



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

**“Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en
el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017”**

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

AUTORA:

Maqui Vilcas, Mercy Betsabe

ASESOR TEMÁTICO:

Dr. Arq. Esteves Saldaña Teddy Iván

ASESOR METODOLÓGICO:

Dra. Glenda Catherine Rodríguez Urday

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectónico

LIMA – PERÚ

Año 2019

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don
(a)..... MERCY Betsabe Maqui Vilcas
cuyo título es: "DISEÑO DE MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL PARA
LA CONESIÓN URBANA EN EL ASENTAMIENTO HUMANO NERY EN LA
CIUDAD DE HUARMEY, 2017"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
el estudiante, otorgándole el calificativo de: 14.....(número)
CATORCE.....(letras).

Lima.....03.....de...12... del 2019



DR. HARRY CUBAS ALAGA
PRESIDENTE
Apellidos y Nombres



Mg. JHONATAN ENMANUEL CRUZADO VILLANUEVA
SECRETARIO
Apellidos y Nombres



DR. TEDDY JUAN ESTEVES SALDAÑA
VOCAL
Apellidos y Nombres

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Dedicatoria

El presente trabajo se la dedico a mi madre por su perseverancia, paciencia al inculcarnos buenos valores y sacrificio para con sus hijos es mi gran inspiración; y a mi padre por sus sabios consejos en los momentos difíciles y amor infinito.

Finalmente, pero no menos importantes mis hermanos por su gran cariño y preocupación de mantener unida a la familia.

Agradecimiento

Agradezco a mi asesora la Dra. Glenda Rodríguez Urday en la enseñanza y su conocimiento; trasmitiéndome seguridad y mejorar mis capacidades de investigación. A los arquitectos Teddy Esteves y Freddy Cervantes que dispusieran de su tiempo para encaminar y guiarme. Les estoy muy agradecida.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Mercy Betsabe Maqui Vilcas con DNI N° 41951144, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Arquitectura, Escuela de Arquitectura, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, agosto del 2017



Mercy Betsabe Maqui Vilcas
DNI N° 41951144

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada **“Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017”** y consta de los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la respectiva tesis fue Determinar la influencia del diseño de un Mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017 la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Arquitecta.

La autora.

Índice

Acta de aprobación de la tesis	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
1.1 Realidad Problemática	16
1.2 Antecedentes	20
1.3 Marco Referencial	26
1.3.1 Marco Teórico	26
1.3.2 Marco Conceptual	58
1.3.3 Marco Análogo	74
1.4. Formulación del Problema	84
1.5. Justificación del estudio	84
1.6. Hipótesis	85
1.7. Objetivos	86
II. MÉTODO	87
2.1 Diseño de investigación	88
2.2 Variables, operacionalización	89
2.3 Población y Muestra	93
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	100
2.5 Método de análisis de datos	109
2.6 Aspectos Éticos	109

III.	RESULTADOS	111
IV.	DISCUSIÓN	124
V.	CONCLUSIONES	134
VI.	RECOMENDACIONES	137
VII.	REFERENCIAS	140
	ANEXOS	150
	Anexo 1: Instrumento de Medición	152
	Anexo 2: Validación del instrumento	155
	Anexo 3: Base de Datos Piloto	171
	Anexo 4: Detalle de Confiabilidad de los ítems del instrumento	173
	Anexo 5: Matriz de Consistencia	175

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de la variable: Mercado Municipal Sectorial	91
Tabla 2 Matriz de operacionalización de la variable: Cohesión Urbana	92
Tabla 3 Estrato de la población de habitantes para el radio de influencia a nivel ciudad de Huarmey, 2017	94
Tabla 4 Muestra de estratos aplicado al 40% a cada subgrupo de los habitantes del asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017.	98
Tabla 5 Muestra con estratos de los habitantes del asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017.	100
Tabla 6 Principales técnicas e instrumentos	101
Tabla 7 Ficha técnica del instrumento de la variable 1	104
Tabla 8 Ficha técnica del instrumento de la variable 2	105
Tabla 9 Tabla de rangos de los coeficientes de confiabilidad, Alfa de Cronbach	107
Tabla 10 Alfa de Cronbach de la Variable Diseño de mercado municipal sectorial en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017	108
Tabla 11 Alfa de Cronbach de la Variable Cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017	108
Tabla 12 Niveles de aceptación para la variable Diseño de Mercado Municipal Sectorial en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017.	114
Tabla 13 Niveles de aceptación para la variable Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017	115
Tabla 14 Niveles de aceptación para la dimensión Tipología de mercado en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017	116
Tabla 15 Niveles de aceptación para la dimensión Arquitectura integrada al entorno en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017	117
Tabla 16 Niveles de aceptación para la dimensión Espacialidad en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.	118
Tabla 17 Prueba de Kolmogoroy de la variable Mercado Municipal Sectorial para Cohesión Urbana.	119

Tabla 18 Coeficiente de correlación Rho de Spearman de la variable Mercado Municipal Sectorial para Cohesión Urbana.	120
Tabla 19 Coeficiente de correlación Rho de Spearman de la dimensión Tipología de mercado y la variable Cohesión Urbana.	121
Tabla 20 Coeficiente de correlación Rho de Spearman de la dimensión Arquitectura integrada al entorno y la variable Cohesión Urbana.	122
Tabla 21 Coeficiente de correlación Rho de Spearman de la dimensión Espacialidad y la variable Cohesión Urbana.	123

Índice de Figuras

Figura 1: Características generales de tipo de mercado por radio de influencia.	29
Figura 2: Mercado mayorista de Santa Anita. Lima, Perú. 2017.	30
Figura 3: Mercado de Surquillo N° 1. Lima, Perú.	31
Figura 4: Ecoferia de productos agroecológicos “Frutos de la Tierra” 2017.	33
Figura 5: Análisis del entorno del proyecto mercado San Marcos. Gómez, 2006.	36
Figura 6: Protección de la lluvia, el sol y el viento. García, 2003.	38
Figura 7: Cubierta espacial Euskotren. San Sebastián, España.	39
Figura 8: Clasificación de residuos de productos alimenticios en los mercados. Gestión de los Residuos de los mercados municipales, 2014.	43
Figura 9: Análisis de zona de influencia: Calle Robador. Gutiérrez, E. (2013).	47
Figura 10: Guía de dirección táctiles en Saltillo. Guía de accesibilidad peatonal en Saltillo, 2014.	54
Figura 11: Siarq, Mobiliario urbano Sostenible. Guía de Mobiliario Urbano Sostenible con Eficiencia Energética.	56
Figura 12: Valores de Calidad espacial para la cohesión urbana. Sasa (2017).	57
Figura 13: Área de descanso público. Manual técnico de accesibilidad. México (2007).	58
Figura 14: Escalera de evacuación cerrada y corte. Normativa A. 010. Escaleras (p.14-15).	61
Figura 15: Cámara frigorífica. Sala para caminar, 2018.	63
Figura 16: Evaluación de la inocuidad de la materia prima, insumos y envases.	64
Figura 17: Laboratorio del mercado de abastos Beccar.	65
Figura 18: Estructuras espaciales con detalles de unión de barra y esfera.	66
Figura 19: Instalación de montacargas en Málaga.	68
Figura 20: Estructura de losas Postensadas.	69
Figura 21: Rampa de acceso para discapacitados en principales avenidas del Callao.	71
Figura 22: Residuos sólidos en el Mercado Hermelinda de Trujillo.	72
Figura 23: Mototaxi modelo Torito Crom-X.2.	73
Figura 24: Matriz de Jerarquía de equipamiento. Santos (2001).	93

Figura 25: Radio de influencia para mercado sectorial en el AA.HH. Nery s/n. Medición de propia. Plano tomado de la Municipalidad de Huarmey 2016.	94
Figura 26: Radio de influencia de mercado Sectorial en la ciudad de Huarmey 2018.	112
Figura 27: Tramos de trayecto de encuestas 2018.	113
Figura 28: Gráfico de los niveles de aceptación para la Variable Mercado Municipal Sectorial	114
Figura 29: Gráfico de los niveles de aceptación para la Variable Cohesión Urbana.	115
Figura 30: Gráfico de los niveles de aceptación para la dimensión Tipología de mercado	116
Figura 31: Gráfico de los niveles de aceptación para dimensión Arquitectura integrada al entorno	117
Figura 32: Gráfico de los niveles de aceptación para dimensión Espacialidad	118

RESUMEN

La presente investigación ejecutada tuvo como objetivo principal Determinar la influencia del Diseño de un Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017. El enfoque fue cuantitativo con método deductivo, el tipo de investigación básica de alcance explicativo y diseño de investigación no experimental de corte transversal. Para la investigación se tomó la población a servir para un mercado de tipología sectorial, del 40% de la población de la ciudad teniendo como resultado 5174 personas, dicho porcentaje descrito en el Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de mercados minoristas (Bracamonte, 2006) y la Matriz de jerarquía de equipamientos (Baldizón y López), 2003) del cual concuerda con el radio de influencia de tipo sectorial. Mediante el cálculo muestral aleatorio simple se obtuvo 357 personas. La validez del instrumento se determinó con juicio de expertos y la confiabilidad con los valores del Alfa de Cronbach mediante el software SPSS se obtuvo 0.811 para la variable Diseño de mercado municipal sectorial y 0.813 para la variable Cohesión urbana, determinando un rango mayor de confiabilidad para ambas variables. La técnica de recolección de datos fue la encuesta con 28 ítems por cada variable; respondiendo mediante valores de percepción a escala de Likert de 5 categorías. El análisis de datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24.0 determinado una relación entre Diseño de Mercado municipal sectorial y Cohesión urbana; mediante la prueba de hipótesis de Rho Spearman con un grado de significancia $p=0,00$. Por tanto, la información recolectada es una síntesis de información datos y valores de opiniones de los pobladores del cual no se contaba para un equipamiento de mercado por su tipología de servicio que demanda un sector ajeno al desarrollo centralizado de la ciudad.

Palabra Clave: Mercado Municipal, cohesión urbana, asentamiento humano, tipología sectorial, radio de influencia.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the influence of the Design of a Sectorial Municipal Market for Urban Cohesion in the Nery Human Settlement in the city of Huarmey, 2017. The approach was quantitative with deductive method, the type of basic research of scope Explanatory and design of non-experimental cross-sectional research. For the research, the population was taken to serve for a market of sector typology, of 40% of the population of the city resulting in 5174 people, said percentage described in the Master Plan and Prefeasibility Study of retail markets (Bracamonte, 2006) and the Matrix of equipment hierarchy (Baldizón and López), 2003) of which it agrees with the radius of influence of sectorial type. Using the simple random sample calculation, 357 people were obtained. The validity of the instrument was determined with expert judgment and the reliability with Cronbach's Alpha values using the SPSS software, 0.811 was obtained for the sectorial municipal market design variable and 0.813 for the urban cohesion variable, determining a greater range of reliability for Both variables The data collection technique was the survey with 28 items for each variable; responding through Likert scale perception values of 5 categories. The data analysis was used the statistical program SPSS version 24.0 determined a relationship between sectorial municipal Market Design and Urban Cohesion; by the Rho Spearman hypothesis test with a degree of significance $p = 0.00$. Therefore, the information collected is a synthesis of information, data and values of opinions of the inhabitants of which it was not counted for a market equipment for its type of service that requires a sector outside the centralized development of the city.

Key Word: Municipal Market, urban cohesion, human settlement, sector typology, radius of influence.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En la actualidad la descentralización en Europa forma parte del desarrollo urbano en las ciudades modernas, mediante la planeación urbana se identifica las periferias fragmentados, dando el tratamiento necesario que permita la cohesión urbana, transmitiendo vínculos de integración social, económicos y culturales al sector tratado.

Los mercados municipales minoristas de Cataluña - España, son instrumentos de desarrollo urbano integradores en establecimientos nuevos o modernizados, abasteciendo de alimentos orgánicos de calidad, que brindaría un centro comercial, pero manteniendo la cultura, empatía local y turística propios de una cohesión social y económica que van de la mano al desarrollo urbano.

En caso de Latinoamérica y el Caribe la falta de planeación urbana y centralización de las ciudades por falta de ingresos económicos e inversión no es posible controlar el crecimiento informal permitiendo la segregación de estas periferias visualizando sectores fragmentados, empobrecidos por falta de equipamientos principalmente en el sistema de abastecimiento de alimentos a menor escala que se realizan en los mercados con déficit de infraestructura, almacenamiento y transporte; sumado a la desnutrición infantil.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013) expone sobre los modificaciones en mejorar del abastecimiento de alimentos incluye desde la recuperación de la producción agrícola en los sectores vulnerables incluyendo a los pequeños agricultores en Latinoamérica, en un sistema de abastecimiento que incluyan a los mismos productores y con sus mismos recursos sustentar sus salarios, incluye los precios módicos, aumentar, mejorar el acceso a los alimentos y la calidad de los mismos. (p. 7). Siendo alentador este tipo de iniciativas.

En el Perú de igual manera existe una marcada desigualdad entre la capital y las provincias, y aún, más aisladas las regiones. Centralizando las actividades en la capital de Lima siendo un problema constante en los gobiernos de turno el crecimiento sin planificación urbana como consecuencia la dispersión de distintos

asentamientos humanos, centros poblados, invasiones segregados muchas veces por su nivel económico o actividades sociales permanentes. Esta falta de cohesión también afecta a una de las actividades primarias que está retomando gran importancia la agricultura ligado al abastecimiento de alimentos donde los mercados continúan siendo el lugar principal de suministros de mismos.

Solo en Lima se concentra 43% de mercados a nivel nacional con respecto a un 6.5% de Callao y en provincias es el 15.2% destacados La Libertad, Junín y Arequipa (INEI, 2017, párr. 5). A nivel regional en otros departamentos es menor contar con la formalidad de los mercados e infraestructura.

En el departamento de Ancash el desarrollo agrícola es conocido por la producción de diversidad de frutas, tubérculos, legumbres, pesca y crianza avícola y ganadera. La comercialización de sus productos lo desarrolla en los mercados tradicionales. Según el INEI (2016) del mapa de Censo Nacional de Mercado de Abasto 2016, se visualiza las principales provincias de abastecimientos en mercados formales son: Santa (con 61 mercados), Huaraz (6 mercados), Huaylas (4 mercados) y Huarmey (1 mercado). Donde el abastecimiento y desarrollo económico prima en la provincia de Santa.

En la Provincia de Huarmey por sus características morfológicas de ciudad con espacios agrícolas, zona desértica, el crecimiento como ciudad se concentra en el centro cívico y su alrededor inmediato; donde el crecimiento poblacional se ha incrementado en estos últimos años manifestado por el INEI del 2007 con una cantidad de 28 686 habitantes al año 2015 creciendo a 30 744 pobladores, centralizados en la ciudad del distrito de Huarmey con 24 316 pobladores. Por falta de áreas urbanas han crecido formándose centros poblados que con el tiempo se ha convertido asentamientos humanos conformados por subsectores a la vez, físicamente estos se visualizan dispersos con espacios de intersticios o vacíos que antes conformaban zonas agrícolas perennes que por desgaste de tierras perdieron valor y formaron parte de invasiones de viviendas.

Estos asentamientos disgregados de infraestructuras y equipamientos; unas de las necesidad primordiales es el abastecimiento de alimentos, recorriendo grandes tramos desolados de la vía panamericana norte para poder llegar al centro

de la ciudad donde adquieren sus alimentos a precios dispuestos para un mercado minorista urbano prefiriendo desplazarse los pobladores a distancias más alejadas al margen del río Huarmey para comprar en un mercado informal llamado “La paradita” por su precios módicos traídos desde las chacras. Haciendo mención a este mercado de peligro latente a inundaciones del desborde el río hecho sucedido a inicios de marzo del presente años 2017, desapareciendo el mercado durante cuatro meses y por falta de arbitrariedad del gobierno han vuelto a establecerse en el mismo lugar.

Retomando la falta de cohesión en el sector de los asentamientos humanos por falta de planeación o equipamientos urbanos se tiene que rescatar la zonificación de la vía panamericana norte dispuesta para el comercio local y especializado, que en realidad la perspectiva es otra, donde los comercios están dispersos, en especial en el centro físico de la ciudad que pertenece al asentamiento Humano Nery donde es claro ver un gran intersticio limitados por la continuidad de lo urbano al sur, al norte los asentamientos humanos donde las viviendas de dos pisos de concreto van disminuyendo hasta ver casas de esteras a lo lejos y por los lados este y oeste chacras de poco crecimiento. Siendo accidentado y monótono el recorrido sin actividades económicas permanentes ni dinámicas sociales.

Teniendo como variable e estudio la cohesión como parte de una solución de integración de escala urbana mediante estrategias de detectar la problemática físicamente disgregados hacer uso de ella para una solución, se acentúa el Asentamiento Humanos Nery, donde ya mencionado el vacío urbano como espacio de pausa sin actividades ni espacios públicos. Además, cabe mencionar dentro de los planes del municipio está la reubicación de un futuro sector comercial por esta zona lo cual no están legible por falta de estudios urbanos, descrito en el Plan de Desarrollo Urbano del a ciudad de Huarmey 2014-2024 (2015).

Es por ello, la necesidad de conocer que factores existe en este sector que ha permitido esta discontinuidad de crecimiento urbano porque se fragmento y que elementos demandan para su integración parcial o total.

Al disponer subsanar la demanda del equipamiento de abastecimiento de alimentos que es un mercado estaría beneficiando a los asentamientos Humanos de la Victoria, Santo Domingo y Miramar al ser parte del radio de influencia de un mercado a escala minorista. Pero para permitir la cohesión no solo es disponer de un equipamiento sino también es ver su entorno social y económico, como la falta de accesibilidad de infraestructuras de las vías terciarias peatonal, vías vehiculares en reparación; falta de actividades urbanas integradoras como espacios recreativos o de encuentro para la familia; los sectores agrícolas cercanos afectados sus cosechas por la inundación del río Huarmey disminuyendo la oportunidad comercial tradicional. Adicionando la preocupación de futuras inundaciones en el centro de Huarmey que desabasteció de alimentos a muchos sectores de bajos recursos en los asentamientos humanos que aún se vienen recuperando anímicamente.

Este proyecto se plantea en el sector AA.HH. Nery a pesar de sus problemas, mayor serán los beneficios para ambos sectores que buscan cohesionar los asentamientos humanos del sector norte y centro de la ciudad creando lazos de comercio permanente potenciando el comercio tradicional siendo conector a otros equipamientos concientizando a la población que la identidad de ciudad es un todo conectado a la diversidad de funciones, espacios sociales, espacios culturales y tradicionales.

Si continúan los problemas mencionados sin plantear una solución, será constante a la informalidad y falta de responsabilidad del municipio a no planificar un mercado accesible, incrementando la segregación, espacios vacíos en los asentamientos humanos y dificultando el abastecimiento de los alimentos de primera necesidad.

1.2 Antecedentes

Internacionales

Irmer (2012) presento su tesis titulada “Mercado Costumbrista de Coyhaique. Fortalecimiento del desarrollo local”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad de Universidad de Chile. El objetivo principal de la investigación es promover comercio tradicional integrado sus actividades artesanales propias de sus productores de la localidad, comerciantes pequeños que se encuentran en la informalidad, brindando puestos y espacios donde sigan desarrollando sus costumbres y ventas que serán el elemento atractivo para visitas turísticas nacionales e internacionales, para mejorar su calidad de vida de los pobladores. Metodológicamente, la investigación fue enrubándose de un aspecto cualitativo de información teórica e imposiciones de proyectos del gobierno local a hechos reales que era inevitable evaluar implementando el proyecto a las necesidades del sector, sin perder la base de no experimental. Teniendo como problema principal la falta de centralismo, Coyhaique es una comuna con problemas de accesibilidad al no contar con infraestructuras ni equipamientos apropiados, su desarrollo económico se basa en el comercio tradicional y artesanía por excelencia, pero esto no trasciende por competir con grandes empresas que cuentan con la modernidad necesaria. La investigación concluye en disponer la información adecuada para resolver conflictos fundamentando los beneficios del lugar y con ello herramientas para disponer proyectos que promuevan la cultura, por ende, el proyecto propuesto será elemento que potencie estos factores de identidad del lugar.

El autor propone generar un hito significativo arquitectónico, conector con la ciudad, donde prevalecerán los valores de las tradiciones en la producción de artesanías, tejidos, etc. concientizando a la comunidad un medio de vida con identidad lo que pueden ofrecer y ser una fuente económica sustentable.

Moreno (2012) presento la tesis titulada “Centralidad de Abastos: Estructuración de un borde articulador en Corabastos”. Para optar el título de arquitecto en la universidad Pontificia Universidad Javeriana.

El objetivo es plantear proyecto que articule de forma ordena un centralismo de actividades económicas proyecta a un crecimiento inevitable por tener como base una central de abastos mayorista, incluyendo impactos que afecten a la localidad. El diseño de investigación es no experimental disponiendo de un marco teórico como elemento principal de análisis de la investigación y uso de cuestionarios participativos. El trabajo responde a la problemática radica en la falta de planeación tiene como resultado el crecimiento informal desmedido en los alrededores del mercado existente, ocupando espacios públicos; en un conjunto urbano forma parte de los equipamientos no planificados frente al crecimiento y demanda de los sus pobladores. La investigación concluye en plantear un equipamiento de central de abastos apropiado a las necesidades del sector, recuperando los espacios públicos, integrando el sector en forma ordenada en actividades comerciales accesibles.

La propuesta entra como objeto articulador frente al emplazamiento desordenado sin afectar el poco espacio público, incluso ampliar los espacios públicos activos absorbidos por el comercio informal.

Muenala (2013) presento su tesis titulada "Arquitectura, paisaje y el valor del lugar: Nuevo Mercado para la ciudad de Otavalo". Para obtener el título de arquitecta en la universidad San Francisco de Quito. Tiene como objetivo principal de la investigación articular un elemento arquitectónico de uso público para unir las actividades económicas respetando los espacios naturales propios del lugar siendo parte de la arquitectura paisajística. El diseño de investigación es no experimental a nivel correlacional, relacionando el entorno natural existente y el desarrollo urbano del lugar, definiendo términos, casos similares donde analizaron los fenómenos aportando con estudios del paisaje local y espacios públicos permanentes. El problema principal de la investigación es identificar los no-lugares, espacios con déficit de actividades de permanencia, fomentando la delincuencia y abandono. Por tanto, el emplazamiento de la arquitectura será la conexión a estos espacios fragmentados incorporando los elementos naturales paisajísticos como espacios publico recreativo.

El autor propone la lectura de una sola arquitectura compuesta por la infraestructura y sectores naturales propios del lugar creando una armonía de uso

comercial y social propios de un mercado tradicional. Valorando los espacios verdes naturales ganadas a la ciudad.

Massella (2016) presento su tesis titulada "Propuesta Arquitectónica para la construcción de mercado Municipal de Escuintla, Escuintla". Para obtener el título de arquitecta en el grado de licenciatura en la Universidad de ISTMO. Tiene como objetivo principal proponer una arquitectura de mercado que sea una herramienta para la formalidad en la comercialización de alimentos con previo estudio de impacto ambiental y los comercios existentes en el entorno. El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal a nivel a nivel descriptivo, teniendo como instrumento las encuestas y observaciones de campo mediante fotografías. El problema principal de la investigación es la ocupación de los espacios públicos por el alto crecimiento de la informalidad ocasionando tráfico vehicular, peatonal, inseguridad y contaminación. Por tanto, un equipamiento de mercado se tendría la función de liberar los espacios públicos del centro de Escuintla de la informalidad, revalorando las calles sin basura, mobiliarios urbanos, espacios para caminar y sobre todo una imagen urbana agradable.

El autor toma la problemática y necesidades para sectorizar el comercio a la formalidad proponiendo un equipamiento comercial de mercado para generar una zona definida para el comercio; lo que ofrece como edificación que es la salubridad, accesibilidad pública, de comerciantes, mercadería, seguridad y control interno; así recuperar los espacios públicos del centro de Escuintla.

Moreno (2017) presento su tesis titulada "Mercado Minorista, Conocoto, Valle De Los Chillos. Para obtener el título de arquitecta en la Universidad De Las Américas. Tiene como objetivo principal articular un nuevo mercado a nivel sectorial para dar valor a las zonas AZ de Chillos potenciando el comercio formal y agrícola en el distrito de Quito. El diseño de la investigación es básico, diseño no experimental de corte transversal con alcance descriptivo. El trabajo responde a la a la dispersión de los mercados que no cumplen con la demanda en el sector Conocoto contando con recursos agrícolas tradicional poco valorados. Por tanto, disponer con un nuevo mercado podrá abastecer en un radio sectorial al 50% de los pobladores faltantes; concientizando los valores tradicionales comerciales e interconectando los mercados existentes.

El autor propone un estudio de alcance de servicio en los mercados existentes, así constatar el tipo de mercado para la AZ de Chillós potenciando la zona en el servicio comercial atractiva, descentralizando las actividades urbanas en las zonas consolidadas para dar valor a los sectores agrícolas que pueden coexistir con el desarrollo de una ciudad urbanizada, Proponiendo un mercado sectorial abierto a espacios públicos en continuidad a un paisaje natural.

Nacionales

Rivarola (2015) presento su tesis titulada “Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. La autora sostuvo como objetivo principal proponer un nuevo tipo de mercado con un servicio de calidad moderno en la venta tradicional y gastronómica. La metodología de investigación fue no experimental al basarse en una investigación teórica, histórica y evolución de los mercados hasta la actualidad. Manifestando la problemática a estudiar en la edificación deteriorada, aglomerando las circulaciones con instalaciones expuestas, aunque sea un mercado tradicional turística el desorden interno y mantenimiento es deficiente. La investigación concluye en disponer nuevas alternativas de arquitectura para mejorar y recuperar el atractivo de un mercado tradicional.

La autora propone afrontar la problemática del deterioro de la infraestructura, mediante el diseño de un mercado minorista de segunda generación dando énfasis al servicio y abastecimiento de alimentos tradicionales de diferentes partes del país siendo conocido ya por su historia busca potenciar el turismo y mejorar el entorno urbano.

Yaranga (2015) presento su tesis titulada “La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado “Santa Rosa” de Chorrillos”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad de Pontificia Universidad Católica Del Perú. La investigación tiene como objetivo principal estudiar a los comerciantes del mercado Santa Rosa como incorporan las prácticas de comunicación en el proceso comercial hasta que nivel esto se fortalece generando preferencias y permanencia. La metodología utilizada en la investigación fue cualitativa de tipo exploratoria al requerir observación del

comportamiento de los vendedores con los clientes y viceversa. La problemática parte de una escasez de comunicación, corta y direccionada a la venta objetiva, no existe un compromiso entre los dirigentes de mercado en mejorar la infraestructura de cada puesto dando calidad general a los clientes. Es por ello, que la investigación concluye que la comunicación es imprescindible en motivar lazos de familiaridad e identificación con el lugar incluyendo un buen servicio en la infraestructura y confort para que facilite la permanencia.

La autora da a conocer las carencias del mercado municipal Santa Rosa, dando a conocer la importancia de la infraestructura y cómo afecta en la preferencia del usuario y un factor la comunicación que complementa una buena relación en las transacciones comerciales siendo un elemento de cohesión social.

Armas (2016) presentó su tesis titulada “Nuevo mercado minorista en la ciudad de Ilo”. Para optar el título de arquitecta en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Cuyo objetivo principal es diseñar un mercado que permita el funcionamiento interno de calidad donde la accesibilidad sea permanente a las zonas externas de los espacios públicos que en su conjunto sea un punto importante en la vista a Ilo. La investigación metodológica es de diseño no experimental, al analizar la problemática mediante investigaciones de autores, casos referenciales y análogos que fortifican la teoría. El planteamiento del problema radica en la edificación deteriorada con una antigüedad de cinco décadas que con el tiempo se dejaron de ser cuidados, adicionando la informalidad de sus alrededores. Concluye la investigación en proyectar un mercado minorista, será la solución a los conflictos sociales y orden público. Modelo de estudio y planteamiento de un nuevo mercado para la comercialización de sus productos.

El proyecto busca rescatar la identidad del mercado de Ilo proponiendo una nueva infraestructura que ha perdido valor por el deterioro de varias décadas casi sin mantenimiento.

Mesa (2017) presentó su tesis titulada “Mercado Modelo en el distrito de Carabaylo”. Para obtener el título de arquitecto en la Universidad Ricardo Palma. La investigación tiene como objetivo principal mejorar el desarrollo económico mediante la propuesta de un mercado modelo que albergará la asociación de

comerciantes del Valle Chillón, específicamente La Cumbre e integrando los espacios públicos para fortalecer la interacción social. La metodología utilizada es básica, con enfoque cuantitativo y cualitativo usando técnicas de recolección de datos de gabinete y de campo para el análisis de información así determinar la factibilidad de una propuesta arquitectónica de mercado. El problema principal radica en el actual mercado La Cumbre al ser un mercado de venta informal en competencia con vendedores minoristas, siendo un ambiente desordenado y poco accesible. La investigación concluye es proponer un establecimiento para reubicar estos puestos y tener un control interno para que sus ventas sean beneficiosos para los productores, usuario y vendedores; este será de alcance distrital que por tradición ya es concurrido por distintos pobladores de la zona norte de Carabayllo.

