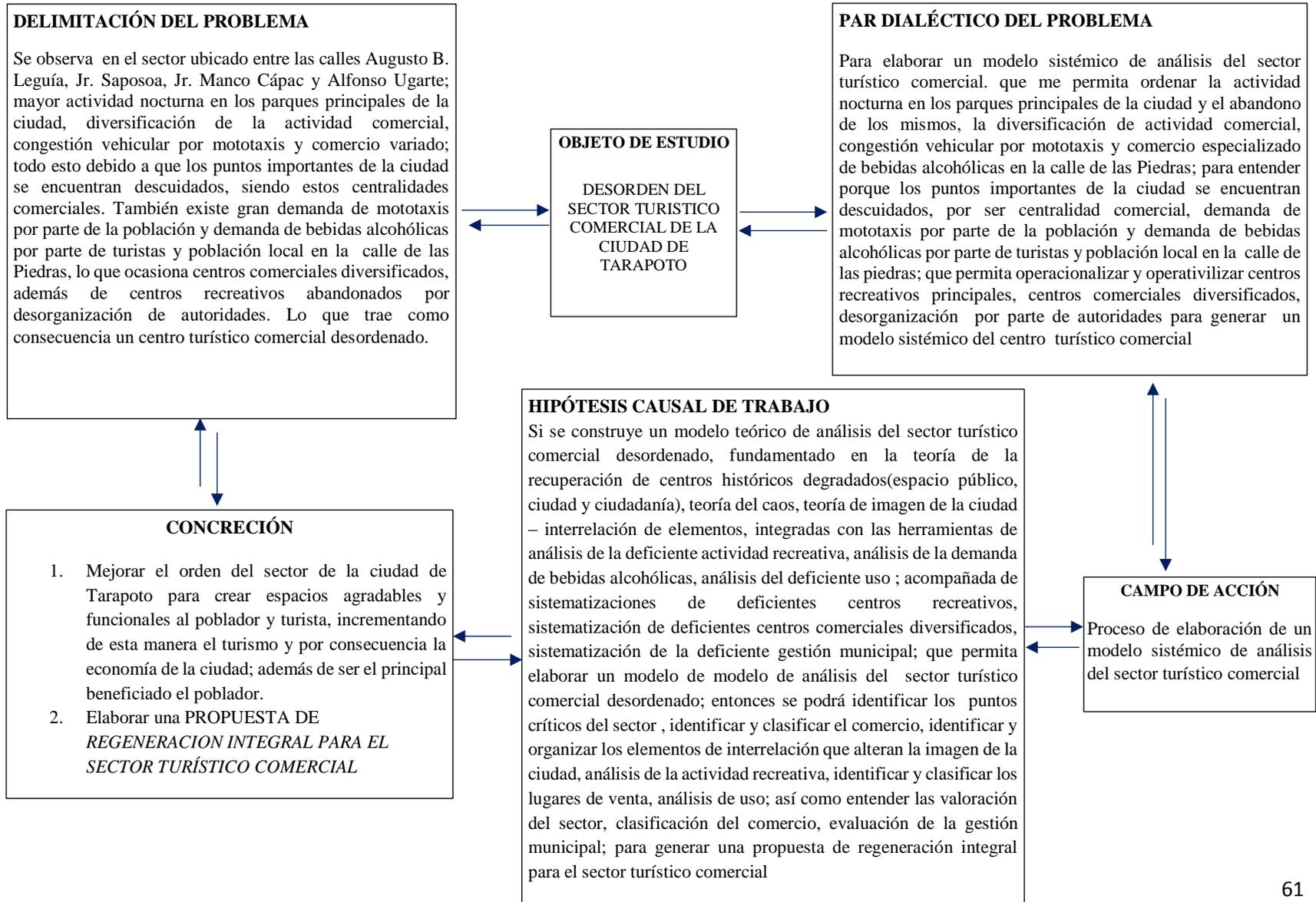
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: NILTHÓN IVAN PISFIL BENITES