El autor da a conocer que es posible un proyecto de mercado modelo para el distrito de Carabayllo, ya que por mala costumbre estamos normalizando la informalidad de los mercados tradicionales invadiendo calles, sin infraestructura descuidando la salubridad, calidad de los productos y deteriorando los espacios públicos. Es por ello la importancia de un mercado modelo minorista el cual propone un área con habilitación de comercio distrital para reubicar a los vendedores perteneciente a grupos organizados por asociación.

Chipana (2017) presento su tesis titulada “Diseño Arquitectónico de Mercado Minorista para fortalecer la actividad comercial en el distrito de Ciudad Nueva – Tacna”. Para optar el título de arquitecto en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Cuyo objetivo principal es potenciar las actividades comerciales mediante el diseño de un mercado minorista en el distrito de la ciudad Nueva en el departamento de Tacna. La investigación metodológica es tipo aplicada, de nivel exploratorio, descriptivo y analítico; de diseño no experimental. La problemática parte del deterioro de la infraestructura del mercado de la Ciudad Nueva, no cuenta con una arquitectura de cubiertas ligeras, deficiencia sanitaria, almacenamiento, ni control para el recojo de residuos sólidos; desarrollando puestos informales en sus alrededores. Concluye la investigación en plantear el diseño modelo de mercado minorista con el fin de incrementar las actividades comerciales, generar apropiación en el concepto de un nuevo mercado como infraestructura y servicios de calidad.

En el aspecto urbano el diseño debe contribuir en el perfil urbano en cuanto los espacios atractivos, limpios, accesibilidad y seguridad.

El autor da a conocer el proceso de investigación y análisis del mercado informal existente así proponer un mercado modelo mediante las necesidades de los vendedores y compradores; el alcance del servicio de mercado es distrital lo que concuerda con las disposiciones municipales para su formalidad y área zonificada.

1.3 Marco Referencial

En el marco referencial compone las teorías relacionadas al tema en el marco teórico con la citación de los autores describiendo las variables sumado al aporte significativo; el marco conceptual que compuesta por las palabras significativas de la investigación por último el marco análogo de los proyectos ejecutados semejantes a la investigación.

1.3.1 Marco Teórico

La tipología del mercado es municipal sectorial descritas desde la variable principal mercado municipal, seguidas de sus dimensiones e indicadores. Conociéndolas desde punto de vista de los autores propuestos.

Variable 1: Mercado Municipal Sectorial

Es uno de los tipos de mercados en acuerdo al área de influencia para el su abastecimiento. Existiendo tres tipos:

Mercado cantonal donde su radio de influencia dista como máximo un kilómetro equivalente a 10 cuadras o 833 metros, los pobladores pueden acceder caminado siendo el servicio limitado a pobladores aledaños mediatos (García, 2003, p. 17).

Mercado Sectorial donde el radio de servicio territorial es a más de un kilómetro de distancia, de radio de influencia es indirecta accediendo vía transporte público o peatonalmente (Méndez, 2009, p. 20).

Mercado Metropolitano de influencia extendida y dispersa en toda el área metropolitana por su ubicación concentra diversos tipos de actividades manufactureras, servicio, mayoristas, entre otros (Méndez, 2009, p. 20).

Definición

El mercado municipal se entiende como un espacio de uso público delimitado por una infraestructura donde se realizan la compra y venta de productos, gestionada por el municipio, por sus características de ser sectorial se encuentra delimitado a un sector influyente.

Según el Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de mercados minoristas (como se citó en Bracamonte, 2006, p. 20) se refiere al modelo de mercado que abastece a los pobladores que residen a más de un kilómetro de distancia, en el cual se puede acceder peatonalmente o por transporte colectivo urbano o vehicular de otros distritos. Los productos que ofrecen son perecibles como legumbre, tubérculos, frutas, semillas, carnes, pescados, entre otros, no perecibles como ropa, calzados, muebles, artefactos, etc.

Aguirre (2006) especifica en la categoría de sector, por su envergadura de servicios a una distancia de más de un kilómetro de acceso vehicular local o externo, siendo un acceso diario para recorridos peatonales si fuese el caso de movilización (p. 13).

Según Méndez (2009) el mercado municipal sectorial es un tipo de mercado que tiene un radio de influencia indirecta, quiere decir que abarca a más 1000 metros de distancia, donde la accesibilidad es peatonal, transporte público o particular, las características de diseño son iguales a un mercado metropolitano, no obstante, al servicio del radio descrito (p. 20).

De igual forma sostiene Viera (2015) que un mercado cubre la demanda de usuarios establecidos en más de un kilómetro de distancia, llegando a pie o vehicular urbano o exterior (p. 24).

En acuerdo con los autores al concordar en el radio de influencia de población a atender. Los puestos de comercialización generalmente son tradicionales en la venta de productos perecibles, no perecibles y servicios. Los productos perecibles son mayormente: verduras, hortalizas, frutas, tubérculos, cereales, pescados, carnes entre otros. Los no perecibles son: ropa, zapatos, reparaciones, puestos de comidas, etc.

Características

En acuerdo a la definición se toma cuatro características que definen la limitación sectorial las cuales son:

Por su distancia referidas desde el punto eje de la edificación del mercado dando servicio a una distancia mayor a 1 kilómetro territorial definidas por accesibilidades peatonales o vial (Méndez, 2009, p. 20).

Por sus servicios a familias con viviendas ubicadas dentro del rango previsto favoreciendo su abastecimiento de alimentos mediano, Además, su ubicación dependerá a la compatibilidad de zonificación urbana y zonas que dará servicio; está conformado por zona residencial, zona de comercio local y comercio especializado.

Por su accesibilidad permite una influencia indirecta del público objetivo en un radio de más alcance que el cantonal donde se accede a pie en caminatas, bicicleta, transporte público o particular.

El nivel sectorial para el proyecto de investigación partiendo del Sector Asentamiento Humano Nery abarcando los asentamientos humanos La Victoria, parte de 28 de Julio, zona agrícola del sector B conforman el radio de más de un kilómetro de distancia carecen de este equipamiento, se dispone abastecer de alimentos de primera necesidad y servicios, esto es permisible al estar zonificado para el comercio local y especializado al servicio del público en general donde su accesibilidad está disponible peatonalmente y vía interna urbana como en otros distritos.

La figura 1 de Radio de influencia se caracteriza por la distancia de alcance de servicio de mercado para las familias, persona común, turistas puedan acceder a nivel sectorial. El desplazamiento puede ser peatonal, movilidad ligera y vehículo menor por ser una distancia entre 500m a un poco más de 1000 metros.

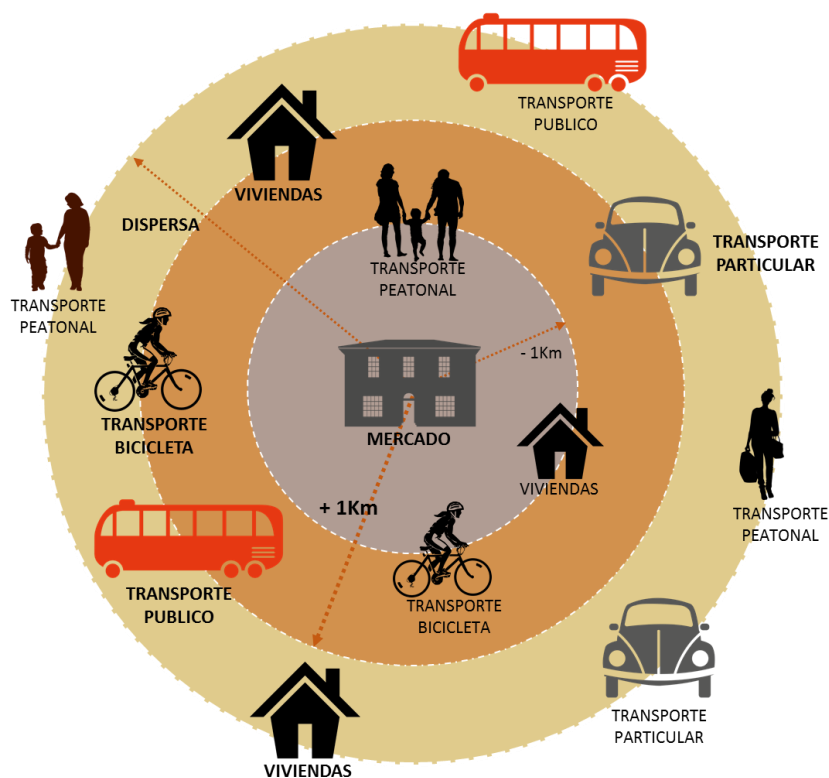


Figura 1: Características generales de tipo de mercado por radio de influencia. Elaboración propia

Dimensión 1: Tipología mercado

El término tipología se refiere al estudio de las semejanzas, tipos y características físicas o cualidades que tenga un objeto. En el aspecto arquitectónico toma forma de la estructura física son asociadas por sus características que pueden definir su distinción, siguiendo un patrón o semejanza de un tipo específico arquitectónico.

Bracamonte (2006) distingue la tipología por su funcionamiento en capacidad de venta de los productos generalmente perecibles, variación por tipo de servicios a los usuarios comunes o comerciales indirectos definiendo cómo funciona el establecimiento, su infraestructura y espacios de venta (p. 21).

Se distinguen el tipo de abastecimiento de los mercados mayoristas, mercados minoristas y los mercados tipo feria.

Indicador 1: Mercado mayorista

Bracamonte (2006) define como un local de gran envergadura para puestos y usuarios; los comerciantes tienen la capacidad de vender sus productos en grandes

cantidades al por mayor a otros comerciantes minoristas que posteriormente seguirán la venta al menudeo o por menor para el usuario común, bodegas o tiendas. Los mercados mayoristas que abarcan este tipo de venta son el tipo metropolitano, sectorial, centro mayorista (p. 21).

Los agentes que participan en un mercado mayoristas son los distribuidores e intermediarios los cuales revenden a usuarios comunes o comerciantes menores en mercados tipo mercado central y mercado al detalle conocido como minorista (Méndez, 2009, p. 21).

Un ejemplo claro de mercado mayorista de Santa Anita en Lima de la figura 2 empresa municipal de infraestructura de gran almacenamiento y venta al mayoreo de distribución a nivel de todo Lima.



Figura 2: Mercado mayorista de Santa Anita. Lima, Perú. 2017. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/mercado-mayorista-santa-anita-recibio-mas-6-mil-toneladas-productos-perecibles/>

Indicador 2: Mercado minorista

Bracamonte (2006) sostiene que es el lugar donde los vendedores realizan transacciones comerciales al por menor o menudeo, en cantidades entre intermedias y unitarias. Cuentan con un establecimiento para este tipo de ventas, por su radio de influencia se encuentran los mercados centrales, metropolitanos y sectoriales (p. 21).

Además, es importante el estudio urbano en la ubicación de este tipo de comercio, su ubicación dependerá que tanto afecte su entorno y como trasciende

con el tiempo. Por tanto, las municipalidades tienen la responsabilidad del emplazamiento en las zonas correspondientes y las normativas a seguir.

Los mercados minoristas en su tipología de ubicación también se categorizan en mercados urbanos y mercados rurales (García, 2003, p. 16).

- Mercado urbano

Están dentro de un establecimiento donde se ofrecen productos perecibles, no perecibles como productos de limpieza, muebles, zapatos, ropa, mercería, etc.

Por su envergadura generalmente son detallistas o de gran número de puestos como mercado de mayoreo, supermercado, mercado central, esto dependerá de la cantidad de población a servir.



Figura 3: Mercado de Surquillo N° 1. Lima, Perú. Recuperado de <https://xixerone.com/el-mercado-del-surquillo-el-paraiso-de-los-amantes-de-la-gastronomia-peruana.html>

El mercado minorista de N° 1 de Surquillo en Lima de la figura 3 es un mercado de ciudad con gran variedad de productos traídos de diferentes provincias, adicionando el servicio de salubridad de cada puesto y productos. Tiene gran acogida de los pobladores, profesionales de la gastronomía y turistas.

- Mercado rural

Los mercados ubicados en zona rural por su condición local y económica de regular a baja, los servicios que ofrece el mercado son para los usuarios como agricultores, ganaderos, campesinos, entre otros. Siendo los productos de uso de

consumo perecedero, semillas, fertilizantes, productos para ganado, avícola, entre otros.

- Mercados de la ciudad de Huarmey

Se distinguen en dos tipos dentro de distrito del mismo nombre, ya antes mencionados mercado urbano por sus características de desarrollo se ubica en centro cívico, en un establecimiento que llegó a desbordar en la informalidad estableciéndose también en las calles de sus alrededores.

El otro mercado informal por sus características de abastecerse directamente de chacras y puestos rudimentarios se distingue como un mercado rural al margen del río Huarmey llamado “La paradita” de funcionamiento diario.

Indicador 3: Mercado feria

Son los puestos armados provisionalmente puestos en plaza, donde la venta en pequeñas cantidades traídos directas de zonas agrícolas, productores o vendedores que promocionen sus productos; su temporalidad dependerá de los permisos obtenidos de la autoridad del mercado (Bracamonte, 2006, p.23).

En la actualidad existe distinción por el tipo de venta especializada, entre ellas tenemos: Ferias agropecuarias, ferias artesanales, ferias gastronómicas y ferias costumbristas referidas a las festividades o eventos culturales.

No obstante, por su espontaneidad también se tiene las ferias libres ubicadas en la vía pública generalmente en plazas avenidas principales sin ordenamiento, la venta es al detalle al público en general (Hallon, 2015, p.10).

La problemática radica en su temporalidad de las ferias haciendo caso omiso, por tanto, es compromiso del municipio establecer parámetros o normativas que promuevan el orden público. Caso contrario en provincias donde se mantiene el respeto en su mayoría, como en la Ciudad de Huarmey, aunque las difusiones de las ferias son escasas o contar con bajos recursos de los mismos emprendedores que promocionan sus productos como muestra la figura 4 en una feria tradicional de “Frutos de la Tierra 2017” en la ciudad de Huarmey.



Figura 4: Ecoferia de productos agroecológicos “Frutos de la Tierra” 2017. Recuperado de web <https://ancashaldia.com>

Dimensión 2: Arquitectura integrada al entorno

Bracamonte (2006) explica que la forma arquitectónica debe complementar a la tipología del lugar, buscar la influencia de las construcciones cercanas e integrar la naturaleza de su entorno para conjugar en el paisaje urbano, complementar su infraestructura y que exista un lazo de comunicación con las actividades del lugar (p. 59).

Los criterios de análisis según Broadbent (como citaron Cifuentes y Yon, 1982, p. 55) señala es un medio de conciliación entre el entorno natural y las dinámicas del poblador de sus aspectos sociales, culturales, económicas. En el proceso del diseño se antepone el análisis para determinar su forma y emplazamiento como la topografía, clima, arborización, proyectos planteados, entre otros.

Incluso en el emplazamiento de un mercado debe facilitar una integración física perceptible en la accesibilidad, actividades existentes mejorando las funciones comerciales sin dejar de mantener la salubridad de los productos que ofrece sin perturbar el entorno interno y externo.

Para ello, en el proyecto de investigación ubicado en el asentamiento humano de Huarmey se dispone su estudio tomando en cuenta su geografía, desarrollo económico, contexto natural y accesibilidad visto en cada uno de los indicadores.

Indicador 1: Perfil urbano

Perfil se entiende como el contorno de un elemento, esta silueta representa la forma de la figura. En el paisaje urbano la arquitectónica debe acceder a integrar en las formas de su entorno, en concordancia a las actividades sociales, comerciales, industriales, entre otros que se desarrollen en la zona (Bracamonte, 2006, p. 21).

Bosch (2004) hace énfasis cuando esta se modifica en el transcurso del tiempo, las edificaciones aumentan perdiendo su origen natural del paisaje urbano, por tanto, recomienda revalorar, respetar y preservar su morfología "línea del perfil" (p. 61).

Por tanto, al proyectar una edificación no solo se respetará normas establecidas de edificación, sino la concordancia con el entorno natural, valorando las actividades urbanas, costumbres en su conjunto, complementando una armonía visual; para la edificación de un mercado se dispone un perfil urbano conciliador a otros comercios dispersos, concentración de público interactuando y atractivo de visitarlo sin romper el esquema de su entorno.

Indicador 2: Vegetación

La vegetación es un aporte al diseño arquitectónico confortable, los beneficios que se le puede dar a una edificación son las siguientes: gradúa el ingreso del aire, equilibra la temperatura en los exteriores y crea microclimas; además es un aporte acústico, contrarresta la contaminación ambiental dando un estado de tranquilidad y calma (Bracamonte, 2006, p. 61).

Al incorporar en el diseño la vegetación existente o nueva se debe tener en cuenta las características propias de la planta como las hojas, su temporalidad estacionaria puede controlar el ingreso de luz e ingreso de rayos solares. Al incorporar los arboles es espacios más abiertos también se forman microclimas, disminuir el choque de los vientos al cortar vientos, especies zonales donde sus hojas puedan bordear pequeños climas.

Para Grujic (2011) integrar la vegetación en la arquitectura se dispone de sistemas constructivos integradores clasificándose en cubiertas y paredes (p. 6).

- **Cubiertas**

Denominado también como techo verde, su composición dispone de un sistema de capas, sustratos, materiales inorgánicos que permite el crecimiento de las mismas. El sistema funciona por la capa de filtración permite solo el paso del agua, disgregando los elementos orgánicos, además evita el exceso de agua. Generalmente por sus características pueden ser extensivos o intensivos; la primera con un sustrato menos de 15cm; las intensivos tiene de sustratos de 15cm, 30cm o más, riego de agua con nutrientes. Con respecto a la estructura del edificio esta va soportar su propio peso como construcción más la vegetación y piso del sustrato (Grujic, 2011, pp. 9-10).

- **Vegetación piel envolvente**

Este sistema de estructuras incorpora paneles pre cultivados para las plantas en crecimiento de manera verticales como los helechos, arbustos enanos, florales, etc. El sistema reúne capas de sustratos y plantas (Grujic, 2011, p. 12).

- **Sistema Hidropónico**

Según el Centro de Investigación de Hidroponía y Nutrición Minera I(2018) describe este sistema de cultivo sin utilizar el suelo o tierra de cultivo. Como son en suelos áridos, cerro, jardines o techos en viviendas, centros educativos, manteniendo la salubridad, menor consumo de agua y no contamina el ambiente por no tener uso de fertilizantes. Puede formar parte de una actividad cotidiana para ingresos económicos (p.2).

Por tanto, la hidroponía puede ser ventajoso es zonas de poca producción como Huarmey que vive de la agricultura, mientras se recuperan de las pérdidas o deterioro de sus parcelas de cultivo por el fenómeno del Niño 2017. Formando parte de su edificación o construcciones con áreas complementarias.

Indicador 3: Accesibilidad

La accesibilidad es la comunicación inmediata entre el edificio y el exterior, el autor recomienda vías de acceso fluidas tanto para el público en general en el acceso y salida de productos. Para ello deben contar con accesos con la capacidad adecuado en un radio de acción. Entre los elementos de accesibilidad tenemos: las rampas, ingresos diferenciados, espacios de maniobra, señales de ingreso y salida;

en una continuidad interna de circulaciones conformados por los ingresos verticales, pasadizos y patio interno (Bracamonte, 2006, p. 28).

En el planteamiento de un mercado minorista se establece un estudio de impacto vial del entorno mediano e inmediato que facilite la accesibilidad de transporte público, transporte de abastecimiento y peatonal. El análisis consta en la problemática de falta de infraestructura, diferenciación de carriles, falta de acceso peatonal, inexistencia de acceso para personas discapacitadas, falta de estacionamientos y señalización de vías.

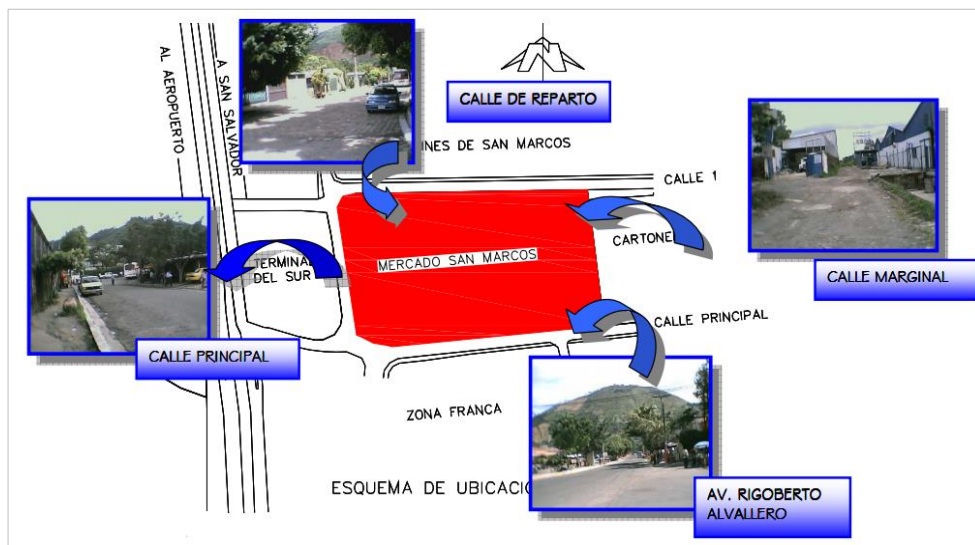


Figura 5: Análisis del entorno del proyecto mercado San Marcos. Gómez, 2006. Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/4357/1/Anteproyecto%20arquitect%C3%ADnico%20del%20mercado%20de%20San%20Marcos.pdf>

En la figura 5 muestra el análisis del entorno del Anteproyecto de mercado de San Marcos, realizado por Gómez (2006) el cual analiza la problemática de accesibilidad tomando como referencia la ubicación del proyecto con los puntos de impacto vial (peatonal y vehicular) y antecedentes de gestiones municipales anteriores (p.57).

Dimensión 3: Espacialidad

Los espacios son reconocidos por las limitaciones que se les da y estas a su vez son los bordes en la composición del espacio. Es por ello, de su importancia en la arquitectura al integrarse a un entorno.

Como objeto arquitectónico Cifuentes (como citó Bracamonte, 2006, p. 72) se estable la forma de acuerdo a las características de su entorno para ser reconocido donde les facilite desarrollar sus actividades diarias.

Según Bracamonte (2006) la espacialidad interna parte de la necesidad del usuario, seguido de los criterios de dimensionamiento de población a servir, los espacios internos cumplen un uso y/o función distribuidos por áreas y zonas facilitando desplazamiento interno. Los espacios de mayor uso son el área de venta, estacionamiento vehicular, zona de control higiene, área de almacenamiento de productos, zonas administrativas, entre otros (pp. 28-29).

Otra definición de espacialidad es la apropiación que le da el hombre al coexistir en el espacio mediante la percepción de los sentidos estableciendo un significado propio “espacio estético” donde las actividades se convierten en experiencia emocionales (Calduch, 2011, p.14). Por tanto, una de las características de la espacialidad no solo es la función el cual fue delimitada, sino también que carga un significado individual o colectivo de sentimientos, acciones y costumbres.

Indicador 1: Cubierta

Término utilizado para referirse a los elementos que cubren, protegen, se unen los elementos estructurales para dan forman a la edificación. En acuerdo con Bracamonte, al establecer cubiertas adecuadas, cumplimiento con las normativas de construcción, el diseño dependerá del uso de materiales adecuados para cubrir grandes luces, alturas que permita la ventilación y facilitar las instalaciones necesarias que darán confort al local (Bracamonte, 2006, p. 62).

Los elementos que cubre en los mercados son las cubiertas o techos en general como menciona García (2003) este debe permitir el ingreso de la ventilación natural teniendo el conocimiento de la dirección de los vientos el cual se dispondrá la ventilación cruzada, además de otros factores climáticos como lluvias y humedad que requieren instalaciones o sistemas de evacuación de agua en caso de precipitaciones (p. 32)

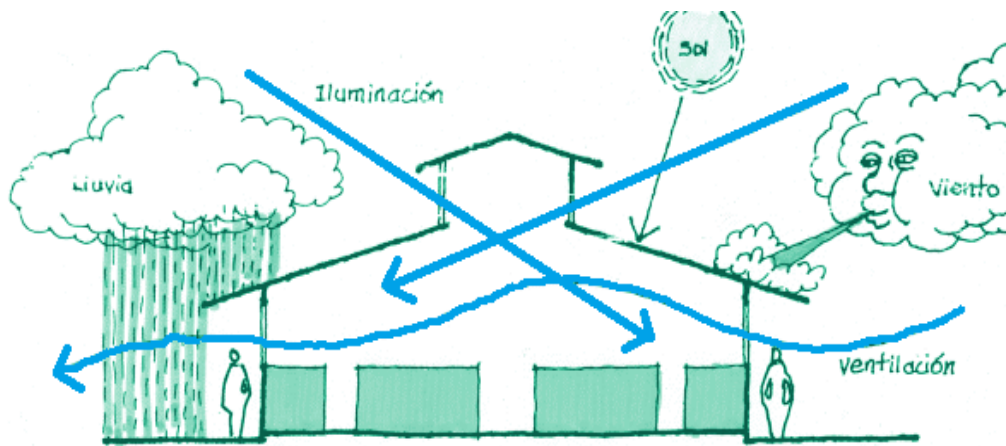


Figura 6: Protección de la lluvia, el sol y el viento. García, 2003. Recuperado de http://www.bvsde.org.ni/Web_textos/INIFOM/INIFOM0005/Manualdemercados.pdf

Las edificaciones comerciales de gran envergadura como centro comercial, mercados mayoristas, mercados minoristas, ferias, etc. suelen utilizar cubiertas ligeras para grandes luces, los cuales existen varios tipos en el mercado. Entre los sistemas más conocidos tenemos: Estructura por cercha planas o combinadas, cerchas curvas y estructuras espaciales. Esta última tiene mayor flexibilidad en las formas que se quieran aplicar a los diseños arquitectónicos.

- Malla espacial

Según Engel (2001) es un tipo de estructura espacial de vector activo, se entiende como la composición de elementos cortos, rectos que son las barras unidas por triangulación formas unidades estables al ser articuladas en su conjunto forman un mecanismo de transmisión de cargas y re direccionando las fuerzas de tracción y compresión. Las características de este sistema es la triangulación y unión de nudos (p. 133).

En la figura 7 se armó la malla espacial por tramos in situ para un espacio público en la estación Euskotren, para un área de 450m², lo cual la estructura espacial es curva a grandes luces que permite una accesibilidad más limpia para el transeúnte.



Figura 7: Cubierta espacial Euskotren. San Sebastián, España. Recuperado de <http://www.lanik.com/es/estacion-euskotren>

Indicador 2: Estructura

Conformado por la parte física que da resistencia a la edificación, portando cargas desde su propio peso como externas. Los elementos estructurales en un mercado tenemos los muros que funciona como cerramiento a los espacios y protección contra agentes externos el piso en materiales antideslizantes de fácil mantenimiento incluso los acabados forman parte de la estructura, conformados como estético, seguridad y confortables de accesibilidad (Bracamonte 2006, p. 63).

Técnicamente Engel (2001) explica la misión de la estructura como trasmisor de fuerzas mediante sucesos internos, sin esta cualidad de transmitir cargas no se tendría estabilidad propia y obviamente externa. Estos sucesos internos se le conoce como flujo de fuerzas cuya función principal tiene de recibir cargas, flujo de cargas y transmitirlos (p.23).

La forma estructural está ligada a la forma arquitectónica, como concepto se independiza esta última por conformar la forma en envolvente de lo abstracto. La estructura como unidad forma un sistema que arma el esqueleto de soporte y sostén (Charleson, 2007, p, 36).

Los sistemas estructurales o esqueleto estarían compuestos por las vigas, columnas, pilares, muros de arriostramiento, revestimientos, estructuras de acero como coberturas entre otros.

Es por ello, la importancia de la estructura, no solo define la forma de edificio sino también cumple con la estabilidad, soporte ante agentes internos, externos que están fuera de un control exacto, pero puede ser medible para su resistencia a sobrellevar con el entorno.

Además, cabe resaltar en las edificaciones comerciales de gran envergadura se hace uso de sistemas estructurales para grandes luces. Engel (2001) menciona los diversos sistemas estructurales como: estructurales de vigas, estructura de pórticos, retículas de vigas y estructura de losas. Se caracteriza por ser instrumentos lineales sólidos con rigidez para su compactación y transmiten sus cargas mediante movimientos seccionales (p.41).

Relacionando a la complejidad del proyecto se considera el uso de estructura de losas en el sistema de Postensado al ser un sistema de grandes luces, optimización de las alturas, menor tiempos de construcción y sistema antisísmico apropiado para la zona sísmica de Huarmey.