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS



Mg. C.P.C. Nilthon Ivan Pisfil Benites  
 COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE LAMBAYEQUE  
 N° DE COLEGIATURA: 04-3013

## Anexo 05: Matriz de investigación



## Anexo 06: Análisis de espacios públicos

### Plaza Mayor de Tarapoto






Usos Comparativo: Dia y noche









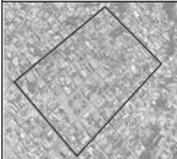
N° de ficha:  
**11**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:  
Análisis de Espacios Públicos

Ubicación:  
Tarapoto



ACCESOS Y CONEXIONES		MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
	Continuidad			X	
	Proximidad			X	
	Interconectado			X	
	Cómodo		X		
	Transitable			X	
	Accesible			X	

USOS Y ACTIVIDADES		MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
	Divertida	X			
	Activa		X		
	Especial	X			
	Útil		X		
	Tradicional	X			
	Festiva			X	
Sostenible	X				

Estado actual











SOCIABILIDAD		MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
	Variada			X	
	Amigable			X	
	Digna		X		
	Interactiva	X			
	Acogedora	X			

COMODIDAD E IMAGEN		MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
	Segura			X	
	Limpia		X		
	Verde		X		
	Transitable		X		
	Posibilidad de sentarse		X		
	Espiritual		X		
	Cautivadora	X			
Histórica		X			

Parque Suchiche

N° de ficha:  
**12**



Usos

Comparativo: Día y noche

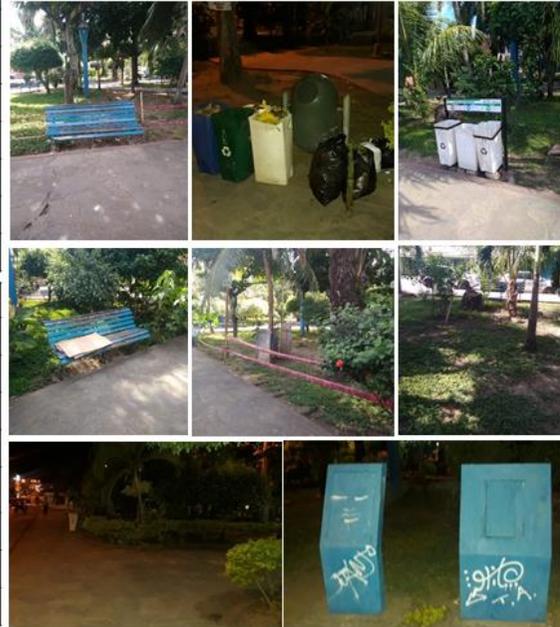


**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

ACCESOS Y CONEXIONES	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
	Continuidad		X		
	Proximidad			X	
	Interconectado		X		
	Cómodo		X		
	Transitable		X		
	Accesible			X	

USOS Y ACTIVIDADES	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
	Divertida	X			
	Activa	X			
	Especial		X		
	Útil		X		
	Tradicional		X		
	Festiva		X		
Sostenible	X				

Estado actual



SOCIALIDAD	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
	Variada			X	
	Amigable		X		
	Digna		X		
	Interactiva		X		
	Acogedora		X		

COMODIDAD E IMAGEN	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	
	Segura		X		
	Limpia		X		
	Verde			X	
	Transitable		X		
	Posibilidad de sentarse		X		
	Espiritual		X		
	Cautivadora		X		
	Histórica		X		

Estudiante:

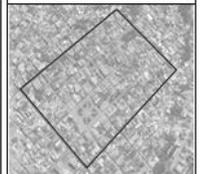
Bach. Flor Elizabeth Diaz Aloverca

Ficha de:

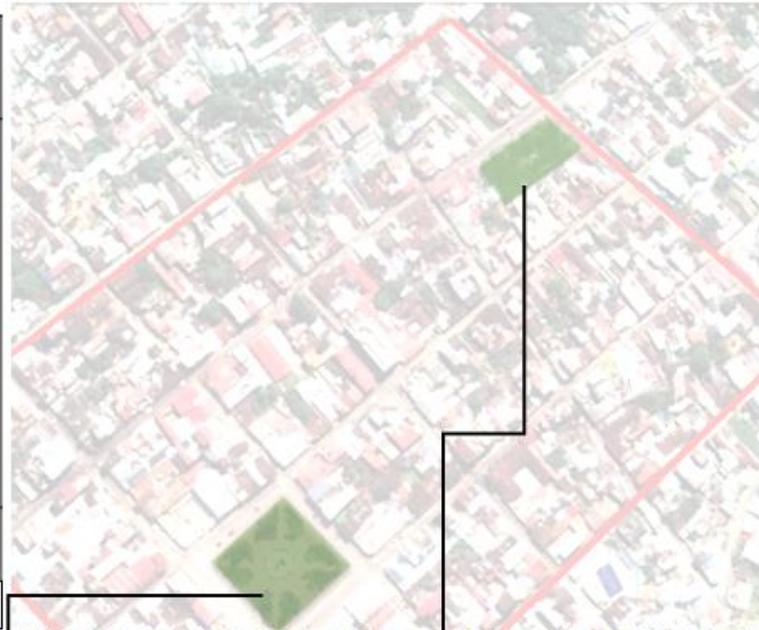
Espacios Públicos

Ubicación:

Tarapoto



	Plaza Mayor	Parque Suchiche
Iluminación	4	3
Mobiliario urbano	3	3
Pisos	2	4
Área verde	2	4
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>14</b>
En base a 5 se calificará, siendo 5 el puntaje más alto y 1 el más bajo		



ESCUELA DE POSTGRADO

Nº de ficha:  
**13**

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante:

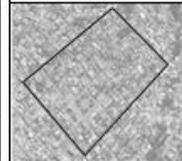
Bach. Flor Elizabeth Díaz Alverca

Ficha de:

Espacios Públicos

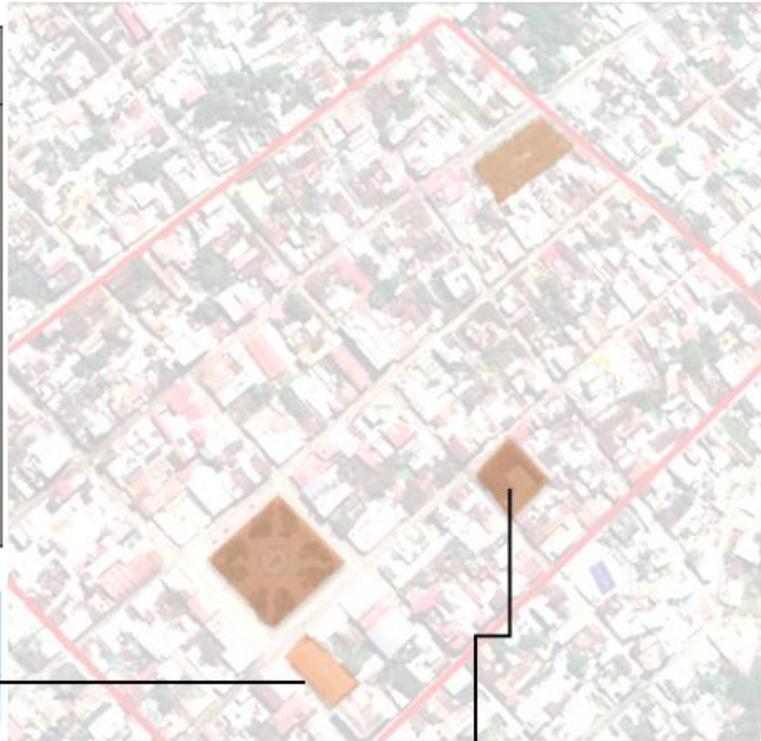
Ubicación:

Tarapoto



## Elementos de interrelación

	Bueno	Regular	Malo
Iglesia Matriz	X		
Plaza Mayor de Tarapoto		X	
Parque Suchiche		X	
Club Social San Martín		X	




ESCUELA DE POSTGRADO

N° de ficha:  
**14**

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO**

Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:  
Equipamiento socio-cultural

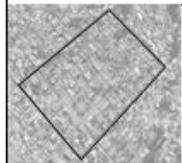
Ubicación:  
Tarapoto

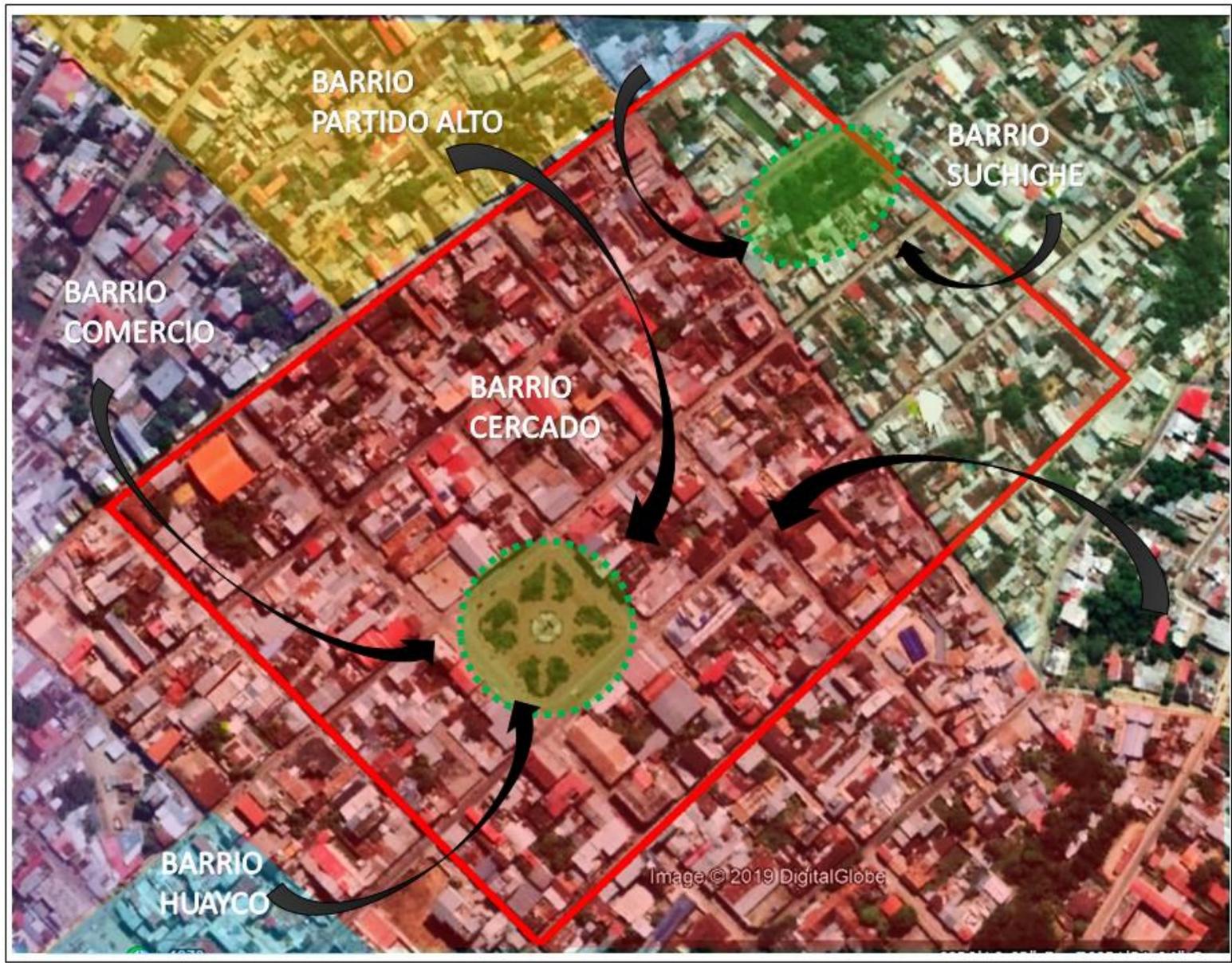


Anexo 07: Fichas de análisis cartográfico



## Vías principales con tráfico rápido y medio por la noche.





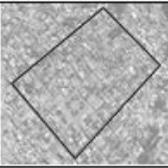
Nº de ficha:  
17

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

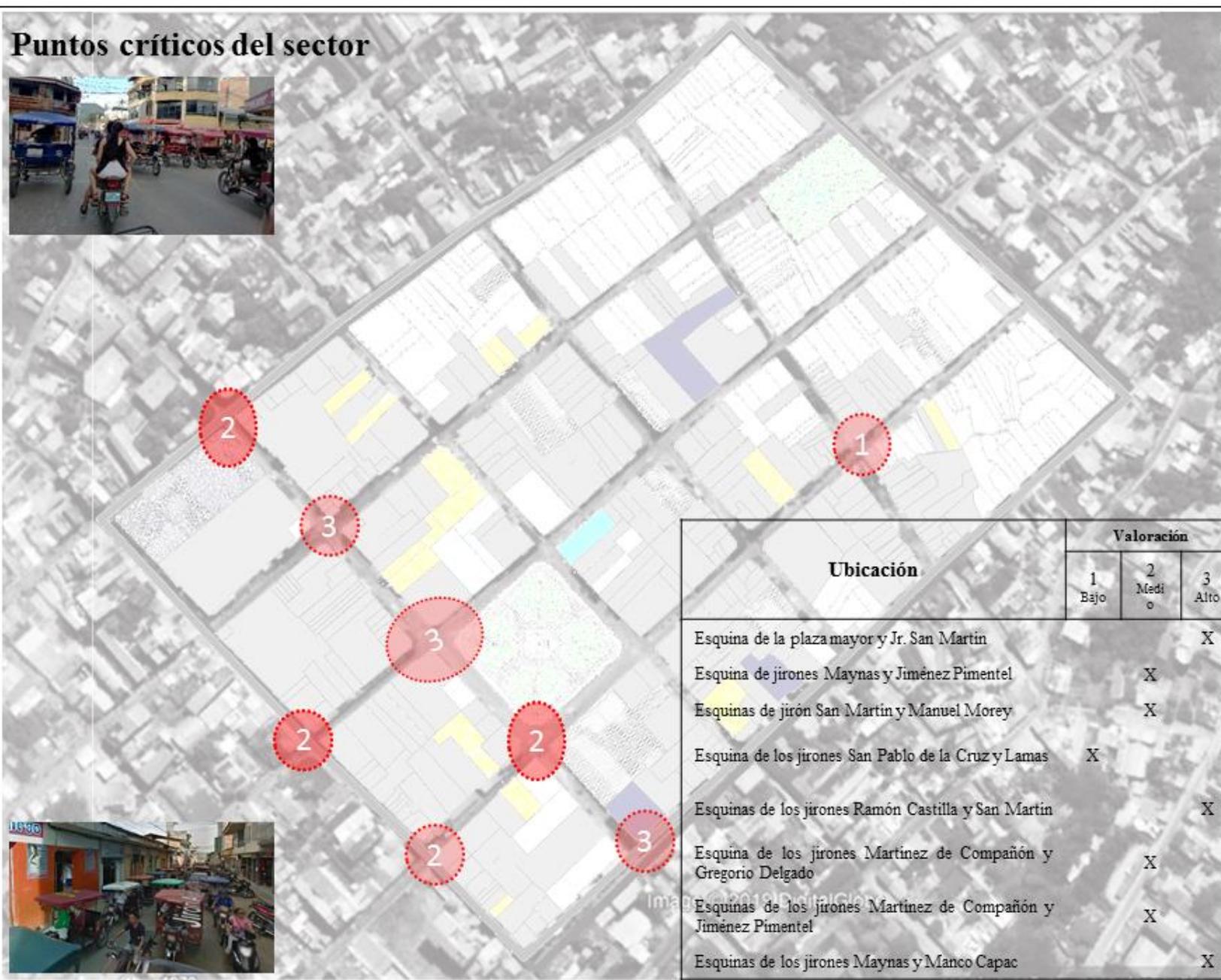
Estudiante:  
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