Indicador 3: Sectorización

La sectorización en un mercado se define por las funciones que cumplen un ambiente o zona para servicio interno, como las áreas de mantenimiento, descarga de mercadería, administrativa o área de ventas, esta última área es importante en su estudio, por la salubridad, limpieza e instalaciones requeridas, las más importantes tenemos La zona húmeda, semihúmeda y zona seca (Bracamonte, 2006, p. 23).

La comercialización interna de un mercado se distribuye por sectores, así lo afirma Auyón (2016) la sectorización facilita la transacción comercial teniendo las zonas de ventas, zona de control e higiene, zona administrativa.

Zona de ventas

Auyón (2016) define como la zona de exhibición y transacción comercial de los productos, el tipo de productos dependerá de la tipología del servicio del mercado (p. 26). Para los mercados tradicionales comprende las áreas por el tipo de productos perecibles. Tenemos las siguientes áreas:

- Área Húmeda

Conformado por productos que para su comercialización y salubridad necesita instalaciones de agua para los productos cárnicos, lácteos, pescados y mariscos. Los equipamientos son las congeladoras, bascula, cortadora de carnes, mostradores, entre otros implementos que faciliten el buen servicio al público.

- Área semi-húmeda

De igual forma que los productos húmedos, los semi-húmedos necesitan instalaciones de agua para la limpieza y lavado de los mismos; incluso instalaciones eléctricas para los puestos de juguería, verduras, legumbres, tubérculos, puestos de comida, entre otros.

- Área seca

En esta área no es necesario la instalación de agua, pero si instalación eléctrica por el tiempo de venta durante el día. Se tiene los siguientes rubros abarrotos, semillas, ropa, calzados, servicios de reparación de equipos tecnológicos, servicios estéticos, etc.

- Servicios sanitarios públicos

Corresponde las áreas para las necesidades fisiológicas de uso público, se ubican en espacios indirectos, a una distancia prudente al área de venta fuera de la visión de algún ingreso principal. Se distinguen por baños para mujeres y varones, además debe evitarse vista directa a los baños (Auyón, 2016, pp. 27- 28).

La aplicación en caso de estudio se requiere sectorizar cada área cumpliendo una función específica, según lo reglamentario y necesidades del mismo poblador descritas en cuadro de necesidades previa consulta de estudio. Incluye las áreas complementarias como agencias financieras, área de entretenimiento y guardería.

Zona de control e higiene

Comprende las áreas responsables en el ingreso de productos con un control de calidad, limpieza, salubridad de los mismo. Contará con un solo ingreso así asegurar un óptimo funcionamiento. Los horarios de mayor dinámica de ingreso son entre 6:00 a 8:00am para los mercados minoristas.

En la zona de control e higiene abarcan las siguientes áreas: control, área de carga y descarga, área de lavado, área de almacenamiento, laboratorio de control de calidad y área de basura.

- Área de carga y descarga

Se ubica directo al estacionamiento de descarga y el área de control, el cual al ser registrado e inspeccionado se puede manipular para el almacenamiento o envío al puesto correspondiente. El traslado mediante carretas o montacargas de los productos como carnes, frutas, verduras serán los de mayor movimiento.

- Área de almacenamiento

Conforma las áreas para almacenar la mercadería en un tiempo específico facilitando al vendedor suministrarse con prontitud sus productos. El ingreso para el almacenamiento es independiente con un control y patio de maniobra. La distribución del almacenamiento se distingue por el tipo de productos a almacenar por su tipo de conservación, tenemos los frigoríficos de congelación, frigoríficos de cárnicos que requieren mayor temperatura para su conservación.

- Área de basura

Su ubicación debe ser separada de área de venta, la dimensión dependerá la cantidad de desperdicios que genere el mercado, es aconsejable seleccionar por tipo de residuo. Según Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004) en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto contempla un área de lavado para el equipamiento de basureros en el área de venta y contenedores para los servicios internos (p.44).

En el área de basura para mayor control sanitario se puede gestionar un control de residuos como un aporte a la conservación ambiental, en acuerdo a la publicación del Ministerio de Industria Turismo y Comercio (2004) de España, describe la disposición de mercados municipales en integrar el servicio de buenas prácticas en reciclaje dando un servicio de mayor calidad para la familia consumidora (p.2).

La figura 8 describe las buenas practicas según el tipo de producto aplicados en la gestión de mercados municipales modelos de España. Establecen la participación del comerciante como vendedor y transmitirlo al comprador a la vez la gestión de servicios interno tendrá las instalaciones adecuadas para el recojo selectivo de los residuos sólidos.

Establecimiento	Fracción de residuo	Tipo de residuo
Frutas y verduras 	Materia orgánica Plástico Madera Cartón	Restos vegetales (hojas, frutas y verduras en mal estado, etc.) Cajas de distribución, alvéolos protectores, bolsas Cajas de distribución Cajas, alvéolos protectores
Carnes 	Materia orgánica Plástico Papel Cartón	Restos cárnicos (piel, huesos, grasas, casquería, etc.) Cajas de distribución, bolsas, bandejas de porexpan, film de embalar, hueveras (sólo en aves), etc. Papel satinado de envolver Cajas, hueveras (sólo en aves), etc.
Pescados y mariscos 	Materia orgánica Plástico Madera Cartón	Piel, espinas y vísceras Cajas de porexpan, mallas, film, cajas de distribución, bolsas de hielo Cajas de distribución Cajas
Otros productos de alimentación 	Materia orgánica Plástico Cartón Madera Otros (metales-bricks)	Espinas de bacalao, restos legumbres cocidas y sobras de comida preparada, alimentos en mal estado, etc. Envases, bolsas, film de embalar, bandejas de porexpan Cajas Cajas Latas de conserva, cartón de bricks de leche, etc.
No alimentación 	Cartón Plástico	Cajas Bolsas
Servicios 	Materia orgánica Plástico Cartón Vidrio Otros (metales-bricks)	Restos café, restos de comida, etc. Bolsas, film embalar, botellas Cajas Botellas no retornables y envases Latas de conserva, cartón de bricks de leche, etc.

Figura 8: Clasificación de residuos de productos alimenticios en los mercados. Gestión de los Residuos de los mercados municipales, 2014. Recuperado de http://www.comercio.es/es-ES/comercio-interior/Distribucion-Comercial-Estadisticas-y-Estudios/Pdf/GuiaResiduosMercadosMinoristas_2004.pdf

Por tanto, esto parte desde la gestión de Dirección del mercado, seguida de los comerciantes a la par con el personal de servicio en el transporte y concluyendo en el usuario en general de fomentar la conciencia ambiental.

Zona de servicios

Los espacios de servicios están destinados para uso interno y ciertas áreas para el público comprador. Méndez (2009) define como espacios que cumplen un servicio a las necesidades que requieran en el mercado generalmente son emplazados por los agentes (vendedores, cargadores, empleados) y por momentos los usuarios (p.84).

La zona de servicios se tienen las áreas de Servicio sanitario, área de limpieza, basurero, mantenimiento y estacionamiento.

- Servicios sanitarios

Esta dentro de las áreas de servicios de la edificación. Para Bracamonte (2006) es importante la ubicación al diseñar estos espacios que permita una ventilación cruzada e iluminada, según la capacidad del mercado se calculará un núcleo o más. Cada núcleo será diferenciado (sexo) incluyendo servicios para personas con discapacidad (p.29).

Los servicios sanitarios se distinguen para uso de público (ubicación zona de ventas) y para uso interno de los empleados del mercado. En el RNE (2018) en el artículo 20 puntualiza la ubicación cercana a las circulaciones verticales y accesos inmediatos (p.221).

Los servicios higiénicos para personas con discapacidad o discapacidad limitada los servicios pueden estar integrados o independizarse adicional al cálculo previsto de aparatos sanitarios.

- Estacionamientos

En el diseño de proyecto de mercado debe haber distinción entre el área de estacionamiento para el público y estacionamiento de mercadería. En acuerdo con Bracamonte (2006) la distribución del proyecto debe limitar el área de estacionamiento por el tipo de vehículo particular o menor para uso público

De igual manera para los estacionamientos de descarga será diseñado puntualmente para vehículos de carga media que puedan acceder al predio o externo dentro del área del terreno. En el RNE (2018) establece su ubicación dentro del predio, si hubiese alguna restricción puede ubicarse colindante o dentro de una distancia de no será mayor a 200m (p.222). Si está dentro del predio debe contar con patio de maniobra para los vehículos de carga.

Debemos reconocer el entorno de acceso vehicular de la ciudad de Huarmey donde se prioriza la movilidad menor en el uso de mototaxis, seguido de autos particulares colectivos, minivan; los de tránsito intenso en la Carretera Panamericana se tiene los camiones de carga y buses interprovinciales.

Zona administrativa

El área administrativa tiene una ubicación estratégica que pueda visualizar el funcionamiento de zona de ventas como las zonas de control e higiene. Al igual hacer seguimiento a las áreas de almacenamiento y mantenimiento (Bracamonte, 2006, p. 29).

La función principal es gestionar el funcionamiento correcto del mercado ya sea administrativa, contable, actividades, mantenimiento, entre otros.

Circulaciones

Según Auyón (2016) la circulación para un mercado se clasifica en primer orden cuando el acceso y salida es del usuario; su desplazamiento en áreas como estacionamiento de público, zonas de servicios, dentro del perímetro del establecimiento con distancia de anchura de 2.50m. Las de segundo orden compete a los empleados para los ingresos al establecimiento hacia los puestos, descarga de mercadería y zona de servicios con un ancho de 1.50m (p.30).

Por último, la circulación que pueden ser horizontal o vertical. En la circulación vertical se dará uso escalera para el público, ascensores, ascensores telescópicos en caso se aplique diseño decorativo, escaleras de evacuación reglamentaria, escalera de servicio del personal y si los almacenes se ubicasen en el sótano se utilizará montacargas hidráulico.

Variable 2: Cohesión Urbana

La cohesión a nivel urbana cumple la función de integrar, intervenir en espacios desagradados por diversos factores de planeación, deterioro o periferias en crecimiento. Toma como base de datos aspectos del desarrollo como ciudad estándar básico de calidad de vida para cuando al intervenir a nivel urbano puedan detectar los intersticios.

Las intervenciones urbanas conllevan estrategias no solo de infraestructura, sino espacios generadores de actividades urbanas que son el ámbito económico, cultural y social. Es por ello se dispone del concepto de diferentes autores.

Definición

Marques de Oliveira (2015) sostiene que la cohesión parte de una definición global en la acción de juntar, agrupar, en concordia entre dos elementos. En el ámbito urbano se entiende la definición a escala menor y específica en su interconexión entre dos espacios urbanos que por factores externos una perdió su valor, limitando su accesibilidad, la cohesión en su accionar dispone de cualidades sociales y económicas que refuerzan esta integración fomentando la continuidad, identidad y permanencia mediante estrategias de planeación urbana es posible localizar estas deficiencias y ser tratadas (pp. 63-64).

Para Gutiérrez (2013) la cohesión puede ser vista en dos dimensiones lo real existente en las actividades sociales con respecto al desarrollo económico, cultural para determinar la cohesión estas son analizadas si cumplen las condiciones de ser dinámicas, activas y constantes; teniendo un estudio de planeación urbana más específica al proponer un proyecto en sectores con intersticios logrando la conexión deseada (p. 46).

Para Sasa (2017) lo considera una manera de pensar, ubicar los métodos integradores estratégicamente en el desarrollo urbano, vinculando espacios dispersos social, económica y actividades de permanencia (p. 34).

Los criterios de análisis de Quintero (2016) lo define como un atributo con objetivos específicos tomando en cuenta las características observables, guiando en dos puntos en su aplicación, la Cohesión absoluta donde su objetivo son los perfiles urbanos de integración y la cohesión funcional donde mide la accesibilidad de distintos puntos donde se desarrollen actividades urbanas (p. 19).

Por tanto, la cohesión urbana permite detectar las carencias de espacios en deficiencia de actividad urbanas o deterioro de las mismas buscando rescatar la funcionalidad del sector afectado y estos espacios disgregados, trazando conectores que se anclen y regeneren las actividades urbanas dinámicas mediante espacios públicos o equipamientos activos.

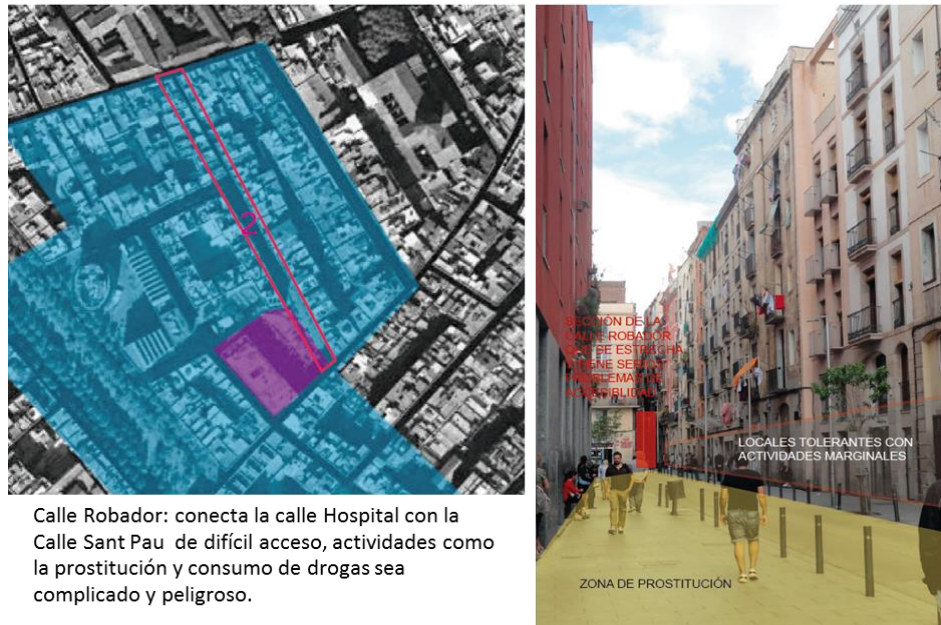


Figura 9: Análisis de zona de influencia: Calle Robador. Gutiérrez, E. (2013). Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/44870>

De la figura 9 pertenece al proyecto de cohesión urbana de la calle Robador en España, al integrar la accesibilidad peatonal hasta la calle Hospital recuperando espacios públicos dignos.

Dimensión 1: Generación de apropiación

Marques de Oliveira (2015) describe lo permisibles que puede ser espacio urbano cohesivo, donde el hombre tiene la capacidad de adaptación a diversos medios culturales, funcionales, colectivos que permitan satisfacer sus necesidades independientes o grupales al interactuar con su localidad genera sus preferencias, define espacios, da jerarquía por las actividades que les facilita realizar. Los principales puntos para la cohesión generen apropiación es por su identidad, accesibilidad, diversidad de funciones y usuarios (pp. 254-255).

En acuerdo con el autor los espacios urbanos tienen funciones o zonas diversas, será promotor de espacios de igualdad de servicios generando lo atractivo a diferentes usuarios con estereotipos distintivos, pero con la capacidad de coexistir en un medio que facilite satisfacer sus necesidades.

Es por ello que la arquitectura espacial se entrelaza a las relaciones sociales así lo afirma Sassano (2001) esta dinámica constante trasciende en el tiempo cuya función inicial puede ser consecuente, cambiar o ser ausente, pero como elemento unificador se mantiene en la memoria de las experiencias vividas de una sociedad que compartió sus acciones en este entorno espacial (p. 115).

Por tanto, el ente principal de aceptación y conceptualizar su espacio como propio es el poblador, el espacio común público no será ajeno a sus actividades en el cual puede expresar e interactuar, fue un establecimiento, parques, comercios diversos, entre otros.

Para los mercados es un caso adicional a un factor económico se adiciona las costumbres, culturas donde se mezclan estas dinámicas que son fusionadas, aprendidas generando su apropiación en la sociedad, y como espacio causante de actividades constantes.

Indicador 1: Identidad

Marques de Oliveira (2015) define la identidad en un factor importante en la cohesión urbana, al ser activa en los ciudadanos o percibida a nivel personal o grupo social para darle una definición al lugar, pueden darse en jerarquía de acuerdo a su importancia, experiencia o emocional, formándose un vínculo entre el símbolo representativo temporal y las personas que viven en su entorno (p. 256).

Trayendo la definición de Marques de Oliveira en un contexto vivencial, ya realizado en Perú por la arquitecta Miranda (2012) expone que “es el resultado de los grandes cambios, sociales, culturales y económicos, es decir el sentido de la permanencia de la ciudad”. Dando alusión a las transformaciones de la ciudad en el tiempo como se integra la cultura de una edificación o como se vuelve obsoleta ante la modernidad sin criterio de integración de la cultura, historia o tecnología ambiental (párr. 14).

Según Adams, Maguire y Burn (como citó Flores, 2012, p. 29) lo definen como algo constante dinámico, cambiante. criterios tomados en cuenta al diseñar o planear una ciudad al conocer las características del contexto urbano en los espacios públicos que carecen de este factor; teniendo como objetivo generar en cada poblador un concepto de lo tiene, la preferencia a ser parte de ella dando calidad al espacio vivido.

Indicador 2: Diversidad de funciones

Para Marques de Oliveira (2015) la diversidad de funciones es la mezcla apropiada de las funciones urbanas con el propósito de formar dinámicas sociales y económicas en conexión de los espacios públicos accesibles en su conjunto la permanencia es equilibrada. En la planeación urbana determina, diversificar las zonas por uso residencial, comercio, industrial, espacios públicos entre otros; todas ellas cumplen un objetivo en común satisfacer las necesidades del usuario o comunidad (p. 256).

Una comunidad activa está compuesta por las funciones de servicio, producción, gobierno local, salud, educación y espacios públicos; el cual, demuestra la cohesión al disponer estas conexiones sociales ligados a su cultura y costumbres y tradiciones (Orduna, 2012, p.29). Por tanto, la planeación urbana toma el papel de impulsar y promover estas agrupaciones que por las funciones que cumplen mejoran la economía, el entorno, como los equipamientos urbanos, espacios públicos de calidad, motivando al progreso de la comunidad.

Indicador 3: Diversidad de usuarios

Es la coexistencia de diferentes personas en un entorno o sociedad, en sus actividades, distintos usos referidos a las zonas de espacio vivencial, espacios públicos, sujetos a normas, pero a la vez con la libertad de desarrollarse en un ambiente que le permita una calidad de vida grata con la capacidad de adaptación y apropiación (Marques de Oliveira, 2015, p. 256).

Para Berroeta y Vidal (como citó Ariza y García, 2016, p. 144) La diversidad de usuarios en su conjunto se califica como “público” de una comunidad, pueblo, regido por normas sociales y políticas. Estas normas a su vez rigen el orden social. Esto quiere decir desde la individualidad como persona son sus hábitos y

costumbres se establecen integrándose a la comunidad permitiendo la interacción con su comunidad y su entorno natural; anteponiéndose un orden urbano previsto por las autoridades mediante reglas y normal que facilite la calidad de vida.

Es por ello, para la ciudad de Huarmey la diversidad de usuarios es próxima tanto por sus actividades comerciales tradiciones, poblador urbano, pescadores, agricultores, ganaderos, y visitantes como turistas o trabajadores de las minas, por tanto, es beneficioso para desarrollar proyectos urbanos que den calidad de vida e integración de la ciudad.

Dimensión 2: Conexión urbana

Referidas a la acción de conectar o relacionarse con otros elementos; en la cohesión urbana según Marques de Oliveira (2015) señala que la conexión urbana está representada por “líneas” que se interconectan a puntos estratégicos (lugar de funciones o equipamiento); este sistema de puntos y líneas que no solo será elemento de comunicación urbana sino también promoverá las dinámicas económicas e interacción social (p. 22).

Las accesibilidades se determinan por nudos de conexión referidos a las actividades, equipamientos de uso o servicios de permanencia sujetas permanentemente a las redes de flujo vial.

La conexión no se limita al sector afectado Según Gutiérrez (2013) al integrarse físicamente una red de barrio a la ciudad estas promueven la interacción con otras partes de la ciudad, es por ello, en el estudio de los barrio o sector afectado de debe conocer los espacios públicos que serán conectores a un sistema mayor de enlaces con la ciudad (p. 59).

Indicador 1: infraestructura de servicios

Se encuentra los servicios básicos en un espacio urbanizado o urbanizable, tenemos el agua, luz, comunicaciones, alumbrado público, desagüe, recojo de basura, internet. En la actualidad son elementos indispensables para la subsistencia en las ciudades de manejo del estado o privado, permite la consolidación urbana en la áreas periurbanas o discontinuas (Marques de Oliveira, 2015, p. 69).

Londra (2017) sostiene si existiese la ausencia en el abastecimiento de servicios como agua, luz, limpieza y transporte público entre otros, entonces disminuirá el mercado laboral y conexiones sociales. Goytia (como cito Londra, 2017) el déficit de los servicios en los sectores pobres no solo es tema de los proyectos políticos sociales sino implica el planeamiento urbano; al no tener servicios afecta negativamente la productividad (párr. 2).

En acuerdo con Goytia al déficit de servicios con respecto a la productividad se vuelve una cadena de pobreza para la sociedad desde servicios precarios como afecta al habitante, la calidad de vida es afectada en la salud, educación, laboral, mal nutrición, déficit de transporte, inseguridad, etc.

La falta de infraestructura de servicios es propia del desarrollo de las ciudades en crecimiento y migraciones de otras regiones estableciéndose en las periferias de manera informal requiriendo un proceso de formalidad y disposición de los planes urbanos del municipio para integrarlos a la ciudad con los servicios básicos indispensables de un sector urbanizado.

En consecuencia, la importancia de un Plan de desarrollo Urbano previsto por el municipio a cargo se prevé los servicios necesarios para tener espacios aptos de establecer una vivienda, comercio, servicio de salud, transporte, etc. incluso en la proyección a futuro en el desplazamiento de la ciudad.

Indicador 2: Cobertura vial

La cobertura vial está conformada por redes de transporte público que articulan la ciudad de manera ordenada. Estas vías se desplazan en los bordes urbanos hasta su destino en los equipamientos o servicios que requiere el usuario. La infraestructura demarca circulaciones creando huellas de accesibilidad facilitando al usuario en su desplazamiento en distintas redes internas, el autor sostiene a más conexiones diversas, mayor será la disposición de integrarse a recorridos distintos y al mismo tiempo captar a otros usuarios foráneos (Marques de Oliveira, 2015, p.191).

El transporte público es medible por su calidad al formar parte de una proyección continua de la ciudad hacia el futuro, donde la movilidad y el crecimiento

urbano se integren cordialmente, cohesionando no solo en ciudad sino a escala urbano y barrio dando calidad a los espacios públicos (Gutiérrez, 2013, párr. 1).

En la ciudad de Huarmey la cobertura vial alberga la vía nacional y regional con la Carretera Panamericana, la vía principal Av. Olivar, vías secundarias y otras vías sin asfaltar que integran a zonas agrícolas. Cabe resaltar el tipo de movilidad de mayor demanda son los autos particulares y vehículos menores principalmente los mototaxis.

Indicador 3: Infraestructura peatonal

Se refiere a la disponibilidad de una infraestructura para uso peatonal y ciclovías. Para Marques de Oliveira (2015) citando a Department de transporte. UK Government 2007; la infraestructura puede ser independientes o implementación de una vía vehicular, la importancia de esta es que forma parte en la medición para la cohesión a escala urbana articulando distancias próximas locales, por tanto, la acción de caminar debe ser segura, agradable y saludable sujetas a su apropiación (p. 192).

La red peatonal permite el desplazamiento continuo al contacto con el ser humano con nuestros sentidos al visualizar, escuchar, descansar, realizar actividades físicas en el entorno urbano. Las variedades de estos equipamientos cumplen un fin, caso de la iluminación que nos da seguridad, las señales de tránsito (precaución), mobiliario (confort), áreas verdes (oxigenación, esparcimiento, entre otros (Guío, 2010, p. 184).

En el proyecto se dispone el análisis de la infraestructura peatonal como elemento indispensable y propicio de accesibilidad para un mercado municipal sectorial, sin distinción de edad ni condición física.

Dimensión 3: Actividades de permanencia

Las actividades de permanencia dependerán del grado de atractivo que tenga el espacio público o sector donde facilite estas dinámicas y acciones que determinen la preferencia. Tiene la cualidad de fortalecer los lazos culturales o costumbres al interactuar socialmente, el objetivo principal es generar en el usuario

el reconocimiento donde las acciones del usuario sean gratas y perennes (Marques de Oliveira, 2015, p. 194).

Para Marques de Oliveira (2015) citando a Borja 2003 refiérase a la diversidad propia de una población porque en su conjunto esta la distinción de cada individuo o grupo social por su cultura, hábitos, costumbres entre otras cualidades. Es la acción de interrelacionarse propias de una ciudad, promoviendo las articulaciones activas en los espacios públicos (pp. 90 - 91).

Complementando lo expuesto por el autor, la calidad urbana según Gehl (2014) es un factor que permite medir la permanencia. Describiendo algunos requisitos:

- No existe distinción por tener mayor desarrollo urbano
- En los países de poco desarrollo tienen limitaciones en los medios de transporte ocasionando que los pobladores desplazarse en masas.
- Las actividades se centralizan donde esta dinámica es limitada
- Para los países de desarrollo prima los espacios públicos de calidad social, recreativa y dinámicas que fluyen más por una necesidad de disfrute (p. 134).

En acuerdo con los autores, deben existir factores que propicien estas actividades sociales que prima la preferencia, confort y se identifique con las necesidades que quieran satisfacer. Y como lo menciona Gehl, es medible por la infraestructura de servicios que puedan brindar a la comunidad, teniendo forma de expresión social de ocio, consumo económico, alimenticios, salud, educativo, entre otros.

En el contexto de plantear un mercado sectorial entre espacios urbanos y áreas agrícolas es más la necesidad de incorporar los elementos que interconecten los existentes en la diversidad que exige la localidad. Por tanto, es imprescindible activar el proceso de desarrollo urbano mejorarlo así en el aspecto socioeconómico que brinda un mercado accesible de la mano a espacios públicos donde la expresión social genere permanencia.

Indicador 1: Espacio para caminar

Se conoce a los espacios peatonales como elemento de permanencia este debe ser accesible, amplios, con recorridos dinámicos como el uso de desniveles, uso de rampas, circulaciones ondulantes o dinámicas, recorridos directos, distinción de pavimentos. Los espacios para caminar forman parte de la apropiación en el uso de caminatas, recreación e interacción social en cortos tramos o elección de accesibilidad a otros espacios públicos contiguos (Marques de Oliveira, 2015, p. 192).

Los espacios para caminar tienen ciertas características que permiten su permanencia las cuales deben permitir recorridos, caminatas de disfrute de los espacios urbanos diversos. La interacción en espacios es mediante los sentidos socializando en las actividades que se presenten en el camino, funciones diversas e infraestructura que facilite el confort como la accesibilidad inclusiva en el uso de rampa en los desniveles. La distancia prudente para los recorridos será menor de un kilómetro en cual podrán acceder a cualquier servicio que solicite (Gehl, 2014, pp. 120 – 121).

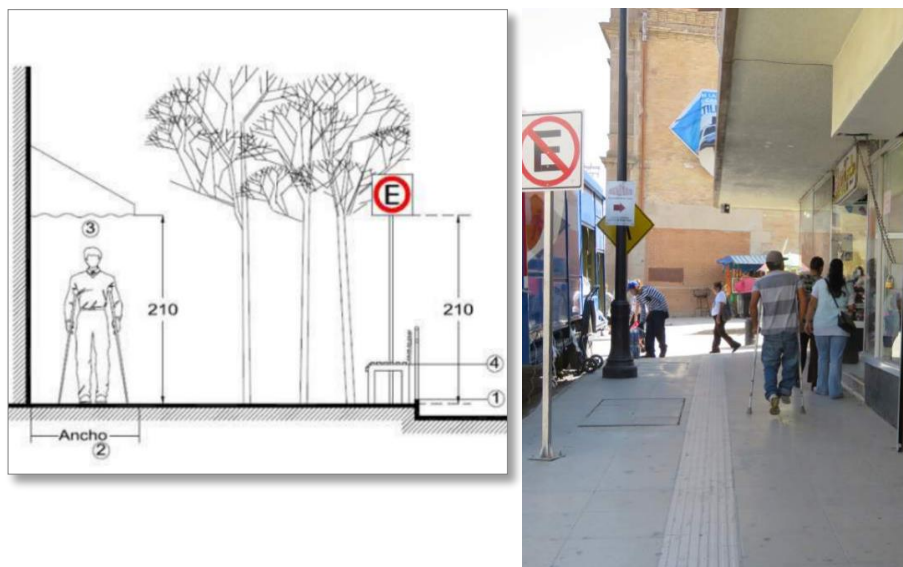


Figura 10: Guía de dirección táctiles en Saltillo. Guía de accesibilidad peatonal en Saltillo, 2014. Recuperado de http://www.implansalttillo.mx/publi/guia_infraestructura_peatonal.pdf

En la figura 10 hace énfasis a la accesibilidad integral peatonal, sobre todo a las personas con dificultades en su desplazamiento tomando como ejemplo de proyecto calle accesibles de la Guía de accesibilidad peatonal en Saltillo proyecta

veredas pavimento táctil para las personas con poca visibilidad y lineamientos normativos para el confort en recorrido como altura prudente visual de señalización para cruce peatonales, altura en el desplazamiento de una persona, retiros de toldos, banquetas que no afecten la circulación, entre otros (IMPLAN Instituto municipal de planeación Saltillo, 2014, p.27).