Ficha de:  
Relación

Ubicación:  
Tarapoto



## Puntos críticos del sector



N° de ficha:  
18

REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO

Estudiante:

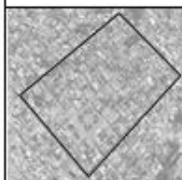
Bach. Flor Elizabeth Diaz Alverca

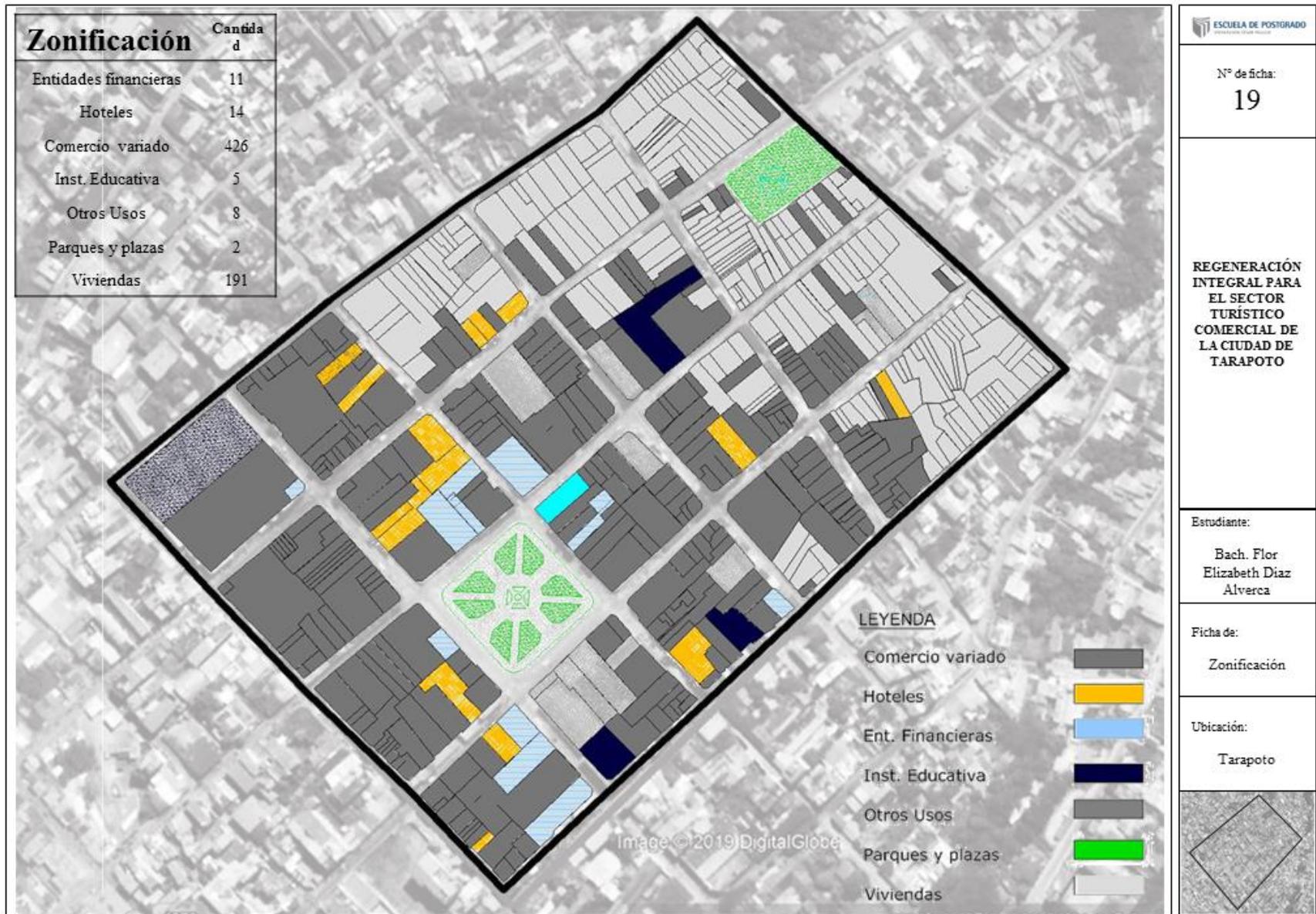
Ficha de:

Puntos criticos

Ubicación:

Tarapoto





**Anexo 08: AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"**

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS**

**1. DATOS PERSONALES**

Apellidos y nombres: DÍAZ ALVERCA FLOR ELIZABETH  
D.N.I. : 47803711  
Domicilio : Calle El Peregrino N°184, Urb. Las Brisas - Chiclayo  
Teléfono : Fijo : 074 619932 Móvil : 965948739  
E-mail : arqflordiaz@gmail.com

**2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS**

Modalidad: Presencial  
 Tesis de Pregrado  
Facultad :  
.....  
Escuela :  
.....  
Carrera :  
.....  
Título :  
.....

Tesis de Post Grado  
 Maestría  Doctorado  
Grado : Maestro en Gestión pública  
Mención :  
.....

**3. DATOS DE LA TESIS**

**Autor (es) Apellidos y Nombres:**  
Flor Elizabeth Díaz Alverca  
**Título de la tesis:**  
REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, SAN MARTÍN  
**Año de publicación** : 2019

**4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:**

A través del presente documento,  
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.   
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :25-09-2019

## Anexo 09: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

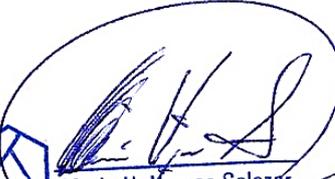


### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Mario Uldarico Vargas Salazar, Asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis del estudiante, **Flor Elizabeth Díaz Alverca**, titulada: REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, SAN MARTÍN constato que la misma tiene un índice de similitud de **08%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Chiclayo, 16 de agosto de 2019



Mario U. Vargas Salazar  
.....ARQUITECTO.....C.A.P. 7064.....  
Mg. Mario Uldarico Vargas Salazar  
DNI: 17612481

**CAMPUS CHICLAYO**  
Carretera Pimentel km. 3.5.

## Anexo 10: REPORTE TURNITIN

### Regeneración integral para el sector turístico comercial de la ciudad de Tarapoto, San Martín

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.ucv.edu.pe](http://repositorio.ucv.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

2

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

3

Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

1%

4

[bdigital.unal.edu.co](http://bdigital.unal.edu.co)

Fuente de Internet

<1%

5

[www.geri.duke.edu](http://www.geri.duke.edu)

Fuente de Internet

<1%

6

[bibliotecavirtualoducal.uc.cl](http://bibliotecavirtualoducal.uc.cl)

Fuente de Internet

<1%

7

[www.accesouniversal.cl](http://www.accesouniversal.cl)

Fuente de Internet

<1%

8

[renati.sunedu.gob.pe](http://renati.sunedu.gob.pe)

Fuente de Internet

<1%

**Anexo 11: AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA LA JEFA DE UNIDAD DE POSGRADO  
ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**DÍAZ ALVERCA FLOR ELIZABETH**

INFORME TÍTULADO:

**REGENERACIÓN INTEGRAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, SAN MARTÍN.**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**MAESTRA EN ARQUITECTURA**

---

SUSTENTADO EN FECHA: 17/08/2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR EXCELENCIA



FIRMA DE LA JEFA DE UNIDAD DE POSGRADO