Indicador 2: Mobiliario urbano

Se conoce como los objetos ubicados en los espacios públicos que dan confort, estancia temporal, distribuidos de tal manera que no dificulte el desplazamiento del público. El mobiliario urbano cumple la función de encuentro, descanso, observación del paisaje urbano y promotor de interacción social. Se encuentran diseñados, distribuidos en espacios públicos dando confort en los desplazamientos, donde se interactúa solo se observa. Los elementos convencionales que encontramos son, bancos, luminarias, papeleras, contenedores, jardineras, semáforos, paneles publicitarios, farolas, máquinas de ejercicios, juegos para niños, entre otros (Marques de Oliveira, 2015, p. 195).

Cullen (como cito Segarra, 2016, p. 4) define como el elemento de menor escala en un espacio urbano para uso de los pobladores estas aumentan en cantidad a la demanda y confort al ciudadano.

Por tanto, los mobiliarios urbanos son elementos que dan en confort y descanso en los espacios públicos permisibles para tomar pausas en el desplazamiento. El diseño debe cumplir con la antropometría para los diferentes usuarios, condición de capacidades y seguridad. Tenemos diversidad como bancas de los paraderos permite la espera con sombra, luminaria e imagen publicitaria que no obstaculice la visión en el desplazamiento; otro caso son las bancas de las plazas con juegos en damero o planta ornamental, entre otros mobiliarios.

Los mobiliarios urbanos tienen un aporte tecnológico y preservar el ambiente así lo demuestra en la Guía de Mobiliarios Urbanos Sostenibles en el Ayuntamiento de Saltillo, en las figuras 11 contiene A: los semáforos como luminarias LEDs con

ahorro de energía, tiempo de duración; B: postes de luz con paneles fotovoltaicos cargados con energía renovable solar y C: banqueta de material reciclado.



Figura 11: Siarq, Mobiliario urbano Sostenible. Guía de Mobiliario Urbano Sostenible con Eficiencia Energética. Recuperado de <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM005915.pdf>

Indicador 3: Espacio público dinámico

Los espacios públicos cumplen una función importante en la permanencia en los espacios públicos y por ende un aporte en la cohesión urbana. Al ser carácter público es un medio de interacción cultural, social, recreativa, intelectuales, idealistas, políticas, entre otras expresiones del sentir social permisibles. La comunicación forma parte de las expresiones en los espacios públicos de encuentro. Dentro de las dinámicas encontramos las características físicas propias de los espacios públicos como los parques, plazas, espacios recreativos, bulevares, donde las formas, accesibilidad, equipamientos u otras actividades improvisadas sociales, socioeconómicas, culturales, trasciende lo rutinario generando en el usuario la permanencia (Marques de Oliveira, 2015, p. 102).

Para medir estos espacios públicos de recreación y encuentro que dan el dinamismo social Sasa (2017) ha desarrollo una tabla de análisis para medir la calidad de los espacios públicos con base de los autores Brandao (2011) y Gehl (2001) para determinar la eficiencia de los espacios cohesionados (p. 230).

En la figura 12 muestra los puntos que dinamizan los espacios públicos y por ende la permanencia; partiendo de la accesibilidad, orientación de cada persona,

la facilidad en la circulación a toda edad y/o discapacidad seguido de como la sociedad da significado a la apropiación. Que tan importante es tener los elementos que ayudan a la permanencia el cual agrupa a diferentes grupos sociales; de igual forma la función que puede cumplir en la sociedad el espacio público y por último acentuando el confort que nos da seguridad, protección climática, la limpieza, etc.

ACCESO	LEGIBILIDAD	ACCESIBILIDAD	CONECTIVIDAD	PROXIMIDAD
	Visión total, bordes con escala adecuada, fachadas atractivas	Acceso para todos, buenas superficies, confort al caminar	Tráfico y su proporción. Buenos cruces	Ubicación respecto del entorno. Promoción de la continuidad
SOCIAL	APROPIACION	VECINDAD	INTERACCION	DIVERSIDAD
	Bancas para estar. Buenas vistas. Buen diseño y detalle.	Distancias razonables para hablar. Espacios adecuados para discusión de temas comunes	Invita a actividades físicas? Permite nuevas experiencias	Bordes para quedarse. Espacios complementarios. Variedad etaria. Oferta de actividades sociales y opcionales
FUNCION	DIVERSIDAD	UTILIZACION	MULTIFUNCION	OCIO
	Posibilidades múltiples de uso	Posibilidades de sentarse. Rol en el entorno y las dinámicas del barrio	Conexión con el comercio y los servicios	Espacio de entretenimiento. Recreación? Encuentro
CONFORT	SEGURIDAD	AMENIDAD	LIMPIEZA	ATRACTIVO
	Iluminación. Vida en la calle. Funciones yuxtapuestas en el tiempo y espacio. Capacidad de visión completa al horizonte	Protección climática: viento, sol, lluvia, calor	Mobiliario apto para control de limpieza	Contaminación visible? Ambiente agradable?

Figura 12: Valores de Calidad espacial para la cohesión urbana. Sasa (2017). Recuperado de <https://tdx.cat/handle/10803/406002>

1.3.2 Marco Conceptual

El marco conceptual está compuesto por las definiciones, características, relaciones que dan significado al objeto o palabra abstracta de uso técnico de la especialidad, facilitando su comprensión al lector, incluso de nuestro entender expresado del concepto general como aporte al proyecto de investigación.

Antropometría

Gonzáles (como cito Bellina y Pérez, 2017, p.16) señala que la antropometría estudia las dimensiones de la estructura corporal del hombre. Desde los componentes anatómicos que implica la proporción física en peso, centro de gravedad, desplazamiento, volumen, entre otros. Lo cual es una herramienta directa para interactuar el hombre con el medio que lo rodea, esta adaptación busca el confort a la fisonomía del usuario mediante la ergonomía.

La antropometría aplicada a los espacios públicos como los mobiliarios que aplicados a la ergonomía serán diseñados por talla estandarizada al poblador, costumbres, peso, edad, capacidades corporales, confort y duración del equipamiento urbano. Por consiguiente, generara espacios de permanencia.

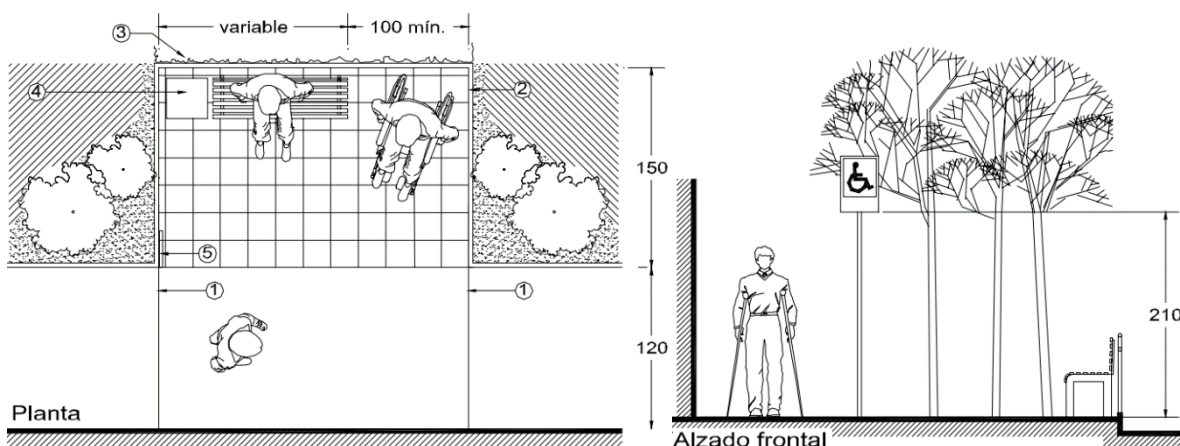


Figura 13: Área de descanso público. Manual técnico de accesibilidad. México (2007). Recuperado de https://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/Manual_tecnico_accesibilidad_SEDUVI-DF.pdf

En la figura 13 comprende la antropometría en los espacios públicos, interactuando con su entorno las dimensiones cumplen un rol importante en el libre acceso a los equipamientos de mobiliarios ergonómicos como en su desplazamiento inclusivo.

Área de control

Es el área que permite el ingreso de los productos de venta para el mercado el cual para su ingreso debe cumplir los requisitos de entrega y salubridad. Para Bracamonte (2006) es el espacio donde se controla el ingreso de los productos como cantidad, procedencia, tiempo de entrega, a cargo de quien. Además, la inspección a cargo del área control de calidad y limpieza de la mercadería perecible de carnes, verduras, frutas, tubérculos, etc. Esta área debe contar con un solo ingreso (p.28).

Por tanto, el área de control es el ingreso único y de primera instancia de los productos de consumo para su inspección de los requerimientos de salubridad para ser comercializado al por menor.

Área de lavado

El Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004) en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto estipula el uso del área de lavado para la limpieza de los depósitos de los residuos sólidos cuyos recipientes estará recubiertas para su fácil higiene y la limpieza del área será periódicamente (p.44).

El sistema sanitario para esta área deberá cumplir con los requerimientos de capacidad, espacios y pendiente; para evitar el ingreso de plagas o contaminación del ambiente.

Asentamiento humano

El asentamiento se refiere a establecerse en un terreno y humano referido a un grupo de personas. Hernández (2009) declara que es la acción de asentarse de una población regular o comunidad donde se desarrolla la convivencia, su ubicación generalmente cuenta con los servicios, equipamientos mínimos necesarios o caso contrario lugar urbanizable que posteriormente tendrán su infraestructura y equipamientos por medio del gobierno o recursos propios (párr. 2).

Cabe señalar que muchos de los asentamientos humanos entran en la formalidad cuando los gobiernos los integran dentro de planeación urbana existente cubriendo las necesidades necesarias para integrarse a la ciudad.

Cohesión

La cohesión es cuando dos objetos consiguen integrarse o se mantenga un relación perceptible y grato al formase el vínculo. Para Sasa (2017) la cohesión urbana busca encaminar y unificar espacios segregados por la misma población por falta de actividades urbanas, equipamientos y/o infraestructuras de servicio, se alejan dejando vacíos, la cohesión tiene la función de proponer medios de accesibilidad y conectores que subsanen este rompimiento (p. 31).

Los factores que pueden promover cohesión en el ámbito urbano son las siguientes: en el uso de servicios, integración social, equipamientos, accesibilidad, actividades diarias, factor económico, político, etc.

Emplazamiento

El emplazamiento es un proceso de análisis para la ubicación de una edificación; para Baca (2016) significa la integración de la arquitectura con el espacio donde se piensa asentar no obstante debe cumplir ciertos requisitos que no afecten su entorno como estudios topográficos, accesibilidad, perfiles urbanos, estudio solar, entre otros (párr. 5).

Por tanto, el emplazamiento sigue ciertas condiciones para su ubicación en el contexto urbano, rural, actividades, edificios colindantes y orientación.

Equipamientos

Según El Ayuntamiento de Santander (2009) Refiérase a la edificación de servicio público o privado, cumpliendo un fin de integrador social por ser receptor de cantidades de pobladores con necesidades y actividades comunes dentro de la edificación, esto trae consigo la preferencia e identidad con el lugar con una manifestación simbólica representativa (XVIII. Estudio de Equipamientos, Definición de equipamiento, p. 4).

Por consiguiente, las categorías de equipamientos en el espacio urbano tenemos: administrativo, educativo, deportivo, sociocultural, entre otros.

Escalera de Evacuación

La escalera de evacuación es un medio de circulación vertical que permite la rápida salida del recinto en caso de emergencia. En el RNE (2018) define como escalera a prueba de fuego y contacto con el humo. Tiene la función de evacuar a toda persona que se encuentre en un establecimiento en peligro además permite el ingreso de los rescatistas u otro profesional en caso de emergencia (p.196).

Las escaleras de evacuación se caracterizan por los cerramientos cuya función es aletargar el ingreso de fuego, serán continuas para facilitar la evacuación directa hacia las salidas de zona segura o vía pública. De la figura 14 muestra en gráfico de planta y corte algunas características de cerramientos cerrado completo y continuidad de las mismas.

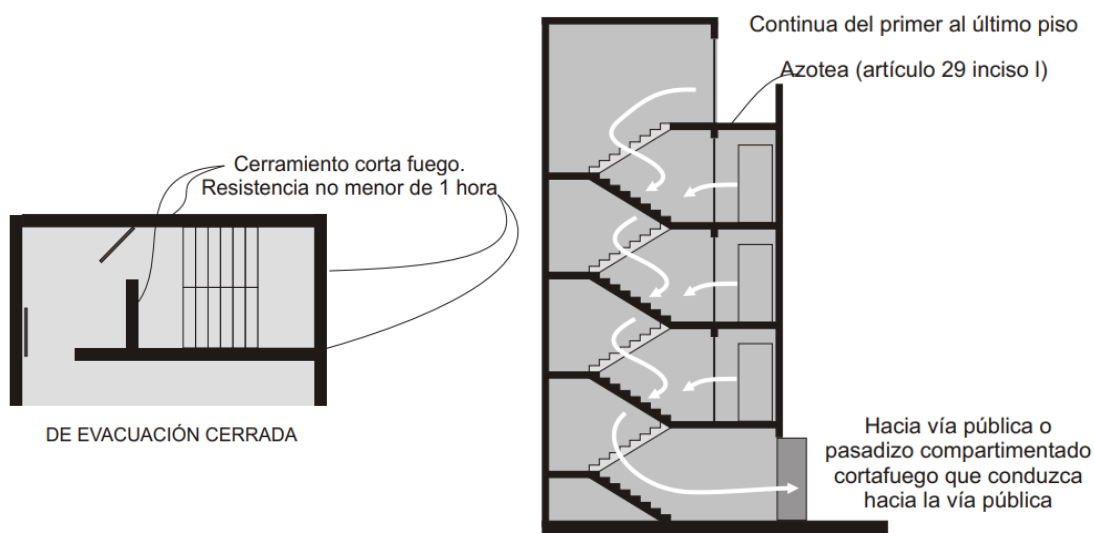


Figura 14: Escalera de evacuación cerrada y corte. Normativa A. 010. Escaleras (p.14-15). Recuperado de <https://www.e-quipu.pe/dinamic/publicacion/adjunto/1493786646GXEWKDpuvv.pdf>

Espacio de servicio

Los espacios de servicios de un mercado se definen en áreas predispuestas para el usuario en la adquisición de productos, consumo de alimentos y esparcimiento. Para Saca (2015) en los mercados se establecen áreas para las actividades comerciales mediante programas de necesidades del consumidor para determinar el tipo de servicios que requerirá el mercado que busca conservar la tradición y dinámica social; definiendo las cantidades de ventas, áreas de

complemento, tipo de usuario del mercado entre otros (p. 97). Los espacios de servicios que encontramos para el público y personal internos en un mercado son las siguientes: área de venta, área administrativa, área de almacenamiento, área de servicios higiénicos público, área de basura, área de control e higiene, estacionamientos, adicionando zonas recreativas, gastronómica, de ocio, entre otros.

Espacio público

Se entiende por los espacios destinados para el uso público, tiene la función de promover las actividades sociales por su característica de distracción, recreación, vínculos culturales, descanso, sosiego, entre otros. Según Daza (2008) es el espacio, lugares o conjunto de propiedades de uso social, físicamente está compuesto por plazas, vías públicas, áreas verdes, parques, entre otros; promoviendo la comunicación, cultura, recreación, esparcimiento y físicamente formara parte accesible, interconectando con otros ejes o espacios públicos (p. 22).

Por tanto, forman parte integradora de la ciudad en sus actividades diarias del poblador y las conexiones viales internas y metropolitanas hacia otros destinos.

Estudio de Impacto Vial

El RNE (2018) sustenta que es el procedimiento que mide la ejecución de un proyecto emplazado en un espacio y este cómo influye en el sistema vial, si es factible la accesibilidad urbana (p.18).

En acuerdo con RNE al ser un modo de investigación, análisis y diagnóstico que son evaluados en relación sistema vial, en proyectos urbanos, edificación, habilitación, ampliaciones, etc. Con la finalidad de prever y gestionar soluciones técnicas y/o administrativas en la vía inmediata.

Frigoríficos

Los mercados comercializan gran cantidad productos que necesitan conservación por lo que utilizan frigoríficos. Por las variantes de temperaturas específicas a la naturaleza de los alimentos es necesario utilizar cámaras frigoríficas. Torres (2014) define como local de conservación de los productos haciendo uso de paneles térmicamente de poliuretano o poliestireno, con

equipamiento frigorífico mantienen temperaturas constantes, humedad coherente para la conservación de carnes o vegetales para posteriormente comercializarlos (p.18).

En el RNE de la normativa A.070(2018) establece para los mercados minoristas el área mínima de 25 % de área de venta que corresponde a los puestos, de igual forma da a conocer el volumen de almacenamiento para productos de carnes de 0.02m³, para pescados de 0.06m³ y congelados de 0.03m³ (p.223) La colocación de cada ambiente será de forma indirecta para conservar los ambientes limpios de olores, libre contaminación y accesibilidad; como muestra la figura 15.



Figura 15: Cámara frigorífica. Sala para caminar, 2018. Recuperado de <https://cumarefrigeration.com/walk-in-cold-room-projects/>

Hidroponía

Es un método alternativo para cultivo de ciertas plantas sin suelo. Para Beltrano y Gimenez (2015) define como el conjunto de procesos de cultivo plantas si el uso de suelo, este sistema es aplicable sobre estructuras diversas en espacios áridos, techos, suelos pedregosos, invernaderos, entre otros. El elemento de base para que pueda cultivar es el uso del sustrato (compuestos sólidos de soporte) y otros tipos de plantas tienen como base sistemas estructuradas de contenido de agua con soluciones de nutrientes que son supervisadas su humedad, temperatura y cantidad de nutrientes (p.10).

Por tanto, las calidades de estas plantas son distintas a lo que se produce en tierra, al ser monitoreadas, sin aplicar químicos, ni pesticidas ofrecen productos con alto contenido nutricional y calidad.

Inocuidad

Según el Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004) en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto define la inocuidad para los alimentos en los mercados como garantizar del producto está en estado saludable para su preparación o consumo directo (p.55).

La evaluación de inocuidad inicia en la recepción de productos a tempranas horas de mañana en el área de inspección asegurando las características saludables de los alimentos agropecuarios y no tradicionales en color, textura, aroma, olor, etc.



Figura 16: Evaluación de la inocuidad de la materia prima, insumos y envases. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2017/02/Manual-de-Capacitaci%C3%B3n-para-Comerciantes.pdf>

Por tanto, la importancia de gestionar buenas prácticas en la venta de los productos que serán consumidos por el usuario. En la figura 16 se realiza la inspección de los productos que posteriormente serán almacenados o llevados a los puestos.

Intersticios

Los intersticios se entienden del espacio intermedio vacío entre dos espacios consecuentes. Vargas (2016) sostiene como las áreas desocupadas dentro de un territorio o partes de la ciudad, se presentan como discontinuidades físicas perceptibles en ausencia de edificaciones, equipamientos, vías de acceso, entre otros (párr. 1).

En el espacio urbano es perceptible entre el centro de la ciudad desarrollada con el crecimiento de los asentamientos humanos distantes o en las comunidades regionales lejanas.

Laboratorio de control de calidad

En el RNE (2018) establece que todo mercado minorista deberá contar con laboratorio de control de calidad para la mercadería perecible (p.224). También se le conoce como laboratorio bromatológico cumpliendo la función de salubridad de los mismos. Se realizan análisis de muestras periódicamente para determinar alguna contaminación microbiológica o pesticidas. En la figura 17 muestra el equipamiento de laboratorio del mercado de Abastos Beccar en Argentina.



Figura 17: Laboratorio del mercado de abastos Beccar. Recuperado de <http://www.mercadobeccar.com.ar/laboratorio.htm#foto>

Malla espacial

La malla espacial es un tipo de sistema de cubiertas integradas por barras y nodos las cuales conectadas forman estructuras flexibles geométricamente. Señís (2014) sostiene que la estructura está conformada por uniones de barras trianguladas formando un esqueleto tridimensional. Se caracteriza por su entramado ligero, rigidez en el armado y flexibilidad en las formas siendo óptimo para las variantes geométricas poliédricas (p.250). Es factible relacionar las grandes distancias de armado de este sistema con el peso estructural es directa para tener composiciones arquitectónicas modernas.

En la figura 18 la cubierta de malla está compuesta por un cordel superior e inferior y en forma diagonal las barras; actuando por tracción y compresión dando estabilidad y rigidez a los elementos alcanzando grandes luces; el detalle de unión es por atornillado a esferas, el pre dimensionado tanto de barras y esferas son por calculo determinado del proyecto.



Figura 18: Estructuras espaciales con detalles de unión de barra y esfera. Recuperado de <https://kotoingenieros.es/construccion-madera/estructuras-espaciales/>

Manipulación de alimentos

Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004) en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto señala en las actividades comerciales son los vendedores los que entran en contacto directo con la mercadería mediante uso de instrumentos, manos, utensilios o equipos. Para la limpieza, corte si fuese el caso, exhibir y empaquetamiento de los productos frescos y de calidad (p. 55-56).

Por consiguiente, es importante la higiene en los mercados en los cuidados específicas por la naturaleza de cada producto varían la manipulación, equipamiento e instalaciones. La manipulación de carne requiere cortes a mano o maquinas cortadoras, moledoras, fileteo, lavado, pesado y empaquetado; caso distinto a verduras los cuales son seleccionados en atados por precios, lavados, pesados y colocados en el exhibidor.

Mercado de Abastos

Edificación con fines de comercialización de productos tradicionales cotidianos agrícolas, pecuarios, pescados y mariscos; también no tradicionales con procesamiento o importaciones. Según Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004) en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto refiérase al establecimiento delimitado o cerrado que internamente se distribuyen los puestos de venta acorde a cada rubro de comercio tradicional agrícola, carnes, abarrotes, los no tradicionales y de servicio (p.56).

Mercado Municipal

Es el establecimiento para el uso comercial compuesto por vendedores y compradores para adquirir los productos de primera necesidad perecibles y no perecibles, gestionado por el municipio indirectamente. García (2003) explica que un mercado municipal es un local o edificación con una distribución interna propicia para la venta de mercadería para el consumo alimenticio diario, productos o servicios al público en general. La secuencia de venta puede ir desde el proveedor, vendedor y consumidor, esto dependerá del tipo de servicio, cantidad o ubicación del mercado (p. 13).

Además, como comercio esta administrado por intendente municipal cumpliendo la labor administrativa, normativas, recaudaciones, alquileres, ventas y mejoras del establecimiento en general, por el servicio que ofrece es abierto al público en general.

Montacargas

En el RNE (2018) de la normativa EM.070 Transporte Mecánico define en el artículo 5 es un sistema mecánico de desplazamiento vertical mediante una cabina para trasportar cargas de materiales, productos variados, muebles y personal de

servicio interno además deberá contar con inscripción visible de la capacidad máxima de carga (p.602).



Figura 19: Instalación de montacargas en Málaga. Recuperado de <http://eaelevacion.es/wp-content/uploads/2014/06/instalacion-montacargas-en-malaga-3.jpg?x24067>

En la figura 19 el tipo de montacargas está diseñado para una lavandería en Archidona – Málaga por la capacidad de traslado de mercadería, está prevista estructuralmente por una columna con soporte de más de 2 000kg. de carga.

Persona con discapacidad

Según Huerta (2007) al refiriéndose a las limitaciones de las capacidades de la persona en sus actividades cotidianas, estas limitaciones pueden presentarse en menor grado o mayor grado (p. 27).

La Ley general de persona con discapacidad (2012) del artículo 2 define a la persona con alguna “deficiencia” corporal para su desplazamiento, dificultad psicomotriz que implica el aspecto sensorial, conocimiento o algún trastorno mental limitando o total de su facultad de relacionarse con su entorno o ejercicio como ciudadano (párr.2).

Plan de desarrollo Urbano

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2009) lo define como instrumento primordial para gestionar estrategias, formular lineamiento con el objetivo de fomentar el desarrollo de un centro urbano. Esto implica a ser

coherentes a las necesidades, transformaciones urbanas en el pasar del tiempo y proyectarse a ciertos cambios. Esta planeación requiere un exhaustivo estudio físico, recopilación de datos y participación social. Se establecen acuerdos, compromisos entre la sociedad, autoridades públicas y privadas para alcanzar las metas trazadas para el centro urbano intervenido (p. 19).

Por tanto, está dentro de la competencia de los gobiernos locales desarrollar, gestionar el estudio acondicionamiento territorial para mitigar riesgos futuros y áreas de extensión territorial habitable, zonificación que establezcan nuevas áreas de equipamiento urbano, articulación vial con otros centros urbanos, estudios ambientales y conservación de los mismo, entre otras funciones.

Postensado

Según Bonilla, Carrillo, Casabonne, Lainez y Zegarra (2002) es una técnica aplica al concreto con fines estructurales en losas el cual se precarga el concreto para menguar o eliminar la fuerza de tensión referido a la carga muerta del peso de construcción o externo (mobiliarios, personas, equipos). El sistema funciona en la tensión cables dentro de ductos evitando contacto directo con el concreto en el afianzamiento y exponerlo al movimiento; cuando la resistencia es prudente se tensorá asegurando con anclajes en los extremos (p.2).

Los beneficios del sistema es sismo resistente para edificaciones de gran tamaño, así como lo menciona Montañó (2007) al tener menos secciones de losa por tanto reducirá la carga muerta, diseños arquitectónicos más limpios por menos columnas (p.2).



Figura 20: Estructura de losas Postensadas. Recuperado de <https://fr.cclint.com/uploads/PDFs/Slabs-Brochure-Spanish.pdf>

De la figura 20 evidencia el sistema estructural de cables de tensión de acero con ajuste en los extremos por anclajes.

Productos perecibles

Definidos como perecederos por tiempo de vida útil para ser consumidos. Para De León, González y Laviano (2011) lo califican en dos condiciones, la primera por su temporalidad corta, refiérase a ciertos alimentos que en un ambiente común su vida es limitada necesita de equipos o elemento que puedan extender su calidad. La segunda refiere a los productos de vida aleatoria, se distingue por la temporalidad fija y va decreciendo está considerado un tiempo máximo de un año (p. 7).

En acuerdo con los autores, se caracterizan por su temporalidad de consumo en los mercados la temporalidad para los alimentos varia, en el caso de las carnes que necesitan de equipos para mantener la frescura temporal, las frutas y verduras su consumo es inmediato, por último, los abarrotes en general tienen un tiempo aleatorio dependiendo de su conservación por meses.

Puesto de comercialización

Denominase a los espacios interiores delimitados con estructura física. El Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004) en el Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto lo define a las áreas perimétricas construidas de acuerdo a las características del rubro de los productos permitidos. La distribución interna es limpia mediante bloques divididos por secciones cada puesto se registra por numeración y propietario (p.57).

Rampa

La rampa es un elemento integrador de dos planos a diferentes alturas. Para Valarezo y Esparza (2009) lo define como un elemento estructural que representa el confort en la accesibilidad, seguridad y autosuficiencia. La característica de diseño es el grado de inclinación, ancho, descansos, accesorios y acabados (p.17).

En el RNE (2018) de la norma A.120 Accesibilidad para personas con discapacidad de las personas adulta mayor establece parámetros de diseño para las rampas de dimensiones 0.90 de ancho por la pendiente en acuerdo a la longitud

se tiene rangos de 12% a menos para uso peatonal, descansos adecuados, pasamanos y materiales antideslizantes (p.231). Y los anchos accesibles para personas con discapacidad serán a partir de 1.20.

Gehl (2014) sostiene por observaciones la preferencia del uso de rampas antes que las escaleras debido al ritmo constante de una caminata donde la variación es menor en la inclinación de la pendiente sea para descender o ascender (p. 131). Por tanto, su uso es universal para transeúnte, madres gestantes, niños, adulto mayor y personas con discapacidad.



Figura 21: Rampa de acceso para discapacitados en principales avenidas del Callao. Recuperado de <http://www.municallao.gob.pe/index.php/noticias/2055-callao-inclusivo-construyen-rampas-de-acceso-para-discapacitados-en-principales-avenidas>

En la figura 21 las rampas pertenecen a alguna avenida de Callao, Perú, lo cual permite el acceso de la pista hacia la vereda por medio de señalización peatonal de cruce vial hacia la acera.

Residuos sólidos

Refiérase a los desperdicios de los productos que no son útiles, no forman parte del consumo y son descartados. En la Municipalidad Metropolitana de Lima (2013) en la Guía para la Competitividad de Mercado de Abastos señala como los residuos generados en la actividad comercial en los mercados de abastos, además,

menciona de las nuevas prácticas de tratamientos residual en el cuidado del medioambiental, económico y salubridad (p.52).

Muchos de los mercados de abastos sean mayorista o minorista anteponen las ganancias diarias antes que las buenas prácticas de salubridad donde ellos trabajan como vemos en la figura 22 donde los residuos sólidos forman parte del paisaje urbano.



Figura 22: Residuos sólidos en el Mercado Hermelinda de Trujillo. Recuperado de <http://satelite.pe/mobile/noticia/comerciantes-de-la-hermelinda-obligados-a-recoger-su-basura-14873>

Segregación

Se refiere a la acción de distanciamiento o marginación por no tener empatía o utilidad. Según Aymerich (2004) lo define como el alejamiento en la manera de dispersión de dos elementos de una unidad social y físico. En urbanismo se les distingue por su desarrollo socioeconómico típica de una ciudad formal caso contrario a los sectores de las periferias (p. 117).

Por tanto, La segregación no genera calidad vida por distintas razones entre ellas puede ser la falta de equipamientos urbanos como colegios, estaciones de policía, postas médicas, centros de capacitación, entre otros; espacios públicos como parques, plazas y bulevares; los distanciamientos por falta de accesibilidad vehicular.

Vehículos menores

SUTRAN (2014) define en el Reglamento Nacional de Tránsito como vehículo automotor menor se caracteriza por moverse en dos o tres ruedas, asiento individual o con asientos adicional para los pasajeros, vehículo de carga de peso ligero. (p.8).

En acuerdo con el Reglamento Nacional de Tránsito estarían los vehículos como mototaxis, motocicletas, trimotos, bicimoto, entre otros. En la figura 23 muestra un modelo de mototaxis torito de carcasa cerrada.



Figura 23: Mototaxi modelo Torito Crom-X.2. Recuperado de <https://www.bajaj.pe/espanol/motos-mototaxi/intracity/mototaxi/mototaxi-torito-crom-x2-4t/inicio/>


Tipología de mercado

El término tipología se basa en estudiar las similitudes o tipos estructurales que lo identifiquen. Para García (2003) define la tipología por sus semejanzas estructurales, su clasificación también permite diferenciarlos por el tipo de servicio especializado, tradicional, costumbre, nivel adquisitivo, por su ubicación o por su temporalidad (p. 15).

Es por ello que encontramos distintos tipos de mercado de abastos en nuestro medio tenemos los mercados mayoristas, mercado minorista o por detalle, mercado central, mercado urbano, mercado rural, mercado especializados y mercado tipo feria.

1.3.3 Marco Análogo

Tomamos como referencia proyectos de mercados municipales que tuvieron un impacto en su entorno, con el propósito de integración como sociedad y espacios urbanos dinámicos.

	FICHA DE MARCO ANALOGO		N°
	TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal sectorial para la cohesión urbana del asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.	ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabé	1
	TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal sectorial	ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado	COD
		FECHA: 14-09-2017	

DATOS DEL PROYECTO ANALOGO

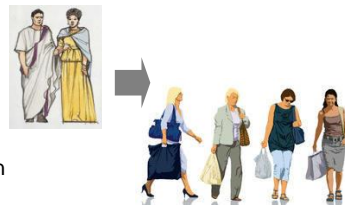
Nombre del Proyecto: Mercado de Santa Caterina - Barcelona
Arquitectos: Enric Miralles, Benedetta Tagliabue
Estructura: BOMA: Robert Brufau i Associats
Ubicación: Avenida Cambó en el distrito de Ciudad Vella, Barcelona, España.
Área del Proyecto: 2.176 m²
Año del proyecto: 1997-2004

Diseño Híbrido en la rehabilitación del Mercado Santa Caterina, el proyecto abarca el mercado con el entorno de viviendas y sitio arqueológico. El planteamiento de la cubierta ondeante con altos y bajos por su forma aparente discordante a la arquitectura del lugar se integra como un símbolo de actividad comercial de abasto dando contemporaneidad a la arquitectura existente (ARQ, 2004," Ficha Técnica", párr.3).

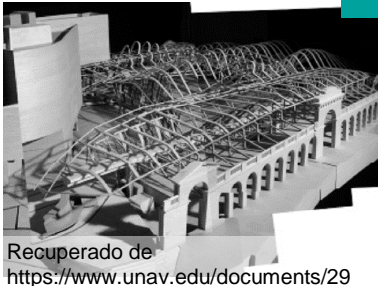


1. FUNCION

Cumple la función de la venta productos alimenticios perecibles, no perecibles y servicios basados en la alimentación, manteniendo esa tradición comercial del sector. Como elemento integrador de una arquitectura tradicional regenerada con lo infraestructura moderna en los flujos interno como en las coberturas, colores que dinamizan el lugar. Da una continuidad a la zona comercial que viene de generaciones desde el ágora de accesibilidad para comercializar con personas nobles hasta la actualidad donde el comercio es inclusivo y variado en servicios.



2. TRATAMIENTO ESPACIAL



Recuperado de <https://www.unav.edu/documents/29>

La infraestructura del primer nivel se segmenta en tres volúmenes de grandes dimensiones, la primera con una luz de 40 m orientada a la Av. Campó. Los dos volúmenes restantes a los lados interconectan al volumen principal integrando con la estructura antigua de 3.90 m. Las vigas de conexión son arcos reforzados por listones de madera entre las capas de soporte

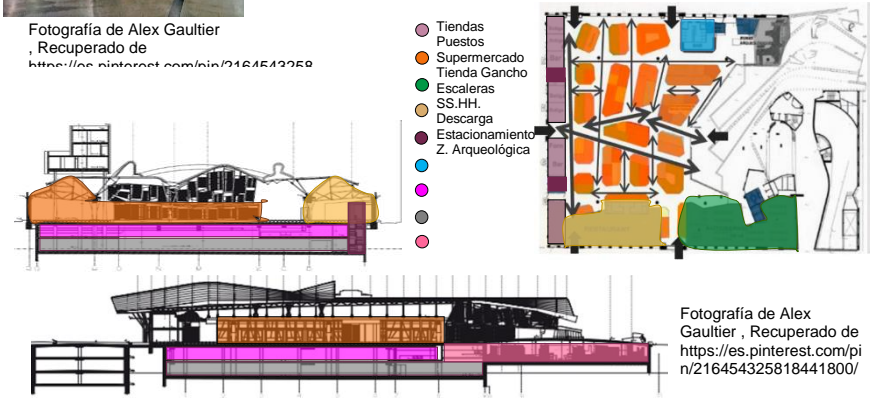


Fotografía de Alex Gaultier , Recuperado de <https://es.pinterest.com/pin/2164543258>

La ubicación de cada puesto de venta cumple la función de orientar una accesibilidad a los espacios públicos como la Av. Cambó. El ingreso principal de estructura aperturada con elementos de listones de madera y acero complementando con lo existente. La forma monumental está en las cubiertas donde el esqueleto de la estructura forma parte de una arquitectura atractiva

• ACCESIBILIDAD

La distribución de puestos es dinámica, permitiendo una circulación no lineal a diferentes rubros y secuenciales a sectores externo como supermercados, zona de usos de viviendas, zonas arqueología, estacionamientos y zona de restaurantes.



Fotografía de Alex Gaultier , Recuperado de <https://es.pinterest.com/pin/216454325818441800/>

FICHA DE MARCO ANALOGO



TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.

TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial

ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado

FECHA: 14-09-2017

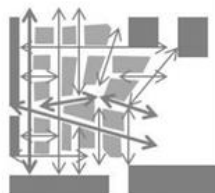
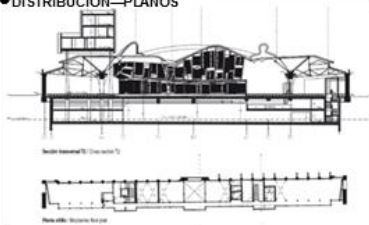
N °

1.1

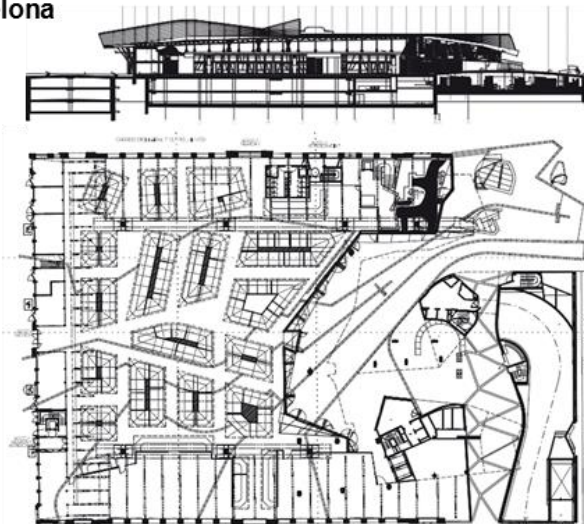
COD

Mercado Santa Caterina - Barcelona

● DISTRIBUCION—PLANOS



Esquema



3. CONSTRUCTIVO

La estructura es de hormigón postensado, con soportes estructurales de 70 pilares distribuidos de 30 y 40. Las plantas superiores son ligeras con pilares metálicas, con su respectiva losa pos tensada de hormigón y en los techos de plantas entresuelo (Moreno, 2015, p.121).

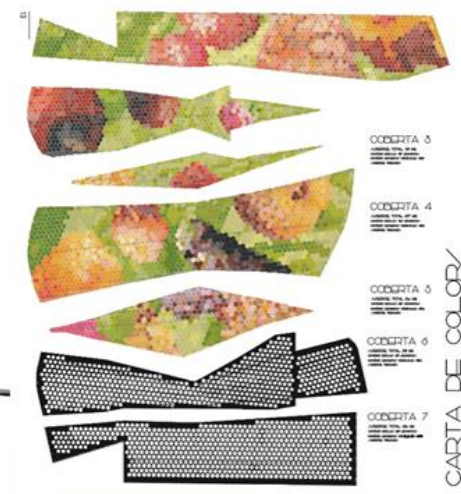
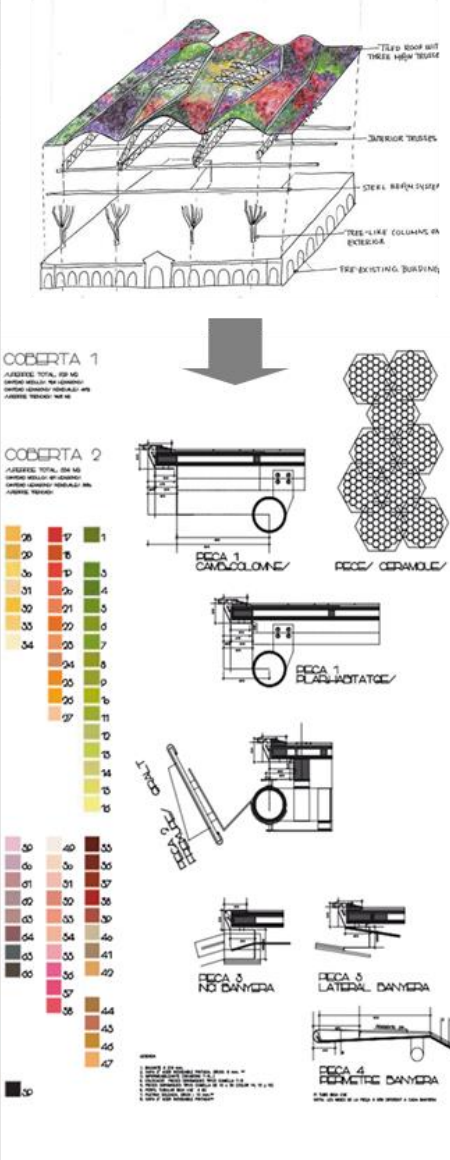
La cobertura esta revestida en piezas de cerámico. Tiene un remate de 325.000 piezas de arenisca esmaltada de 67 colores diferentes. Tiene una pendiente hacia la avenida Francesc para caso de lluvias desagüe en ese sentido. Otro tipo de cobertura son los paneles de madera que facilita el ingreso de aire y la ventilación natural al interior.



4. TECNOLOGIA

Se diseñó columnas especiales realizados tecnológicamente soportables y adaptables al entorno. En la fachada principal que se abre a la Avenida Cambó, se diseñaron cuatro pilares metálicos en forma de ramas de árboles, dando soporte a la estructura interior, sobre ellas tienen una estructura de 6 vigas metálicas de forma irregular. Sobre ellas nacerá los arcos de madera o vigas curvas que funcionan a flexo-compresión como refuerzos interiores. La cubierta reproduce los colores propios del comercio de alimentos en el interior. "Todas son piezas numeradas y ordenadas de gres esmaltado y cocido a alta temperatura con esmaltes brillantes transparentes, en estos trabajos participó el ceramista Toni Camella" (Moreno, 2015, p.120).

Se incorpora servicios tecnológicos en las coberturas y reforzamientos de estructuras antiguas. Adicionando el servicio, calidad y confort.



CARTA DE COLOR

FICHA DE MARCO ANALOGO



TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.

ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe

ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado

TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial

FECHA: 14-09-2017

N°

1.2

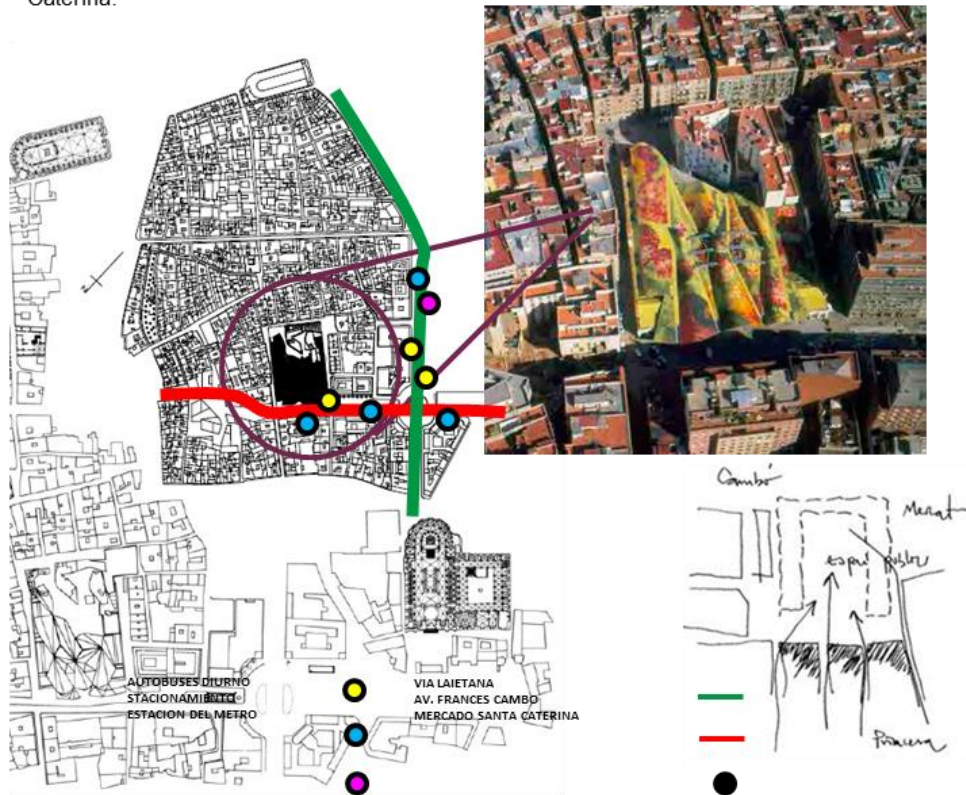
COD

Mercado Santa Caterina - Barcelona

5. ENTORNO

Entorno del mercado se encuentra al oeste la Catedral de Barcelona, el Óvalo vía Laietana, la vía Laietana y como vía principal la av. Francesco Cambó.

Dentro de los objetivos del proyecto, incluye tratamiento al entorno para usos complementarios en los perímetros. Frente a la fachada principal Francesc, dispone de voladizos de 8 metros, dando espacios para descanso y sendas. El municipio dispone tratamiento de las residenciales o viviendas tituladas. Espacios de estacionamientos subterráneos dando mayor espacio de áreas libres, incluido el museo de sitio Santa Caterina.



6. GESTION

Se creó una sociedad de capital mixto en 1988, la empresa Promoción de Ciutat Vella, S.A. con la función de expropiaciones, derribos, también la compra y rehabilitación de las edificaciones. Y las nuevas viviendas y equipamientos iban a cargo del Institut Català del Sol. Por distintos conflictos se postergó el proyecto. El municipio de ayuntamiento de Catalá de 1997; en el Art. 147 para Mercado de Santa Catalina se llevará el proyecto a cargo de los arquitectos Miralles y Tagliabue (EMBT), quienes fueron los iniciadores del proyecto (Moreno, 2015, p.117).

FICHA DE MARCO ANALOGO



TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.

TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial

ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe

ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado

FECHA: 14-09-2017

N°

2

COD

DATOS DEL PROYECTO ANALOGO

Nombre del Proyecto: Mercado Tirso de Molina

Arquitectos: Jorge Iglesias, Leopoldo Prat Arquitectos

Ubicación: Av. La Paz esquina Av. Artesanos, Comunas de Independencia y Recoleta, Santiago.

Área del Terreno: 14 200 m²

Número de Plantas: 2

Área del Proyecto: : 8,400 m²

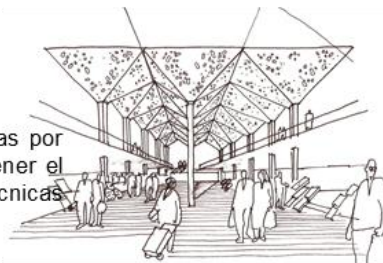
Año del proyecto: 2010-2011



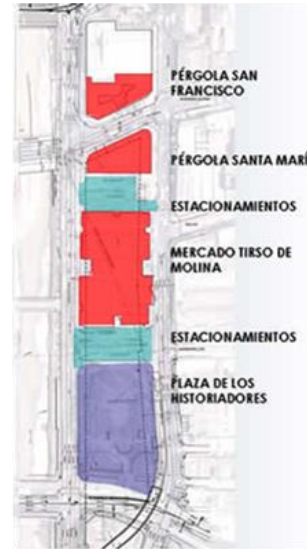
La construcción se realizó para la reducción del impacto vial de la autopista Costanera Norte Mapocho, dando actividad social, urbana y ordenada. Implementando el espacio público en el barrio de la Estación, con locales comerciales, baños públicos, mercado de abastos Tirso de Molina, tratamientos de basura.

1. FUNCION

Mantener el comercio minorista, ingresar a las pérgolas por avenida La Paz como escenario de bienvenida, mantener el acceso peatonal mediante un diseño lineal, técnicas bioclimáticas aplicadas en las coberturas de pérgolas.

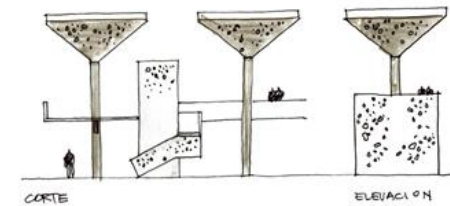


2. TRATAMIENTO ESPACIAL



El proyecto en su conjunto abarca 9 000 m². Consta de tres edificios, el primero cuenta con 49 locales para la Pérgola de San Francisco; el segundo con 41 locales para la pérgola Santa María y para el mercado Tirso de Molina con 352 puestos, incluye la remodelación de espacios públicos, estacionamientos e iluminación (Ver figura 15).

En la descripción de Carter, la forma de la cobertura se asemeja al follaje de los árboles que se encuentra en el entorno cercano al río, la secuencia de los volúmenes arquitectónicos nos encamina a un recorrido hacia el río Mapocho. La intención de la edificación es integrar visualmente lo externo e interno mediante el uso de elementos translúcidos de sol y sombra (Pérgola de las Flores y Mercado de Tirso, Memoria de los arquitectos, 2007, parr.5).



La volumetría exterior se une armónicamente con la Pérgola de las Flores. Siendo módulos de igual altura y materiales, forman una sola unidad en cada edificación.



FICHA DE MARCO ANALOGO



TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017

TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial

ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe

ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado

FECHA: 14-09-2017

Nº

2.1

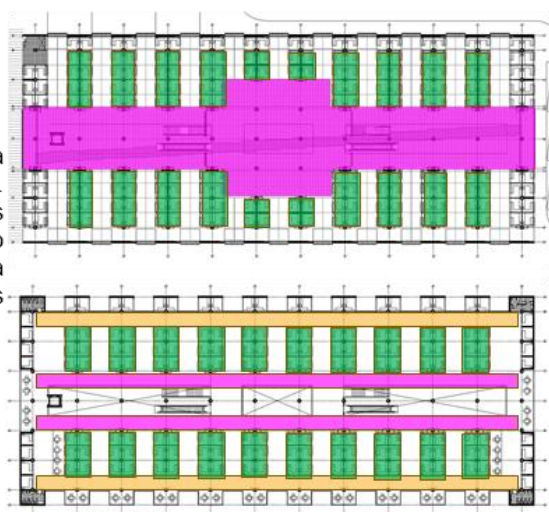
COD

Mercado Tirso de Molina

●DISTRIBUCION—PLANOS

El diseño es lineal por ende las circulaciones son lineales y limpias. Diferenciando las principales con las secundarias. Las salidas de mercado destacan las principales ubicadas una a la extrema de la otra, las laterales conectando al exterior son libres.

- CIRCULACION SECUNDARIA ●
- CIRCULACION PRINCIPAL ●
- PUESTOS DE VENTA ●



Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9242/Volumen%201.pdf?sequence=18> isAllowed=y

3. CONSTRUCTIVO

Sistema constructivo aporticado, sistema de columnas distribuidas en forma ortogonal donde se asienta el entepiso y la cobertura; llevando las cargas a las zapatas. Las cimentaciones de concreto reforzado.

Los módulos de los locales comerciales están divididos por mampostería de bloque de hormigón, enlucido y pintado y recubierto de textura de ladrillo exterior.

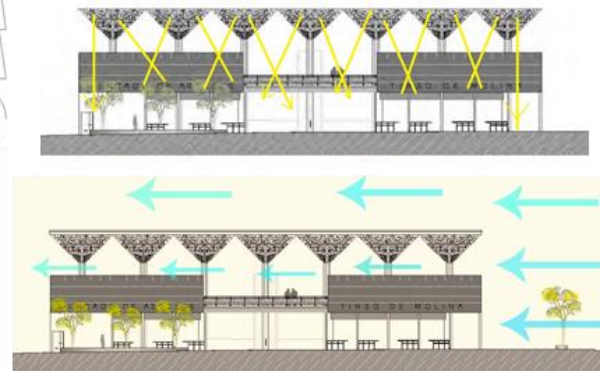
Materiales constructivos más destacados: el hormigón, fibrocemento y estructura metálica.



Recuperado de <http://www.disenoarquitectura.cl/pergola-de-las-flores-y-mercado-tirso-de-molina/>

4. TECNOLOGIA

En la función tecnológica, aplicando el diseño bioclimático, Las coberturas conformados por volúmenes verticales en terminaciones de pirámides invertidas perforas en forma de pérgolas permite la iluminación interior y ventilación natural.



Paneles de fibrocemento perforados se arma pirámides cuadrangulares que se colocan invertidas;

Las pirámides están cubiertas por un sistema de domos translucidos acceso a la luz y cubre del agua.




Recuperado de <http://ivanna-arquitectos.blogspot.pe/2013/06/mercado-tirso-de-molina-flujo-de-viento.html>



Cubierta modular de 6 x 6 reinterpreta el follaje de los árboles de río



Recuperado de <http://www.disenoarquitectura.cl/pergola-de-las-flores-y-mercado-tirso-de-molina/>

	FICHA DE MARCO ANALOGO		N°
	TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.	ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe	2.2
	TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial	ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado	COD
		FECHA: 14-09-2017	

Mercado Tirso de Molina

5. ENTORNO

El proyecto de Mercado de Tirso de Molina abarca el mejoramiento de los espacios públicos de la avenida Independencia, la avenida Independencia, Santa María, Recoleta y la calle Artesanos. Frente a la avenida recoleta se tienen el cruce de la autopista Costanera Norte, que fue el motivo principal de crear un mercado así aminorar el impacto de aislarlo de espacios urbanos.



El Mercado Tirso de Molina se desarrollo en un entorno dinámico de comercios tradicionales, como encontramos por el norte La Vega Chica, lugar donde ofrecen comidas típicas chilenas y comida peruana, el acceso vehicular es limpia. Mas hacia el norte la Vega grande de venta de abastos como frutas, verduras entre otros.



•ACCESIBILIDAD



En el Mercado Tirso de Molina hacia el poniente, se encuentran las pérgolas Santa María y San Francisco, donde se puede encontrar arreglos florales.

Las vías principales de acceso son: Frente al mercado la Av. Santa María; cruzando la misma la Av. La Paz .

- MERCADO TIRSO DE MOLINA ●
- ESTACION MAPOCHO ●
- AV. SANTA MARIA —
- AV. LA PAZ —


6. GESTION

La gestión de inversión fue prevista para 9000 m2, el cual se invirtió \$ 5.891 millones. Gestionada por la Municipalidad Distrital en convenio con MOP.

En proyecto en general fueron desarrolladas por el Ministerio de Obras Públicas, junto a los locatarios propietario del edificio. Se consiguió el financiamiento mediante Coordinación General de Concesiones y el proceso técnico con la Dirección Regional de Arquitectura (FINDONLINE, Ficha Técnica de Proyectos urbanos, 2010, párr. 1).



Recuperado de <http://www.disenoarquitectura.cl/pergola-de-las-flores-y-mercado-tirso-de-molina/>

	FICHA DE MARCO ANALOGO		N °
	TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017	ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe	3
	TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial	ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado	COD
		FECHA: 14-09-2017	

DATOS DEL PROYECTO ANALOGO

Nombre del Proyecto: Mercado N° 1 de Surquillo

Arquitectos: Alfredo Dammert y Ricardo Valencia

Estructura: BOMA: Robert Brufau i Associats

Ubicación: Av. Paseo de la Republica,,ú

Área del Proyecto: 3,924.00 m²

Año del proyecto: 1939 / 1979 / 1983

Estilo Arquitectónico: Art. Deco o Protomoderno



Recuperado de <http://www.porlascallesdelima.com/2010/04/boulevard-gastronomico-en-surquillo.html>

Modelo de mercado en Lima con un gran valor histórico en el distrito de Surquillo. Fue inaugurado por primera vez en 1939, fue re inaugurado en 1979 tras sufrir un incendio al local hecho de madera. Se modificó el diseño la infraestructura reinaugurándose en el año 1983, durante el gobierno de Fernando Belaunde Terry por los arquitectos Alfredo Dammert y Ricardo Valencia (Cadenas Agropecuarias Gastronómicas Incluidas, Un lugar con Historia, 2016, párr. 2).

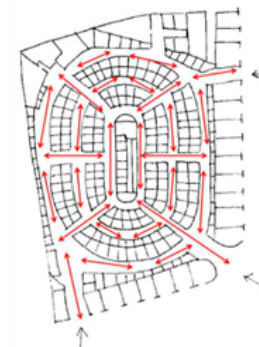
1. FUNCION

Históricamente viene cumpliendo la función de abastecimiento de alimentos de primera necesidad traídos de distintos lugares del país, siendo un mercado tradicional y atractivo turístico visitantes y profesionales gastronómicos.

●DISTRIBUCION



●CIRCULACIONES



Recuperado de repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/.../Ariana+Rivarola_Documento+Cybertesis.pdf

2. TRATAMIENTO ESPACIAL

El terreno en forma de "L", se asienta volúmenes diferenciados en tamaño, complementados perimétrico, visualmente destacando el ingreso principal. De estilo arquitectónico Contemporánea, Art Decó.

Destaca volumétrica superpuesto triangular ovalada q envuelve en cierto tramo al volumen de mayor altura, integrando las formas pero a la vez una independiente de la otro, teniendo el volumen inferior flotante al resto de la arquitectura lineal.

La zonificación de 1983 ha variado su diseño y orientación a un recorrido helicoidal y lineal permitiendo recorridos cortos, permitiendo que los puestos tengan igual acceso a los clientes.



Recuperado de <https://www.google.com/maps/@-12.1183457,-77.0258203>

La nueva distribución también ha permitido agregar mas puestos detrás de las tiendas municipales y en el perímetro del mercado. La modulación de los puestos es de 2.00m x 3.00m, tienda 6.00 x 8.00, circulación principal de 4.00 y secundaria de 2.00 mts. (Rivarola, 2015, p. 19).



FICHA DE MARCO ANALOGO		N°
	TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.	3.1
	TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial	COD
	ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe	
	ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado	
	FECHA: 14-09-2017	

Mercado N° 1 de Surquillo

3. CONSTRUCTIVO



La cimentación es en concreto ciclópeo, sobre cimiento concreto simple, columnas y techo concreto armado; cielo raso y coberturas de cemento y arena (Informe del centro FAUA, 1994, p. 4.0).



El sistema estructural en buen estado de pilares y techo abovedado. Permite una mayor ventilación, la bóveda en cañón descansa sobre las columnas centrales en forma de "V" cuya inclinación permite el soporte central.

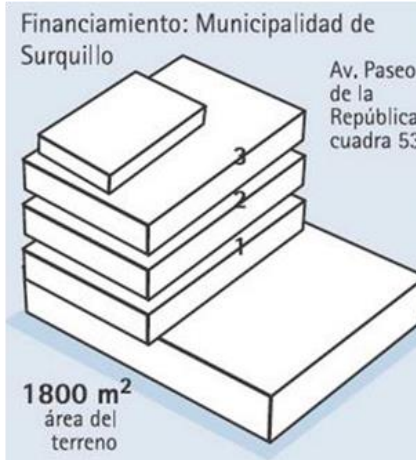


Los puestos de mayor antigüedad de albañilería confinada, revestida en cerámico antideslizante en las zonas húmedas, en módulos de 2.00 x 3.00 mts. Con sus respectivas instalaciones de agua y sumideros. Dentro de las propuestas de mejoramiento pretenden mejorar el cableado e iluminación, algunos sectores tienen cables expuestos.



Recuperado de <https://www.google.com/maps/@-12.1183457,-77.0258203>

4. IMPLEMENTACION



El diseño del mercado de Surquillo está compuesto por volúmenes superpuestos lineales ortogonales, se ha planteado una nueva edificación, implementando un nivel más para las nuevas propuestas de funciones que cumplirá la edificación. SE propone implementar en el primer nivel 120 puestos más para productos como carnes, verduras y frutas. El segundo nivel equipado para restaurantes tradicionales. En el tercer nivel se distribuirá ambientes para talleres gastronómicos.



Recuperado de https://www.tripadvisor.com.pe/Attraction_Review-g294316-d7112854-Reviews-Mercado_nro_1_de_Surquillo-Lima_Lima_Region.html#photos;geo=294316&detail=7112854&ff=262810727&albumViewMode=hero&aggregationId=101&albumId=101&baseMediaId=262810727&thumbnailMinWidth=50&cnt=30&offset=-1&filter=7&autoplay

FICHA DE MARCO ANALOGO



TITULO DE INVESTIGACION: Diseño de mercado municipal para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarney, 2017.

ELABORADO POR: Maqui Vilcas Mercy Betsabe

ASESOR: Mgtr. Arq. Jhonatan Cruzado

TITULO DE PROYECTO: Diseño de Mercado Municipal Sectorial

FECHA: 14-09-2017

N°

3.2

COD

Mercado N° 1 de Surquillo

5. ENTORNO

En uno de los lados del mercado de Surquillo del boulevard del mismo nombre se desarrolla actividades gastronómicas, restaurantes, puestos, chifas, pasta, jugos, etc. Frente pasando la calle auxiliar está la vía del metropolitano, continuando los restaurantes. Por el norteeeste esta el Teatro Marsano, La tarumba, El Parque Miranda y la Vía Expresa. Hacia el sur, cercano al mercado la estación del metropolitano Ricardo Palma.

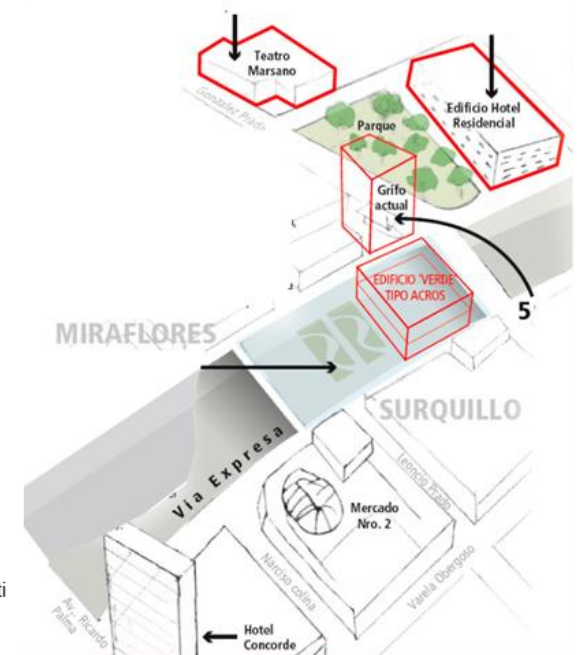
•UBICACION



MERCADO N°1 DE SURQUILLO



En el entorno urbano del mercado N1 de Surquillo, cuenta con equipamientos de actividades urbanas sociales, comerciales y culturales. La municipalidad del distrito a planteado en los proyectos urbanos para el mejoramiento de los mismos conectando la zona cultural con el mercado mediante un puente de alberga un edificio verde, también de abastamientos de alimentos. Propuesta en estudio en visión de mejoramiento del distrito.



6. GESTION

Recuperado de <http://perueconomico.com/ediciones/45/articulos/637>

El diseño actual data del año 1983, durante el gobierno de Fernando Belaunde Terry por los arquitectos Alfredo Dammert; Primer Decano del Colegio de Arquitectos) y Ricardo Valencia (Cadenas Agropecuarias Gastronómicas Incluidas). El tratamiento del entorno del mercado fue realizado el 2017, financiado por el Ministerio de Vivienda, construcción y Saneamiento; y Programa Integral de Mejoramiento de Barrios y Pueblos (PIMBP)

1.4. Formulación del Problema

Problema General

¿De qué manera el diseño de un mercado municipal sectorial influye en la cohesión urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017?

Problemas Específicos

¿Cómo la tipología de mercado influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017?

¿Cómo la arquitectura integrada al entorno influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017?

¿Cómo la espacialidad influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017?

1.5. Justificación del estudio

Se define como la acción de manifestar o explicar un suceso realizado. Carrasco (2013) manifiesta en argumentar el porqué de la elaboración del documento mostrando el propósito investigado, quienes serían los beneficiarios en los social, teorías a seguir y el lugar donde se planea el proyecto. Por tanto, exponemos justificaremos la investigación en los siguientes ámbitos:

Justificación Teórica

El análisis de las variables nos permitirá conocer como la cohesión urbana como método permite integrar factores con deficiencia o carencia como son en el social, económico, cultural y costumbres; factores que se entrelazan dando un aporte a la investigación de cómo funciona una ciudad integrada. Con ello, será instrumento base a otras investigaciones en plantear otros equipamientos que se conectará a los existentes con el mismo principio integrador.

Justificación Práctica

El análisis de lo investigado nos servirá para plantear estrategias de intervención urbana para integrar los sectores disgregados afianzando la cohesión

mediante el equipamiento de un mercado municipal. Esto servirá de nexo a otros sectores promoviendo las actividades permanentes.

Justificación social

La investigación expuesta es de interés social al estudiar las probables causas que afecta a los sectores disgregados del centro de la ciudad donde las actividades dinámicas, sociales, económicas y urbanas son mayores. La investigación busca contribuir en satisfacer la necesidad de abastecimiento de alimentos principal fuente económica comercial de Huarmey planteando un equipamiento que sirva de vínculo de integración fortaleciendo las actividades urbanas dispersas, contribuir a la dinámica mediante espacios públicos atractivos para el poblador y visitante.

Justificación metodológica

Se determinará si una variable influye a la otra, sujeto a análisis a nivel explicativo, desglosando cada variable en sus dimensiones e indicadores, para determinar las hipótesis propuestas, son sometidas a consulta, partiendo de una matriz operacional de variables, de manera deductiva de va desglosando de las variables hasta llegar a los indicadores, esta última determinante para elaborar los ítems y escalas, componentes del instrumento (encuesta); cuantificado utilizando el software SPSS, cuyos resultados darán validez a las hipótesis.

Los resultados de esta investigación concluirán con el diseño de un mercado municipal sectorial como elemento de cohesión, integrando los equipamientos continuos al centro cívico en una solo red urbana de la ciudad de Huarmey.

1.6. Hipótesis

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen al elaborar un enunciado probable a comprobarse a una veracidad real. La sustentación de la misma está basada en información existente, investigado y aplicado a casos semejantes o tomados de sucesos actuales (p. 92).

Por tanto, el proyecto de investigación describe las proposiciones desde el enunciado de las variables afirmando la influencia de la propuesta arquitectónica para lograr la cohesión, y está a sus respectivas dimensiones.

Hipótesis general

El diseño de un mercado municipal sectorial influye en la cohesión urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Hipótesis específicas

La tipología de mercado influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

La arquitectura integrada al entorno influye en cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

La espacialidad influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Determinar la influencia del diseño de un Mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Objetivos específicos

Verificar la influencia de la tipología de mercado para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Verificar la influencia de la arquitectura integrada al entorno para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Verificar la influencia de la espacialidad para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

Enfoque

La orientación será cuantitativa, al ser sometido a la recolección de datos mediante preguntas de investigación, así comprobar las hipótesis planteadas con anterioridad. Para Hernández, Fernández y Batista (2010) el análisis de datos a base de preguntas es medible por el conteo para determinar patrones de comportamiento específicos de la población asignada (p. 5).

Método de investigación

Se entiende por método como el proceso o pautas aplicadas y desarrolladas con objetivo principal de la eficiencia. El método aplicado en la investigación es deductivo. Según Palella y Martins (2012) el proceso de la disgregación en sus partes, partiendo de lo general a lo particular sujetos a un estudio, tiene como objetivo es dar solución a situaciones particulares (p. 81).

Por tanto, va partir de la variable general causal de mercado municipal sectorial, la segunda variable efecto es cohesión urbana, disgregándose cada una en sus dimensiones, estas a su vez en sus indicadores, planteando las hipótesis que serán sometidas a un análisis de investigación, haciendo uso de encuestas, entrevistas, datos bibliográficos, etc.

Diseño

El diseño planteado en la investigación es no experimental de corte transversal donde no se interviene en las variables así lo definen Hernández et. al. (2010) indicando que el diseño no experimental no se ha manipulado ninguna variable y transaccional porque la recolección de datos es en un solo momento y tiempo específico (p. 151). Por tanto, el análisis del proyecto estará previsto mediante encuestas para determinar si un mercado municipal sectorial es factible para la cohesión.

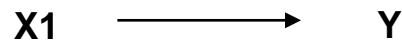
Palella y Martins (2012) manifiestan que el diseño es transversal o transaccional cuya función es la recolección de datos en un tiempo determinado, sometiendo a las variables a un análisis y en relación a un tiempo establecido sin interrupción ni manipulación (p. 94).

Alcances

El diseño de la investigación es de alcance explicativo, buscando aclarar la razón, condición o relación que puede existir entre dos o más variables. Hernández et. al. (2010) aseveran que una investigación explicativa podría explicar por qué o enrumbarse en el proceso a descriptiva o correlacional al profundizar y llegar a un diagnóstico de la investigación (p. 87).

El nivel explicativo busca comprobar los orígenes y/o causas de ciertos acontecimientos o fenómenos con cierto grado de complejidad; se entiende como la búsqueda de causa y efecto de sucesos (Palella y Martins, 2012, p. 93).

Diagrama de investigación



X1= Variable independiente observada V1

Y = Variable dependiente observada V2

Tipo de estudio

La investigación es de tipo básica al mostrar las teorías existentes en el uso de un marco teórico con el fin de conocer y aportar en la investigación en los conceptos que se podrían mejorar al contexto situacional.

Carrasco (2013) manifiesta que es la busca de recopilación e información científica, ahondar en el fenómeno ocurrido para contribuir y ampliar el conocimiento de análisis de las teorías expuestas (p. 43).

2.2 Variables, operacionalización

Variable

Carrasco (2013) sostiene que las variables son propiedades reales del problema vinculadas a la población de estudio por sus características visibles, naturaleza o propiedad particulares sujeta a análisis, el cual, durante el proceso de investigación esta puede variar en su grado de ser consecuente con la investigación (p. 219).

Hernández, Fernández y Batista (2010) definen como una propiedad expuesta a cambios, estos cambios son medibles, estudiadas y observadas (p.143).

Operacionalización de un variable

Para Carrasco (2008) consiste en descomponer las variables, iniciando por lo más general hasta llegar a lo más específico, esto quiere decir que cada variable se fragmenta en dimensiones, continua la división en indicadores (p. 226).

Balestrini (2006) manifiesta que involucra seleccionar los indicadores cuyo contenido se le atribuye a sus dimensiones y estos a su variable. El proceso consta en explicar el “que, cuando y como” de la variable y sus dimensiones correspondientes (p. 114).

Según Tamayo y Tamayo (2003) es el proceso que requiere establecer los parámetros de medición, lo cual permitirá establecer relación con las hipótesis de las variables planteadas (p. 169).

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable: Mercado Municipal Sectorial

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA Y VALORES	Niveles y Rangos por dimensión	Niveles y Rangos por Variable
Según el Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de mercados minoristas (como se citó en Bracamonte, 2006, p. 20) se refiere al modelo de mercado que abastece a los pobladores que residen a más de un kilómetro de distancia, en el cual se puede acceder peatonalmente o por transporte colectivo urbano o vehicular de otros distritos. Los productos que ofrecen son perecibles como legumbre, tubérculos, frutas, semillas, carnes, pescados, entre otros, no perecibles como ropa, calzados, muebles, artefactos, etc.	Se hará uso de las fuentes primarias de la variable Mercado Municipal Sectorial de naturaleza cualitativa, el cual se va a operacionalizar en tres dimensiones: tipología, integración al entorno y espacialidad; luego se subdivide cada dimensión en sus indicadores. Concluyendo en la formulación de los ítems y escalas; los cuales serán imprescindibles para elaborar el instrumento (cuestionario) datos medidos para su confiabilidad usando la escala Likert en el software SPSS.	Tipología de mercado	Mercado Mayorista	1, 2, 3	Escala Likert el cotejo es ordinal (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo.	Bajo= (9-20) Medio= (21-32) Alto= (33-45)	
			Mercado Minorista	4, 5, 6			
			Mercado Feria	7, 8, 9			
		Arquitectura integrada al entorno	Perfil urbano	10, 11,12		Bajo= (10-23) Medio= (24-37) Alto= (38-50)	
			Vegetación	13,14,15			
			Accesibilidad	16, 17, 18, 19			
		Espacialidad	Cubierta	20, 21, 22		Bajo= (9-20) Medio= (21-32) Alto= (33-45)	
			Estructura	23, 24, 25			
			Sectorización	26, 27, 28			

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 2

Matriz de operacionalización de la variable: Cohesión Urbana

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA Y VALORES	Niveles y Rangos por dimensión	Niveles y Rangos por Variable
<p>Marques de Oliveira (2015) sostiene que la cohesión parte de una definición global en la acción de juntar, agrupar, en concordia entre dos elementos. En el ámbito urbano se entiende la definición a escala menor y específica en su interconexión entre dos espacios urbanos que por factores externos una perdió su valor, limitando su accesibilidad, la cohesión en su accionar dispone de cualidades sociales y económicas que refuerzan esta integración fomentando la continuidad, identidad y permanencia mediante estrategias de planeación urbana es posible localizar estas deficiencias y ser tratadas (pp. 63-64).</p>	<p>Se hará uso de las fuentes primarias de la variable Cohesión urbana de naturaleza cualitativa, el cual se va a operacionalizar en tres dimensiones: Generación de apropiación, conexión urbana y actividades de permanencia; luego se subdivide cada dimensión en sus indicadores. Concluyendo en la formulación de los ítems y escalas; los cuales serán imprescindibles para elaborar el instrumento (cuestionario) datos medidos para su confiabilidad usando la escala Likert en el software SPSS.</p>	Generación de apropiación	Identidad	29, 30, 31	<p>Escala Likert el cotejo es ordinal (Hernández, Fernández y Batista, 2010, p. 251). (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo.</p>	<p>Bajo= (9-20) Medio= (21-32) Alto= (33-45)</p>	
			Diversidad de funciones	32, 33, 34			
			Diversidad de usuarios	25, 36, 37			
			Infraestructura de servicios	38, 39,40			
		Conexión urbana	Cobertura vial	41, 42, 43			
			Infraestructura peatonal	44, 45, 46, 47			
			Espacio para caminar	48, 49, 50			
		Actividades de permanencia	Mobiliario urbano	51, 52, 53			
			Espacio público dinámico	54, 55, 56			

Nota: Elaboración Propia.

2.3 Población y Muestra

Población

El proyecto de investigación considera inicialmente a los habitantes de la ciudad de Huarmey 24 316 habitantes, dato obtenido por el INEI del 2015. En el caso del planteamiento de un mercado minorista sectorial el área de servicio se limita el servicio en un radio de más de 1000 metros descrito en el Plan Maestro y Estudio de Prefactibilidad de mercados minoristas (como citó Bracamonte, 2006, p. 20). No obstante, la población a servir por la tipología de mercado considera el 40% de la población total descrito por Santos (como citaron Baldizón y López 2003, p. 15) visto en la matriz de jerarquía de equipamientos a continuación:

EQUIPAMIENTO	COBERTURA		CARÁCTER		NIVEL CRITICO		RESULTADO	
	%	Punteo		Punteo		Punteo	Suma	Prioridad
1. Escuela Pre-Primaria	40	3	Necesario	3	Corto plazo	6	12	2
2. Escuela Primaria	80	3	Deseable	3	Mediano plazo	3	9	2
3. Escuela Secundaria	50	3	Indispensable	6	Corto plazo	6	15	1
4. Estación de Policía	5	6	Indispensable	6	Corto plazo	6	18	1
5. Salón Comunal	0	6	Necesario	3	Mediano plazo	3	12	2
6. Biblioteca	15	6	Deseable	3	Mediano plazo	3	12	2
7. Guardería	0	6	Necesario	3	Mediano plazo	3	12	2
8. Mercado	40	3	Indispensable	6	Corto plazo	6	15	1
9. Centro de Salud	25	3	Indispensable	6	Corto plazo	6	15	1
10. Estación de Buses	40	3	Indispensable	6	Corto plazo	6	15	1
11. Areas Deportivas	50	3	Deseable	3	largo plazo	1	7	3
12. Juegos Infantiles	0	6	Deseable	3	largo plazo	1	10	3

Figura 24: Matriz de Jerarquía de equipamiento. Santos (2001). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_0960.pdf

En la Figura 24 muestra los distintos equipamientos en una planeación urbana, en el caso de estudio de mercado minorista sectorial se tomó el ítem de mercados con una cobertura de 40% de la población total a servir.

Radio de influencia

El Plano de la ciudad de Huarmey, delimitando por el radio de influencia para el mercado municipal sectorial a una distancia de 1000 m., tiene punto eje en el asentamiento humano Nery, en la parcela sin número frente a la calle las begonias, el radio abarca los asentamientos humanos Los claveles, La Victoria, parte de 28 de Julio y zona agrícola del sector B.

Para la ubicación del radio de influencia se tomó de guía el plano de otorgado por la municipalidad de Huarmey del año 2016, haciendo uso del programa AutoCAD se tomaron las distancias de un radio de 1km =1000m.

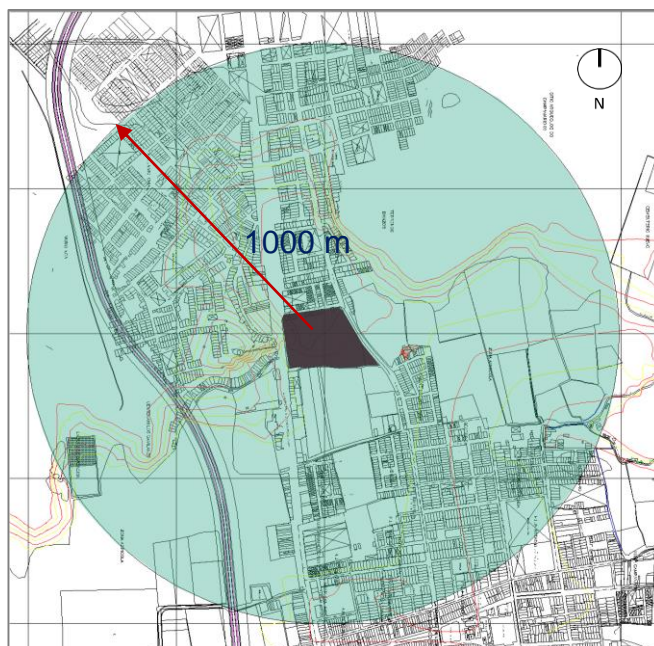


Figura 25: Radio de influencia para mercado sectorial en el AA.HH. Nery s/n. Medición de propia. Plano tomado de la Municipalidad de Huarmey 2016.

Estratos

Para delimitar mi población nos basamos en los posibles compradores por su capacidad adquisitiva en el abastecimiento de alimentos. Tenemos como base de datos por estratos de todos los pobladores de la ciudad de Huarmey dato otorgado por INEI 2015, al no obtener información por sectores del SIGE ni radio de influencia ni estratos por sector.

Tabla 3

Estrato de la población de habitantes para el radio de influencia a nivel ciudad de Huarmey, 2017

Estratos	Edades promedio	N
Joven	20 a 34 años	6085
Adulto	35 a 49 años	4819
Adulto mayor	50 a más años	2032
Total		12936

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 3 delimitada por estrato de edad las cantidades es en referente a

la población total de la ciudad, siendo menor la cantidad de población con una cantidad de 12 936 personas, siendo un dato no definitivo de la población.

Población a servir de 40% para un mercado minorista

$N = \text{Población total (40\%)} = \text{Población a servir}$

$N = 12936 (40\%) = 5174$

Para un mercado municipal sectorial la población a servir es de 5174 personas.

Criterios de inclusión y exclusión:

Criterio de inclusión:

- Pobladores de sexo femenino y masculino
- Edades tomadas a partir de los 20 años hasta más de 50 años
- Jefe de familia, madre de familia y PEA potencial comprador
- Turistas nacionales e internacionales
- Transeúntes del parque automotor de la vía panamericana norte

Criterios de exclusión:

- La población económicamente inactiva menores de 18 años
- Mayores de 70 años
- Personas dependientes por discapacidad
- Personas con dependencia de drogas o actos delictivos

Muestra:

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen “la muestra es un subgrupo de la población” (p. 171). Esto quiere decir, que la población por su cantidad es muy extensa a evaluar, por lo cual se toma o extrae una cantidad óptima a ser analizada.

Tamayo y Tamayo (2003) definen que es parte de una medición de la población, cuando no se puede determinar cada una de las identidades de la población, por tanto, esta muestra es su presentación (p. 176).

Muestra Probabilística

Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostienen en la elección de la muestra es al azar, donde cualquier persona o subgrupo tienen la posibilidad de ser apta para la muestra, mediante una selección aleatoria o mecánica de unidades de análisis (p. 175).

Cualquier sujeto tiene la misma probabilidad de ser parte de la muestra o distintos grupos también cumplen para conformarla, por tanto, este procedimiento de elección conforma la representación de la muestra (Espinoza, Tipos de muestreo: probabilístico, 2016, párr. 1).

Cálculo del tamaño muestral

Para determinar la muestra conociendo la cantidad de población se ha tomado el muestreo aleatorio simple, si se conoce la cantidad de población se emplea la proporción poblacional. Por tanto, Para establecer el total de pobladores a entrevistar, delimitando a una muestra de 357 personas en el asentamiento humano Nery.

Fórmula de proporción poblacional

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$$

Comprendiendo por:

n = muestra que se pretende hallar

N = Tamaño de la población = 5174

Z = Nivel de confianza = 1.96

e = Margen de error = 0.05

p = probabilidad de acierto = 0.5

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{5174 \times 1.96^2 \times (0.5) \times (1 - 0.5)}{(5174 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0.5) \times (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{5174 \times (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{5173 \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = \frac{5174 \times 3.8416 \times 0.25}{5173 \times 0.0025 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{4969.1096}{12.9325 + 0.9604}$$

$$n = \frac{4969.1096}{13.8929}$$

$$n = 357.48$$

Redondeado: $n = 357$

Serán 357 los pobladores entrevistados en el asentamiento humano Nery y sus alrededores dentro del radio de influencia en la ciudad de Huarmey, 2017.

Muestreo o procedimiento para seleccionar la muestra

Carrasco (2013) manifiesta sobre las características de la muestra, esta al ser extraída de la población debe ser directamente proporcional al total, incluso debe guardar sus atributos y cualidades (p. 244).

Además, Hernández, Fernández y Baptista (2010) describen la muestra como la parte extraída de la población, su definición y características es propia al grupo integral de la población. Se procede en el enfoque cuantitativo, donde la selección podría ser al azar o aleatoria en acuerdo a la probabilidad de análisis óptimo a seleccionar (p. 176).

Muestreo aleatorio estratificado

Tamayo y Tamayo (2003) explican que cuando se habla de estratos de una muestra, refiérase a sus elementos que la componen equitativamente al ser parte de la población. La segmentación de la población en distintos grupos o estratos donde cada uno representan su distinción e independencia con otros, se hace uso del método aleatorio simple (p. 177).

Palella y Martins (2012) manifiestan que el muestreo estratificado radica en dividir a la población por géneros, variedades o estratos. Para llegar a la muestra

se busca razones para tener y fijar el número de elementos de los estratos, seguido por la elección de las unidades de la muestra; puede que sea al azar o dentro de un estrato (p.111).

Es el tipo de muestreo donde se toman a subgrupos o estratos de la muestra de estudio, cuyas características son aptas a analizar, entre ellas se tienen, sexo, grupo étnicos, edad, nivel educativo, entre otros (Espinoza, Muestreo estratificado, 2016, párr. 1).

Tabla 4

Muestra de estratos aplicado al 40% a cada subgrupo de los habitantes del asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017.

Estratos	Edad promedio	N	40%
Joven	20 a 34 años	6085	2434
Adulto	35 a 49 años	4819	1927
Adulto mayor	50 a más años	2032	813
Total		12936	5174

Nota: Elaboración propia adaptado del INEI Perú: población total al 30 de junio, por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito, 2015.

En la tabla 4 se tiene los datos por estrato de edades a nivel de la población de la ciudad de Huarmey, se obtuvo al 40% de la población de 5174 personas, pero para efecto del muestreo aleatorio estratificado se disgrego a cada estrato con el 40% sin afectar la muestra general obtenida de 357 pobladores.

Fórmula para hallar el muestreo aleatorio estratificado

Se determina la cantidad de pobladores para la muestra mediante cálculo de obtenidos por su estrato mediante la fórmula proporcional (Carvajal, Tamaño de muestra en muestreo aleatorio estratificado, 2012, párr. 2)

$$n_h = n \frac{N_h}{N}$$

Comprendiendo por:

n_h = Muestra del estrato

N_h = Población del estrato

n = Muestra

N = Población

Aplicando la fórmula a los estratos descritos son las siguientes:

Estrato 1: Joven

$$n_h = \frac{2434}{5174} \times 357$$

$$n_h = 357 \times 0.4704$$

$$n_h = 167.93$$

Redondeo: **$n_h = 168$**

Estrato 2: Adultos

$$n_h = \frac{1927}{5174} \times 357$$

$$n_h = 357 \times 0.3724$$

$$n_h = 132.94$$

Redondeo: **$n_h = 133$**

Estrato 3: Adulto mayor

$$n_h = \frac{813}{5174} \times 357$$

$$n_h = 357 \times 0.1571$$

$$n_h = 56.08$$

Redondeo: **$n_h = 56$**

Tabla 5

Muestra con estratos de los habitantes del asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017.

Estratos	Edades promedio	N	40%	n
Joven	20 a 34 años	6085	2434	168
Adulto	35 a 49 años	4819	1927	133
Adulto mayor	50 a más años	2032	813	56
Total		12936	5174	357

Nota: Elaboración propia adaptado del INEI Perú: población total al 30 de junio, por grupos quinquenales de edad, según departamento, provincia y distrito, 2015.

En la tabla 5 muestra por columnas desde los estratos generales, limitando al 40% a cada estrato por edad hasta la aplicación de la fórmula aleatoria estratificada. En el estrato joven con una muestra de 168 personas, adulto con 133 personas y por último el adulto mayor con 56 personas.

Muestreo aleatorio simple

Según Carrasco (2013) sostiene que cualquier integrante de la población puede ser elegida para formar parte de la muestra (p. 241).

Palella y Martins (2012) son las probabilidades de elección son al azar por cada individuo de la población, asignado una numeración para ser escogidos sin premeditación (p. 110).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Palella y Martins (2012) definen al concluir el análisis teórico y determinar posibles soluciones se da inicio a la toma de muestreo, esta forma de recolección de información puede ser de distintas maneras como por ejemplo observación, encuestas, test, entre otros (p. 115).

En acuerdo con el autor se va especificar al muestreo a un instrumento de medición a escala donde Hernández, Fernández y Baptista (2014) explican refiriéndose a la agrupación de ítems afirmando una idea expuesta ante la reacción

del usuario, el cual escogerá una respuesta por puntaje o categorías de escalas (p. 238).

La elección por categorías o escala de Likert para Hernández, Fernández y Baptista (2010) sustentan la técnica de establecer valores en afirmaciones el cual será cuantificado midiendo el grado afirmativo de cada ítem, seguido de corresponder a un grupo o escala mediante una sumatoria de ítems puesto en valor, además de continuar un proceso de confiabilidad y validez (pp. 244-245).

Tabla 6

Principales técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumento
Observación	Guía de observación
	Lista de chequeo
	Registro anecdótico
Entrevista	Matriz de análisis
	Guía de entrevista
Encuesta	Cuestionario
	Escala
	Test
Sesión de grupo	Prueba de conocimiento
	Guía de observación
	Matriz de información

Nota: Hurtado (1998)

En la tabla 6 muestra los diferentes técnicos de recolección de datos e instrumentos que se pueden utilizarse según Hurtado (como citó Gamarra, G., Rivera, T., Wong, F. y Pujay, O., 2008, p. 302) sostienen los instrumentos más usados como la encuesta, se tienen el cuestionario, escala y test donde son aplicables más para investigaciones cuantitativas. Por tanto, debe existir una consecuencia entre la teoría investigada y lo que se logró con el instrumento en medición.

Encuesta

Según Carrasco (2013) es un procedimiento de investigación aplicado a la población o muestra de estudio, utilizado para indagar, analizar y recopilando información a manera de directas en el uso de entrevista o indirectas mediante un instrumento de medición como son los cuestionarios, aplicado a cada poblador analizado (p. 314).

Instrumento

El instrumento es una herramienta para recabar información, datos significativos para la investigación. Se caracteriza por su forma y contenido; la primera parte de la recopilación de información científica en el proceso de estudio de la investigación, el contenido vendría a ser lo real, hechos y sucesos que se quieren para demostrar, por tanto, se elaboran instrumentos que contengan cada indicador derive la idea en ítems o premisas afirmativas (Palella y Martins, 2012, p.125).

Carrasco (2013) manifiesta que el instrumento es factible de medición en aplicaciones cuantitativas son el cuestionario por sus características de ser puntuales y concisas con respecto al problemática investigada en relación directa a los indicadores e ítems donde devienen las premisas, impresas en hojas para ser respondidas individualmente (p. 318).

Para el caso de estudio se elaboraron cuestionario por cada variable de análisis. Variable 1 (independiente) Mercado Municipal Sectorial y Variable 2 (dependiente) Cohesión urbana.

Escala

En una herramienta de medición que pronostica de manera objetiva las cualidades y características de sucesos o hechos que afectan a la sociedad. La medición de la escala es de manera progresiva, su intensidad varia si son aceptadas o negadas con respecto al fenómeno real que acontece a la variable analizada (p. 291).

En el análisis del instrumento se aplicará la escala de Likert, donde el planteamiento de cada ítem es de manera afirmativa, sobre sucesos acontecimientos, fenómenos reales, actitudes individuales o grupales; donde los pobladores evaluados expresen su sentir u opinión respecto a lo descrito en los ítems, por tanto, cada respuesta es de manera gradual aceptando o rechazando la premisa.

Los valores numéricos de graduación son progresivos en la escala de Likert así los describe Hernández, Fernández y Batista (2010) iniciando desde Totalmente

en desacuerdo con el valor más bajo de 1, en desacuerdo con valor de 2, ni acuerdo ni en desacuerdo con valor 3 también conocida como neutra, en desacuerdo con valor de 4 y totalmente de acuerdo con valor de 5 máximo de aceptación.

En el caso de estudio investigado se aplicará proposiciones positivas y negativas, esta última para obtener opiniones ante una premisa desfavorable, su valoración más alta será totalmente en desacuerdo (5) decreciendo a la unidad de totalmente en acuerdo (1).

Tabla 7

Ficha técnica del instrumento de la variable 1

FICHA TÉCNICA

Variable 1: Mercado municipal sectorial	
Técnica	Encuesta
Instrumento	Escala para medir actitudes
Nombre	Encuesta para medir la percepción del diseño de un mercado municipal sectorial
Autora	Maqui Vilcas Mercy Betsabe
Año	2017
Extensión	Consta de 28 ítems
Significación	<p>La escala presenta tres dimensiones, que evaluarán las características y beneficios que tendrá un mercado municipal sectorial. La primera dimensión tiene tres indicadores con un total de nueve ítems, la segunda dimensión figura con tres indicadores con un total de diez ítems, la tercera dimensión comprende de tres indicadores con un total de seis ítems.</p> <p>Los resultados serán acordes a las respuestas de la escala de medición tipo Likert que son a continuación: Totalmente de acuerdo con un valor de 5, De acuerdo con valor de 4, Ni de acuerdo ni en desacuerdo con valor de 3 y Totalmente en desacuerdo con el valor más bajo de 1.</p>
Puntuación	con un valor de 5, De acuerdo con valor de 4, Ni de acuerdo ni en desacuerdo con valor de 3 y Totalmente en desacuerdo con el valor más bajo de 1.
Duración	30 minutos
Aplicación	La muestra total de 357 persona ubicadas en el Asentamiento Humano Nery
Administración	Una sola vez

Nota: Elaboración propia

Tabla 8

Ficha técnica del instrumento de la variable 2

FICHA TÉCNICA

Variable 2: Cohesión urbana	
Técnica	Encuesta
Instrumento	Escala para medir actitudes
Nombre	Encuesta para medir la percepción para la cohesión urbana
Autora	Maqui Vilcas Mercy Betsabe
Año	2017
Extensión	Consta de 28 ítems
Significación	La escala presenta tres dimensiones, que evaluarán las características y beneficios que tendrá un mercado municipal sectorial. La primera dimensión figura con tres indicadores con un total de nueve ítems, la segunda dimensión contiene tres indicadores con un total de diez ítems, la tercera dimensión figura con tres indicadores con un total de seis ítems.
Puntuación	Los resultados serán acordes a las respuestas de la escala de medición tipo Likert que son a continuación: Totalmente de acuerdo con un valor de 5, De acuerdo con valor de 4, Ni de acuerdo ni en desacuerdo con valor de 3 y Totalmente en desacuerdo con el valor más bajo de 1.
Duración	30 minutos
Aplicación	La muestra total de 357 persona ubicadas en el Asentamiento Humano Nery
Administración	Una sola vez

Nota: Elaboración propia

Validez

Palella y Martins (2012) definen que la validez representa la relación existente en instrumento de medición y las respuestas que se pretende obtener. En la validez de contenido, los ítems serán objeto de medición para determinar el grado de representación de la variable donde sea explícita su contenido (p. 160).

La validez del contenido para Hernández, Fernández y Baptista (2014) es el atributo del instrumento al ser claro y conciso de ser medido. El instrumento estará compuesto por todas las variables y contenidos que la representen (p. 201).

Confiabilidad

Para Hernández et. al. (2014) es el análisis aplicado al instrumento de comprobación, empleada reiteradas veces a una persona u objeto donde el resultado será el mismo (p. 200).

Fórmula Alfa de Cronbach para hallar la confiabilidad

$$\left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Dónde:

S_i^2 = Suma de la varianza de cada ítem.

S_t^2 = La varianza total de filas – puntaje de jueces

K = Número de preguntas

La confiabilidad se determina aplicando los valores de confiabilidad del Alfa de Cronbach haciendo uso del software SPSS que por su sistema tecnológico nos facilitara los cálculos con exactitud, demostrando la confiabilidad de cada ítem por respuestas dadas en una escala de valores asignado.

Tabla 9

Tabla de rangos de los coeficientes de confiabilidad, Alfa de Cronbach

Coeficiente De Confiabilidad	
VALORES	INTERPRETACION
0.25	Baja Confiabilidad
0.50	Media Confiabilidad
0.75	Aceptable Confiabilidad
0.90	Alta Confiabilidad

Nota: Valores de Alfa de Cronbach como citó Hernández, Fernández y Batista (2010).

La tabla 9 muestra los valores de confiabilidad de Alfa de Cronbach, donde la mayor aceptación con alta confiabilidad es de valor 0.90 a la unidad, decreciendo hasta baja confiabilidad de 0.25. En el caso de estudio aplicado a las dos variables son aceptable al lograr valores mayores a 0.75.

Prueba Piloto

Se tomó una muestra piloto de 30 pobladores sin características de afinidad, nivel social u otros. Los únicos requisitos que se tomo es la proporción de la muestra por estratos de edades. El instrumento contiene las características de las variables desglosadas en ideas y/o afirmaciones representadas por ítems el cual será sometido a valoración para ver el grado de confiabilidad, siendo calificado por valores numéricos de aceptación.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) hacen referencia a J. L Cronbach, los valores obtenidos de 0.50 tienen baja confiabilidad, por el contrario, si es superior a 0.75 su valor es aceptable y si es creciente de 0.90 a la unidad es elevada.

En la prueba piloto también aemos mención del contraste en opiniones al brindarles el instrumento y tener su opinión al respecto. De los 30 pobladores encuestados se recibieron opiniones favorables al proyecto de investigación, pero hubo algunos detractores al referirse a las tiendas y bodegas perderían sus ganancias que hasta ahora perciben.

Variable 1: Diseño de mercado municipal sectorial

Se aplicó el método de confiabilidad de Alfa de Cronbach a la variable 1: diseño de mercado municipal para determinar el grado de confiabilidad aplicado al cuestionario piloto.

Tabla 10

Alfa de Cronbach de la Variable Diseño de mercado municipal sectorial en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	28

Nota: Software SPSS 22.0

La tabla 10 señala la cantidad de ítem con un total de 28 elementos evaluados, haciendo uso del software SPSS 22.0 nos da un resultado de 0.811 que corresponde a un rango mayor admisible.

Variable 2: Cohesión urbana

El método usado para constatar la confianza será el Alfa de Cronbach asignado a la variable 2: cohesión urbana para determinar el grado de confiabilidad aplicado al cuestionario piloto.

Tabla 11

Alfa de Cronbach de la Variable Cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,813	28

Nota: Software SPSS 22.0

En la tabla 11 contiene las afirmaciones de los ítems que son 28 elementos evaluados, aplicando el software SPSS 22.0 nos da un resultado de 0.813 que está dentro del rango de confiabilidad aceptable.

2.5 Método de análisis de datos

Análisis psicométricos

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen como el proceso seguido de la toma del instrumento, en la elección de programa software q facilite el conteo y el grado de confiabilidad tomando el Alfa de Cronbach; en el análisis cuantitativo se utilizó el programa SPSS 22.0, primeramente, teniendo la prueba piloto con 28 ítems por cada variable, donde fueron llenados las respuestas por valores de percepción a escala Likert tomados a 30 pobladores. Se elaboró posterior la base de datos de las respuestas con los valores numéricos en Excel, para tener los sumatorios totales, luego se pasaron al programa SPSS 22.0 se llenaron los datos por etiquetas, por ítems, escalas de valores y medición; por consiguiente, evaluar la confiabilidad por el Alfa de Cronbach, esperando resultados óptimos mayores a 0.75 como indica la confiabilidad o llegar a la unidad que es altamente confiable.

Se aplicará el instrumento al total de muestra de 357 pobladores por estratos de edades de la siguiente manera:

Por Estrato:

- Joven: 119 pobladores
- Adulto: 119 pobladores
- Adulto Mayor: 119 pobladores

2.6 Aspectos Éticos

En la elaboración del instrumento se tomó como base de datos características, de edad, sexo, nivel educativo, estado civil y ocupación; como elementos básicos de información del individuo preservando en anonimato su identidad o algún aspecto de vulnerar su privacidad; todos los ítems del cuestionario forman parte del proceso de investigación de cada variable cuestionada.

Referidos a la variable y sus subdivisiones descritos en el marco teórico que forma parte de la investigación al recopilar conceptos y/o definiciones según

autores especialistas en el tema, al citarlos como fuente de información, mas no ser objeto de plagio, con el debido cuidado evitar omisiones del autor fuente.

La metodología de la investigación sigue ciertos parámetros y lineamientos los cuales mediante el proceso de análisis teórico y estadístico nos dará un resultado de lo investigado.

III. RESULTADOS

3.1. Estadística Descriptiva

Perfil del usuario

Al definir el tipo de mercado municipal sectorial se caracteriza por su radio de influencia de la población a servir delimitando nuestro público a servir y tener un equilibrio de servicios con respecto a la ciudad de Huarmey. Se encuestaron a 357 personas del cual fueron escogidos por estratos de edad de potenciales consumidores entre jóvenes, adulto, adulto mayor.

Puntos de recolección de datos

Se procedió en mapear el límite de influencia de nuestro mercado para identificar los Asentamiento Humanos, avenidas, jirones y cales.

Se está dividiendo por zonas de encuestas especificando a que Asentamiento Humano pertenece, centro poblado, avenida principal o referencia a un hito importante.

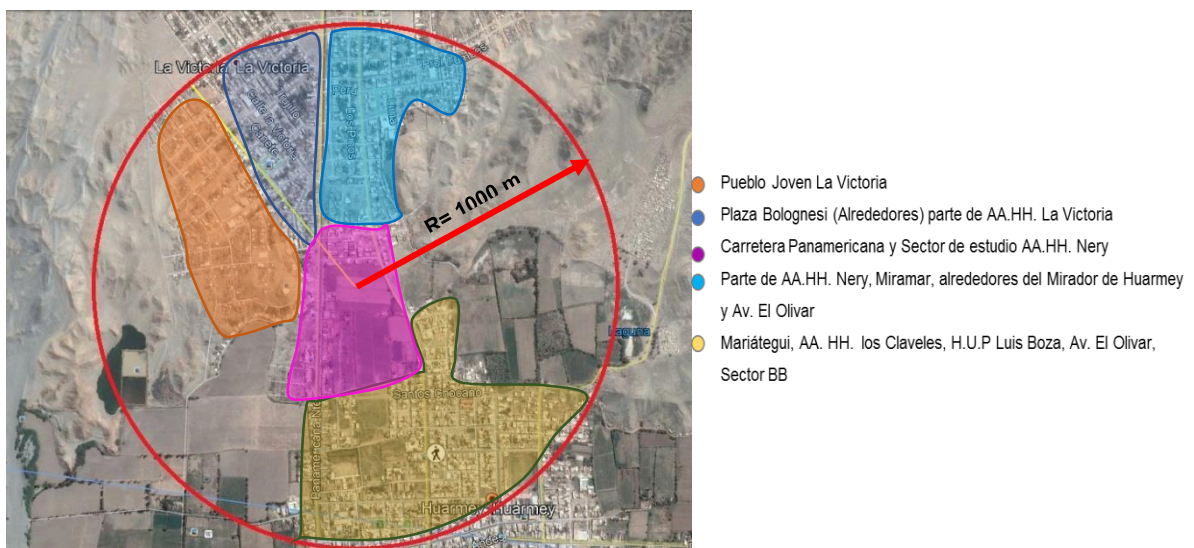


Figura 26: Radio de influencia de mercado Sectorial en la ciudad de Huarmey 2018. Recuperado de Google Earth Pro

Descripción de resultados para la variable 1: Diseño de mercado municipal sectorial

Tabla 12

Niveles de aceptación para la variable Diseño de Mercado Municipal Sectorial en el Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017.

Diseño de Mercado Municipal Sectorial (agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MEDIO	104	29.1	29.1	29.1
Válido ALTO	253	70.9	70.9	100.0
Total	357	100.0	100.0	

Nota: cuestionario Aplicado

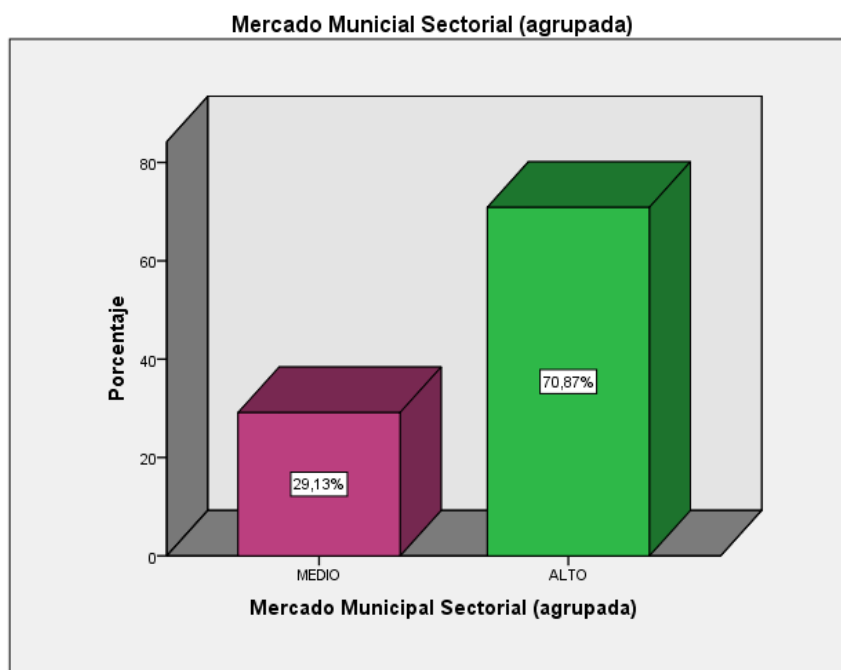


Figura 28: Gráfico de los niveles de aceptación para la Variable Mercado Municipal Sectorial

De la Tabla 12 y la figura 28 muestra dos niveles de aceptación medio y alto, de mayor con un 70,87% de aceptación alto para la variable Mercado Municipal Sectorial.

Concluyendo que la variable Mercado Municipal Sectorial tiende a ser aceptable con un alto nivel de aceptación.

Descripción de resultados para la variable 2: Cohesión Urbana

Tabla 13

Niveles de aceptación para la variable Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017

Cohesión Urbana (Agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	232	65.0	65.0
	ALTO	125	35.0	100.0
	Total	357	100.0	100.0

Nota: cuestionario Aplicado

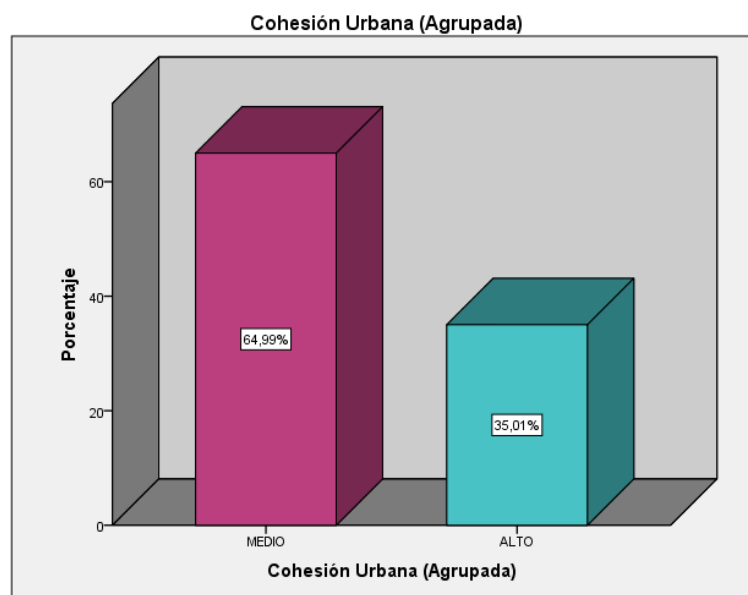


Figura 29: Gráfico de los niveles de aceptación para la Variable Cohesión Urbana.

De la Tabla 13 y la figura 29 se tiene de aceptación medio con un 66.99% y alto con un 35.01%, de aceptación para la variable Cohesión Urbana. Los de aceptación alto tienen la convicción completa que da la cohesión; los de aceptación media también aceptan, pero no se sienten apoyados por sus autoridades.

Concluyendo la aceptación, ya que la aceptación parte de las necesidades de pobladores y lo que demandan para su calidad de vida. Lo que dispone una integración que de la variable Cohesión Urbana.

Descripción de resultados para la dimensión 1: Tipología de mercado

Tabla 14

Niveles de aceptación para la dimensión Tipología de mercado en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017

Tipología de mercado (agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	.3	.3
	MEDIO	179	50.1	50.4
	ALTO	177	49.6	100.0
	Total	357	100.0	100.0

Nota: cuestionario Aplicado

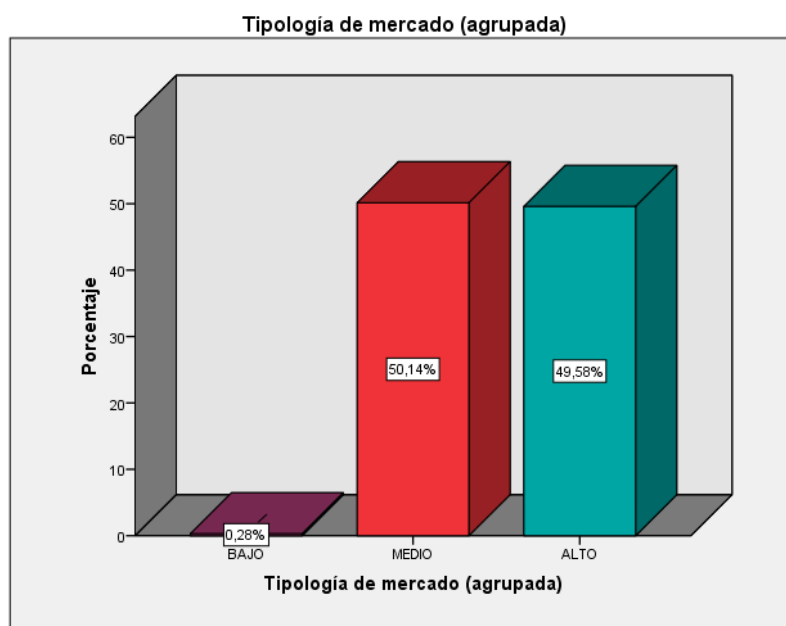


Figura 30: Gráfico de los niveles de aceptación para la dimensión Tipología de mercado

De la Tabla 14 y la figura 30 se observa un nivel bajo de 0.28%, mientras que el nivel medio de 50.14% y nivel alto de 49.58. las dos últimas con niveles mayores de aceptación de la dimensión Tipología de mercado.

De los resultados obtenidos se concluye para la dimensión Tipología de mercado tiende a un nivel alto nivel de aceptación.

Descripción de resultados para la dimensión 2: Arquitectura integrada al entorno

Tabla 15

Niveles de aceptación para la dimensión Arquitectura integrada al entorno en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

Arquitectura integrada al entorno (agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	80	22.4	22.4
Válido	ALTO	277	77.6	100.0
	Total	357	100.0	100.0

Nota: cuestionario Aplicado

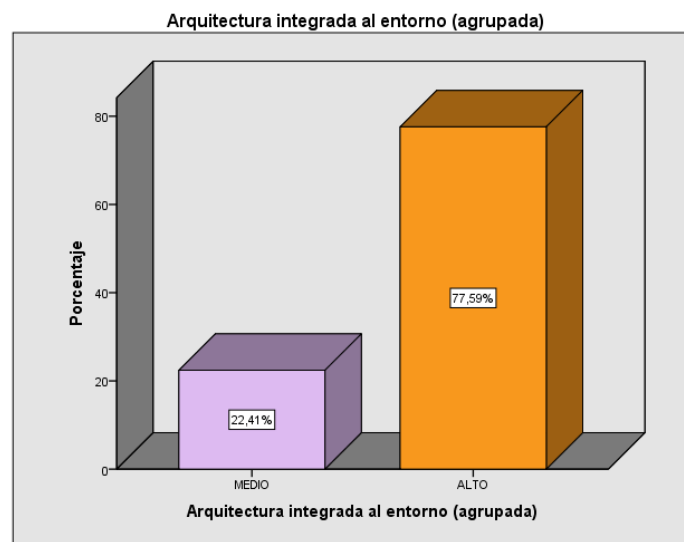


Figura 31: Gráfico de los niveles de aceptación para dimensión Arquitectura integrada al entorno

De la Tabla 15 y la figura 31, dispone dos niveles de aceptación, la primera de nivel medio con 22,41% frente a un nivel alto de 77,59. Teniendo dos niveles de aceptación se reafirma con el nivel alto de aceptación de la dimensión Arquitectura integrada al entorno.

Por tanto, se concluye para la dimensión Arquitectura integrada al entorno tiende un nivel alto de aceptación.

Descripción de resultados para la dimensión 3: Espacialidad

Tabla 16

Niveles de aceptación para la dimensión Espacialidad en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Espacialidad (agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MEDIO	220	61.6	61.6	61.6
Válido ALTO	137	38.4	38.4	100.0
Total	357	100.0	100.0	

Nota: cuestionario Aplicado

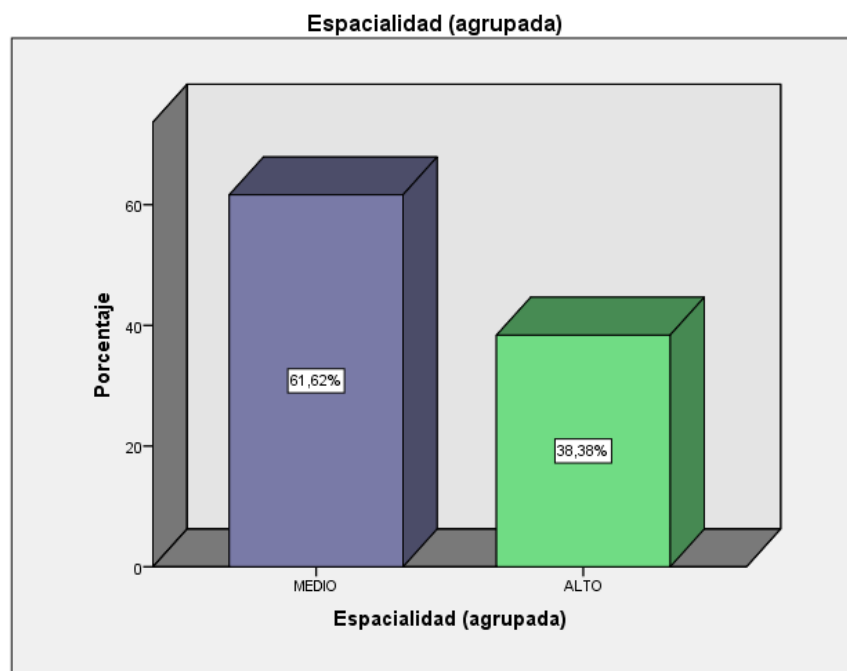


Figura 32: Gráfico de los niveles de aceptación para dimensión Espacialidad

De la Tabla 16 y la figura 32, se observa un medio de aceptación de 61,62% y de alto con 38,38 %, de aceptación para la dimensión Espacialidad.

De los resultados descritos se concluye que ambas cantidades están dentro del rango de aceptación para la dimensión Espacialidad.

Prueba de Normalidad

La prueba de ajuste de Koldmogorov Smimov se aplica a muestra mayores a 50 personas, en el caso de estudio es de 357 pobladores para demostrar mediante puntajes la relación entre la variable 1: Mercado Municipal Sectorial y la variable 2: Cohesión Urbana.

Tabla 17

Prueba de Kolmogoroy de la variable Mercado Municipal Sectorial para Cohesión Urbana.

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Mercado Municipal Sectorial	.076	357	.000
Cohesión Urbana	.042	357	.200*

Nota: Cuestionario Aplicable.

En la tabla 17 aplicado la prueba Koldmogorov Smimov (K-S) para la variable Mercado Municipal Sectorial se produjo el valor de $p=0,000$, siendo ($***p < .05$). Y la variable Cohesión Urbana muestra un valor de $p=0.200$ donde ($***p < .05$). Por consiguiente, no se asevera una distribución normal, con ello es necesario aplicar la prueba no Paramétricas de coeficiente RHO de Spearman.

Los rangos de valores del Rho Sperman se tomó la interpretación de Sampieri y Collado (1998) aplicadas en las encuestas registradas en el SPSS 22.0.

3.2. Estadística Inferencial

Prueba de hipótesis general

Hi: El diseño de un mercado municipal sectorial influye en la cohesión urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

Ho: El diseño de un mercado municipal sectorial no influye en la cohesión urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

Tabla 18

Coefficiente de correlación Rho de Spearman de la variable Mercado Municipal Sectorial para Cohesión Urbana.

Correlaciones			Mercado Municipal Sectorial	Cohesión Urbana
Rho de Spearman	Mercado Municipal Sectorial	Coeficiente de correlación	1.000	.262**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	357	357
	Cohesión Urbana	Coeficiente de correlación	.262**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	357	357

Nota: cuestionario Aplicado.

De acuerdo a la presente tabla 18, demuestra mediante el resultado del análisis estadístico una relación $r=0.262$ entre la variable Mercado Municipal Sectorial y la Cohesión Urbana; el grado de correlación positiva media entre las variables.

La significación de $p=0,000$ y muestra que $p<0,05$ lo que se puede afirmar la una relación significativa entre las dos variables. Entonces se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Por tanto, se determina que existe relación entre la variable Mercado Municipal Sectorial para Cohesión Urbana del sector asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

Prueba de hipótesis específica 1

H₁: La tipología de mercado influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

H₀: La tipología de mercado no influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Tabla 19

Coeficiente de correlación Rho de Spearman de la dimensión Tipología de mercado y la variable Cohesión Urbana.

Correlaciones					
			Tipología de mercado	Cohesión Urbana	
Rho de Spearman	Tipología de mercado	Coeficiente de correlación	1.000	.216**	
		Sig. (bilateral)	.	.000	
			N	357	357
	Cohesión Urbana			.216**	1.000
		Sig. (bilateral)			.000
				N	357

Nota: cuestionario Aplicado.

De acuerdo a la presente tabla 19, los resultados del análisis estadístico muestran una relación $r=0,216$ entre la dimensión Tipología de mercado y la variable Cohesión Urbana; siendo de grado de correlación positiva media entre la dimensión y la variable.

La significación de $p=0,000$ y muestra que $p<0,05$. Esto significa una relación significativa entre la dimensión y la variable. Por tanto, se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la nula. determinando que existe relación entre la dimensión Tipología de mercado para la Cohesión Urbana en el asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Prueba de hipótesis específica 2

H₂: La arquitectura integrada al entorno influye en cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

H₀: La arquitectura integrada al entorno no influye en cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

Tabla 20

Coefficiente de correlación Rho de Spearman de la dimensión Arquitectura integrada al entorno y la variable Cohesión Urbana.

		Correlaciones		
			Arquitectura integrada al entorno	Cohesión Urbana
Rho de Spearman	Arquitectura integrada al entorno	Coeficiente de correlación	1.000	.188**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	357	357
Rho de Spearman	Cohesión Urbana	Coeficiente de correlación	.188**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	357	357

Nota: cuestionario Aplicado.

De acuerdo a la presente tabla 20, los análisis estadísticos muestran una relación $r=0,188$ entre la dimensión Arquitectura integrada al entorno y la variable Cohesión Urbana; teniendo una correlación entre la dimensión y la variable de positiva media.

La significación de $p=0,000$ y muestra que $p<0,05$. Esto quiere decir que la correlación es significativa entre la dimensión y la variable. Por ende, se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la nula. Estableciendo una relación entre la dimensión Arquitectura integrada al entorno para la Cohesión Urbana en el asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.

Prueba de hipótesis específica 3

H₃: La espacialidad influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

H₀: La espacialidad no influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

Tabla 21

Coefficiente de correlación Rho de Spearman de la dimensión Espacialidad y la variable Cohesión Urbana.

Correlaciones				
			Espacialidad	Cohesión Urbana
		Coeficiente de correlación	1.000	.131*
	Espacialidad	Sig. (bilateral)	.	.013
Rho de		N	357	357
Spearman		Coeficiente de correlación	.131*	1.000
	Cohesión Urbana	Sig. (bilateral)	.013	.
		N	357	357

Nota: cuestionario Aplicado.

De acuerdo a la presente tabla 21, los resultados del análisis estadístico muestran una relación $r=0,131$ entre la dimensión Espacialidad y la variable Cohesión Urbana; la correlación indica el grado de relación entre la dimensión y la variable es positiva media. La significación de $p=0,000$ y muestra que $p<0,05$ expresa que la correlación es significativa entre la dimensión y la variable.

Por tanto, se aprueba la hipótesis alterna y se rechaza la nula. En síntesis, se establece que existe una relación entre la dimensión Espacialidad para la Cohesión Urbana en el asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017.

IV. DISCUSSION

Irmer (2012) presentó su tesis titulada “Mercado Costumbrista de Coyhaique. Fortalecimiento del desarrollo local”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad de Universidad de Chile. El objetivo principal de la investigación es promover comercio tradicional integrando sus actividades artesanales propias de sus productores de la localidad, promoviendo la formalidad, espacio donde sigan desarrollando sus costumbres, atractivo para visitas turísticas nacionales y extranjeras para mejorar la calidad de vida de los pobladores. Se llegó a la siguiente conclusión, el aislamiento, segregación de la comunidad de Coyhaique por déficit de accesibilidad el gobierno regional priorizo el centralismo de región dando al olvido dicha comunidad, con ello demandan equipamientos urbanos, la formalidad en el comercio donde la producción agrícola local, artesanal sea fuente de ingresos económicos y evitar el desplazamiento de los pequeños comerciantes frente a las importaciones de grandes empresas retails. Estamos de acuerdo con los antecedentes analizados, lo que necesita es revalorar sus recursos, costumbres que no se debería perder, las sus actividades primarias y propias como la agricultura y artesanía porque forma parte de su cultura y fuente de ingreso directo. Según Marques de Oliveira (2015) la Identidad establece la definición personal o colectiva del hombre al interactuar con el lugar generando experiencia y vínculo emocional para Coyhaique por el principio de identidad cultural mediante la comercialización de alimentos típicos del lugar y manufacturera de artesanías originarias de la localidad. Por tanto, relacionamos estos sucesos y solución para el A.H. Nery con la identidad que están perdiendo las nuevas generaciones, desplazando el abastecimiento de primera mano agrícola en sus alrededores, frente a la competencia de grandes productores de otros distritos, sumado informalidad. Ya se dio el reconocimiento del municipio de reubicar e integrar el comercio de abastos tradicional, frente a sucesos del fenómeno del niño que afecto emocionalmente a la mayoría de agricultores y es prioridad generar la identidad de los recursos que poseen, dar a conocer en un espacio de venta saludable y seguro donde se exhiba la diversidad, con ello generar actividades comerciales sin perder la interacción tradicional.

Moreno (2012) presentó la tesis titulada “Centralidad de Abastos: Estructuración de un borde articulador en Corabastos”. Para optar el título de arquitecto en la universidad Pontificia Universidad Javeriana. El objetivo es plantear un proyecto que articule de forma ordena un centralismo de actividades económicas proyecta a un crecimiento inevitable por tener como base una central de abastos mayorista. Se concluyó que la falta de proyección urbana en zonificar el comercio en un espacio propicio para los mercados de abasto generó la dispersión del comercio informal estableciéndose en los espacios públicos como veredas, plazas, vías peatonalizadas, una manera de ordenar e integrar espacios importantes de actividad constante es la cohesión interconectando con los espacios públicos. Según Marques de Oliveira (2015) la cohesión es una manera de integrar intersticios o sectores aislados, estas conexiones son dinámicas por ser de carácter social, urbana, económica y otras que favorezcan una comunicación de desarrollo urbano continuo. Estas son planteadas por acciones de planeación urbana con definen y localizan la problemática a tratar (p. 64).

En acuerdo con el autor, al establecer puentes de activos entre sectores aislados en el caso del centro de la ciudad de Huarmey con los A.H. del norte Miramar, Santo Domingo, la Victoria entre otros, siendo el nodo articular un sector del A.H. Nery. Por tanto, se concluye que mediante la cohesión se puede articular el comercio informal centralizándolo, recuperando los espacios públicos dispersos de tal manera se ira ramificado a espacios dinámicos según el uso.

Muenala (2013) presento su tesis titulada “Arquitectura, paisaje y el valor del lugar: Nuevo Mercado para la ciudad de Otavalo”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad San Francisco de Quito. Tiene como objetivo principal de la investigación articular un elemento arquitectónico de uso público para unir las actividades económicas respetando los espacios naturales propios del lugar siendo parte de la arquitectura paisajística. Se determinó que la infraestructura de mercado carente de orden, aislada en una zona altamente riesgosa por la delincuencia y espacios públicos naturales como posaderas de basura, ni equipamiento urbano que de indicio de camino peatonal. Concordamos con los antecedentes en el emplazamiento de la edificación deteriorado no solo en la infraestructura sino también el entorno de espacios públicos y naturales, lo que propone el autor es

disponer la Arquitectura integrada al entorno, dando valor al paisaje natural e integrarlo a la arquitectura de mercado. Estamos de acuerdo con la arquitectura integrada al entorno porque dispone de un análisis previo si es óptimo intervenir en un medio y como este puede acoplar o transformar de manera positiva en el desarrollo urbano. Bracamonte (2006) sostiene que la arquitectura integrada al entorno toma la tipología de lugar para definir la función, perfil urbano, infraestructura para que la forma sea complementaria al paisaje urbano. Incluso para el equipamiento de un mercado se toma estudios de impacto ambiental, accesibilidad y desarrollo comercial a largo plazo (p. 59-60). De lo mencionado se puede deducir que seguir estos parámetros en un entorno de contrastes naturales como en la ciudad de Huarmey de espacios urbanizados, los asentamientos humanos, parcelas agrícolas en las periferias son aspectos importantes en el planteamiento de una arquitectura que de identidad a los pobladores por su accesibilidad, uso e interacción social.

Por consiguiente, de lo mencionado ubicando en el A.H. Nery y sus alrededores no existe una arquitectura definida por ser un sector en pleno desarrollo, no obstante, se puede incorporar un arquitectura propicia y atractiva para las actividades comerciales y difundir sus productos siendo coherentes con el entorno que no genere impactos ambientales.

Massella (2016) presento su tesis titulada " Propuesta Arquitectónica para la construcción de mercado Municipal de Escuintla, Escuintla". Para obtener el título de arquitecta en el grado de licenciatura en la Universidad de ISTMO. Tuvo como objetivo principal la ubicación propicia mediante estudios de impacto ambiental, entorno vial para disponer de una arquitectura de mercado para albergar a los comerciantes informales que se expandieron en el centro de Escuintla. Se llegó a la siguiente conclusión al conocer el entorno del centro de la ciudad que conforma cinco mercados en sus calles los cuales no hay diferenciación de los espacios públicos eliminando los espacios para caminar lo que conlleva al desorden, invasión de las vías, contaminación de suelo y sonora. Por consiguiente, es imprescindible la formalidad mediante un equipamiento de mercado que facilite trámites y gestiones de adquisición de puestos; así recuperar las calles. A la vez estamos de acuerdo con el antecedente ya que los espacios para caminar son elementos

integradores de desplazamiento lo que permite la preferencia del usuario haciendo uso de sus sentidos para pasear, interactuar socialmente, correr, recreación, etc. Por esta razón liberar los espacios públicos (veredas, áreas peatonales, plazas, parques) estaríamos recuperando los espacios para caminar dignamente. Según Marques de Oliveira (2015) menciona que los espacios para caminar permiten la apropiación mediante actividades físicas y sociales; en tramos cortos o largos lo cual son diseñadas y pavimentadas para una accesibilidad integral (p.192).

En acuerdo con el autor al referirse de los espacios para caminar es de uso fundamental para todo ciudadano con la infraestructura que nos de seguridad, facilidad en nuestro desplazamiento y libre de obstáculos. Por consiguiente, vinculamos en el contexto del Asentamiento humano Nery por ser una zona invisible y divisoria entre lo consolidado, proceso de consolidación y parcelas agrícolas. Al disponer de un equipamiento de mercado que integre estos perfiles urbanos permitirá la accesibilidad comercial y peatonal por su alcance sectorial a espacios para caminar fortaleciendo las comerciales, sociales y agrícola.

Moreno (2017) presentó su tesis titulada “Mercado Minorista, Conocoto, Valle De Los Chillos. Para obtener el título de arquitecta en la Universidad De Las Américas. El objetivo principal es diseñar un nuevo mercado de alcance sectorial para articular una subcentral de Quito; revalorando las actividades agrícolas y comercio tradicional de la zona AZ de Chillos. Se determinó un desequilibrio en los distintos sectores del distrito de Quito el cual el más afectado es AZ de Chillos donde la Diversidad de funciones cumple un papel importante en el crecimiento y desarrollo económico; la falta de equipamientos urbanos en el sector principalmente el de mercados de alimentos afecta en el desplazamiento del poblador a otros mercados donde puedan abastecerse y eso afecta en la economía de Chillos. Por ende, es propicio un equipamiento básico para la sociedad al ser parte de un Plan Urbano distrital de conectar las subcentrales comerciales con la edificación de un mercado sectorial. Estamos de acuerdo con el antecedente porque la diversidad de funciones permite satisfacer las necesidades de la sociedad, contar con los servicios salud, alimentación, educación, entre otros. Principalmente potenciar las actividades tradicionales económicas que es la agricultura. Según Marques de Oliveira (2015) señala que la diversidad de funciones contribuye a formar dinámicas

sociales, costumbres y económicas en conexión con los espacios públicos accesibles fundamentando por una planeación urbana al designar las zonas en conexión unas con otras (p.256).

Por tanto, al haber la disposición de una planeación urbana lo cual consta la ejecución de proyectos, la diversidad de funciones formara parte de las actividades urbanas de una ciudad. Relacionamos estos hechos con el desarrollo de los asentamientos humanos del sector norte de la Ciudad de Huarmey existiendo demanda de equipamiento principalmente el de un mercado de alimentos. En el PDU de la ciudad de Huarmey contempla un proyecto de mercado para los sectores de Santo Domingo, la Victoria y Miramar (sector norte) entre otros equipamientos urbanos. Del cual mediante el proceso de investigación y población servir se propone sectorial alcanzando también el desarrollo agrícola de la zona y sus alrededores.

Rivarola (2015) presentó su tesis titulada “Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. La autora sostuvo como objetivo principal proponer un nuevo tipo de mercado con un servicio de calidad moderno en la venta tradicional y gastronómica. Se llegó a las siguientes conclusiones; La edificación por su antigüedad tiene problemas de deterioro, la demanda de puesto genero improvisaciones que debilito las estructuras, seguido por el desorden interno; la competencia con los centros comerciales disminuye la preferencia de consumidor Lo que dispone la autora es dar un valor agregado al mercado que genere apropiación en la promoción de venta tradicional y servicios de gastronomía, como resultado la difusión de platos típicos con insumos del mercado. Por consiguiente, los mercados se pueden reinventar con los productos que ofrecen mejorando su identidad como comercio tradicional. Para Marques de Oliveira (2015) reconoce que la generación de apropiación es una característica de la cohesión donde el hombre tiene la capacidad de adaptación, interactuar con el medio en las distintas expresiones individual o colectiva generando sus preferencias; contando con infraestructura como accesibilidad, diversidad y espacios atractivos (p.254).

De ello se puede deducir que la generación de apropiación es el resultado de revaloración para mejorar el comercio tradicional, por la diversidad cosechas y

pesca de mariscos que en los años 80 la ciudad de Huarney era conocido por ser muy productivo en sus mercados. Ubicando en el proyecto de mercado municipal en el A.H. Nery no solo se apropiaría como punto gestor integrador sino como difusor de productos del entorno e incorporando espacios públicos de mejoramiento agrícola. Por tanto, es factible generar apropiación enriqueciendo lo dispuesto brindado por la naturaleza.

Yaranga (2015) presentó su tesis titulada “La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado “Santa Rosa” de Chorrillos”. Para obtener el título de arquitecta en la universidad de Pontificia Universidad Católica Del Perú. Tiene como objetivo principal estudiar a los comerciantes del mercado Santa Rosa como incorporan las prácticas de comunicación en el proceso comercial hasta que nivel esto se fortalece generando preferencias y permanencia. Se concluyó que en la escasez de comunicación repercute en la calidad de servicio, infraestructura adecuada por la poca preocupación de los dirigentes del mercado. Para ello, la autora dispone de propuesta para gestionar el mercado, priorizando la comunicación como elemento integrador social, ya que con ello el usuario define su preferencia formando parte de sus actividades cotidianas. Estamos de acuerdo con el autor por diversidad de usuarios es el objetivo de una cohesión social. Para Marques de Oliveira (2015) la diversidad de usuarios es la coexistencia de diversidad de personas en un entorno que eligieron por la calidad de vida aceptable, interactuando mediante lasos de comunicación, expresiones culturales, religiones, costumbres, etc. (p. 256). En acuerdo con los autores los mercados tienen esa capacidad de comunicarse en un espacio propicio tradicional de compra y venta. Por consiguiente, es posible reconocer que los mercados es un elemento integrador por albergar diversos usuarios teniendo lazos de comunicación que lo integren socialmente.

Armas (2016) presentó su tesis titulada “Nuevo mercado minorista en la ciudad de Ilo”. Para optar el título de arquitecta en la universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Cuyo objetivo principal es diseñar un mercado que permita el funcionamiento interno de calidad donde la accesibilidad se permanente a las zonas externas de los espacios públicos que en su conjunto y punto importante en la vista a Ilo. Se concluye que los mercados más importantes de abastecimiento de Ilo es

el mercado Pacocha el cual es evidente el deterioro del mercado en su infraestructura improvisada por toldos en peligro constante, aglomeración de puestos, las demarcaciones de cada puesto es por acuerdo propios de los vendedores, invasión de circulaciones de mercadería perecible, aumento de puestos ambulantes que sobrepasan el perímetro invadiendo calles, vías alterando la salubridad de los productos y peligro para los compradores; es por ello, del planteamiento del autor de un nuevo mercado con un funcionamiento interno de calidad y accesibilidad lo cual lo definiría la dimensión espacialidad. Según Bracamonte (2006) la espacialidad se determina por las necesidades de usuario para establecer el dimensionamiento de la cantidad de usuarios cada espacio se define por su función, uso convirtiéndose en un espacio vivido. Antecedemos con Morales (1984) establece como un fenómeno arquitectónico expresado por atributos disponibles en un lugar concreto para ser vivido por sus cualidades de uso, condición o temática; así mismo permite crear espacios inexistentes o no habitados (p. 144). Retomando lo dicho por Bracamonte especifica la espacialidad en los mercados por plantear espacios internos de acuerdo a las necesidades comerciales, la magnitud de población a servir y como está en su conjunto se emplaza a un entorno de espacios externo.

Es por ello, la espacialidad aplicados en el proyecto de un mercado minorista sectorial en A.H. Nery toma criterios de necesidades de servicio de abastecimiento, generando espacios propicio integradores de actividades que repercuten a un orden de funciones directas de compra-venta e interacción social mediante la definición de espacios. Por tanto, afirmamos los criterios de la espacialidad para plantear los espacios, la forma e interpretación del entorno en el cual se desarrollará las actividades cotidianas de comercio tradicional.

Meza (2017) presento su tesis titulada “Mercado Modelo en el distrito de Carabayllo”. Para obtener el título de arquitecto en la universidad Ricardo Palma. Tiene como objetivo principal desarrollar el proyecto de mercado modelo para la asociación de comerciantes del Valle de Chillón en el mejoramiento gradual económico con accesibilidad a distintos puntos del distrito en conexión a espacios públicos recuperados. Se concluye en el funcionamiento de los mercados informales obstruye el crecimiento económico, convirtiendo las calles cerradas limitando las conexiones urbanas en un distrito de gran magnitud. Efectivamente,

la necesidad de un mercado modelo trascenderá por la capacidad comercial a nivel distrital para ello será un elemento de conexión a las funciones comerciales a disposición y accesibilidad integral. Estamos de acuerdo con el antecedente porque la conexión urbana funciona como un sistema de relaciones entre espacios de gran actividad o servicios social permanente. Por esta razón al integrar un equipamiento formal de mercado modelo contribuye en las conexiones urbanas accediendo a la demanda de abastos y a su vez conectarse a otros sectores. Para Marques de Oliveira (2015) las conexiones urbanas conforman una red que consta de líneas que se conectan a puntos en sucesión creciente. Las líneas funcionan como los conectores a los puntos que son establecimientos, espacios o equipamientos urbanos que concentra personas en actividades específicas. Y las líneas representan los espacios públicos, sendas de accesibilidad vial, este sistema será constante y dinámica en la comunicación urbana (p.22).

Por tanto, considerar un mercado modelo repercute en las conexiones urbanas, lo que se propone para la Ciudad de Huarmey no solo concentrarse en el desarrollo del centro de la ciudad, siendo consecuentes a la demanda de los asentamientos humanos perimetrales del norte a un mercado sectorial que cumpla la función de conector urbano accesible a espacios públicos en conexión a otros puntos de actividades urbanas así promover el desarrollo igualitario de la ciudad.

Chipana (2017) presento su tesis titulada “Diseño Arquitectónico de Mercado Minorista para fortalecer la actividad comercial en el distrito de Ciudad Nueva – Tacna”. Para optar el título de arquitecto en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. El objetivo principal de la investigación es fortalecer las actividades económicas mediante la formalidad en el diseño arquitectónico de un mercado minorista para la ciudad Nueva en Tacna. Se concluye en contar con mercados en gran deterioro en la estructura denota la falta de preocupación de la gestión de los comerciantes adicionando el desborde en los perímetros no se consolida como un establecimiento formal lo cual afecta en las ventas de los comercian interiormente. Por consiguiente, al plantear un mercado de estructura consolidada promoverá la formalidad es espacios propicios, por rubro de venta, salubridad, mantenimiento y otras gestiones en beneficio de los usuarios y vendedores. Estamos en acuerdo con el antecedente porque la estructura como arquitectura delimita físicamente con

el espacio público. Siendo consolidada y resistente como edificación diseñada para la venta de productos perecibles y no perecibles. Por esta razón la estructura de los mercados conforma un equipamiento ordenado, servicios internos, distribución de puesto en materiales que conservan la inocuidad de los alimentos y protección al que lo visite. Según Bracamonte (2006) señala la importancia de los elementos estructurales para un mercado desde los muros que delimitan los espacios, los revestimientos que facilitan la limpieza, equipamientos, cubiertas como protectores de agentes externos y medios de accesibilidad (p.63).

En acuerdo con el autor al disponer con un equipamiento comercial será el resultado de la formalidad anteponiendo un estudio del entorno de impacto ambiental y vial para poder ejecutar una estructura resistente. Al proyectarse en el asentamiento humano Nery es relevante una estructura que no altere el entorno a su vez se consolide a las características sísmicas, vientos, altas temperatura y como edificación genere identidad en los pobladores.

V. CONCLUSIONES

La investigación se elaboró en función a las necesidades con ello disponer objetivos consistentes para determinar la correlación de un Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017. Se concluye:

1. Siendo el objetivo de la investigación determinar la influencia del diseño de un Mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery y habiendo obtenido como resultado el grado de correlación media con una relación significativa concluimos que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Con ello, se aprueba la hipótesis: Se determinó la influencia del diseño de un mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017. Por consiguiente, el mercado municipal sectorial es una necesidad que beneficia directamente a fomentar la cohesión urbana, integrando el abastecimiento formal comercial de los sectores que carecen de un mercado con las conexiones de espacios públicos e interacción social.
2. Siendo el objetivo de la investigación verificar la influencia de la tipología de mercado para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery y habiendo obtenido como resultado el grado de correlación media con una relación significativa concluimos que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Entonces se aprueba la hipótesis: Se determinó la influencia de la tipología de mercado para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017. Por lo cual, la respuesta de relación entre tipología de mercado que influye a una cohesión urbana; desde el punto de vista de los pobladores expusieron y se determinó la aceptación de la dimensión 1 de la variable 1 con respecto a la Variable Cohesión; Tanto como las encuestas y opiniones que expresaron los pobladores es rescatar las tradiciones en la venta de productos directos de la chacra o traídos del puerto de Huarmey; por ende, la tipología de mercado se orienta a las características tradicionales cubriendo un radio mediano a servir y mediante la cohesión interconectarse a otros sectores comerciales mediante una red continua de desarrollo urbano en la ciudad de Huarmey.

3. Siendo el objetivo de la investigación verificar la influencia de la arquitectura integrada al entorno para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery y habiendo obtenido como resultado el grado de correlación media con una relación significativa reafirmamos la aceptación de la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Se concluye la aprobación de la hipótesis: Se determinó la influencia de la arquitectura integrada al entorno para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017. Por lo que la respuesta de la relación entre la arquitectura integrada al entorno y la cohesión urbana desde la perspectiva de los pobladores se tiene como respuesta la aceptación de la dimensión 2 de la variable 1 con respecto de la variable 2, dentro de los criterios de emplazar una arquitectura que sume al desarrollo urbano e integre su entorno natural se influye de manera significativa a quien va a servir lo que expresa el poblador es no desnaturalizar el comercio actual; esto quiere decir al integrarse revalore la identidad tradicional que refleje las actividades agrícolas, pesca y otros productos artesanales que puedan promocionar.
4. Siendo el objetivo de la investigación verificar la influencia de la espacialidad para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery y habiendo obtenido como resultado el grado de correlación media con una relación significativa concluimos que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Entonces se aprueba la hipótesis: Existe la influencia de la espacialidad para la cohesión urbana en el asentamiento humano Nery en la ciudad de Huarmey, 2017. Teniendo como respuesta de la relación entre espacialidad y cohesión urbana de recabar las respuestas de los pobladores, se determinó la aceptación de la dimensión 3 de la variable 1 con respecto a la variable 2. Por tanto, la espacialidad es un factor que abarca el nivel a servir, necesidades a cumplir y funciones que se establece en un espacio que demanda el poblador con el confort para realizar sus actividades de compra y venta.

VI. RECOMENDACIONES

Al concluir esta investigación fue posible conocer que parte de la población de los Asentamiento Humanos sector norte demandan un equipamiento para el abastecimiento de alimentos que no solo cubra sus necesidades, sino que también dar a conocer los productos de la zona. Por consiguiente, se recomienda.

1. Siendo el objetivo de la investigación determinar influencia que existe entre el Diseño de un Mercado Municipal Sectorial y la Cohesión urbana, debemos valernos de esta investigación para mejorar la relación entre un equipamiento de carácter comercial tradicional, como es un mercado puede influenciar para la cohesión urbana, ya que este último tiene un carácter versátil al integrar lasos físicos de espacios dinámicos, aspectos económicos, sociales con la función de interconectarse con otros espacios de actividades constantes; Además un mercado municipal sectorial tiene estas características dinámicas dentro de su arquitectura e influye en su entorno por ende puede ser un nodo articular de integración a otros sectores comerciales.
2. Siendo el objetivo de la investigación determinar la influencia que existe entre la tipología de mercado y la Cohesión Urbana, tomando en cuenta la tipología de mercado esta no debe variar en la comercialización sectorial, ya que está en función a la población a servir, fomentando los insumos del pequeño agricultor a minoreo esto promoverá al fomento de sus productos y tendrá los recursos para mejorar la calidad de sus cosechas, además por ser de carácter municipal esta tendrá un alcance facilitar de albergar a comerciantes que están en la informalidad.
3. Siendo el objetivo de la investigación determinar la influencia que existe entre la arquitectura integrada al entorno y la Cohesión Urbana, como profesionales al realizar un estudio de investigación es para contribuir mediante nuestra especialidad un proyecto arquitectónico que influya a una escala urbana. No obstante, respetando el entorno de sus costumbres, accesibilidad, su perfil urbano natural esto da forma y función al diseño de la arquitectura que complementa el desarrollo urbano.

4. Siendo el objetivo de la investigación determinar la influencia que existe entre la espacialidad y la Cohesión Urbana, debemos valernos de la investigación para dar a conocer que proponer un equipamiento requiere criterios de diseño y función llevados a un espacio definido es lo que nos da la espacialidad, se ve las necesidades, carencia, accesibilidad, espacios adecuados y saludables. Lo que facilita el desarrollo de las actividades en mercado adecuado y formal.

VII. REFERENCIAS

- Aguirre, A. (2006). Mercado municipal de Santa Catarina Pinula, Departamento de Guatemala (Tesis de título de arquitecta). Recuperada de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Aguirre-Ana.pdf>
- Anexo XVIII. Estudio de equipamientos. Definición de equipamiento. (abril, 2009). Ayuntamiento de Santander. Recuperado de http://portal.ayto-santander.es/pgou_abr2009/anexo_ordenacion/anexo_VI_XVIII_estudio equipamientos_parte_1.pdf
- ARQ. (2004). *Mercado de Santa Caterina. Revista ARQ.* Recuperado de <http://www.scielo.cl/pdf/arq/n58/art18.pdf>
- Ariza, S. y García, A. (octubre, 2016). El usuario en el espacio público. Interacción, experiencia y participación. Revista interdisciplinaria sobre estudios urbanos. Vol 1. Recuperado de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/decumanus/article/view/1287/1125>
- Armas, F. (2016). Nuevo mercado minorista en la ciudad de Ilo (tesis de título de Arquitecta). Recuperada de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/621203>
- Auyón, M. (2016). Propuesta de Diseño para la Construcción de un Mercado Cantonal en la Aldea San José la Comunidad, Zona 10 de Mixto, Guatemala (Tesis de título de arquitecta). Recuperada de <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2016/49847.pdf>
- Aymerich, J. (2004). Segregación Urbana y Políticas Públicas con Especial Referencia a América Latina. *Revista de Sociología* (18). Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/18/1805-Aymerich.pdf>
- Baca, O. (julio, 2016). 03-El Emplazamiento como Estrategia Proyectual. El Emplazamiento. Recuperado de <http://www.usat.edu.pe/revistas-arquitectura/planta-9/volumen-01/03-el-emplazamiento-como-estrategia-proyectual/>
- Baldizón, V. y López, A. (2003). La atención de educación, cuidado diario infantil y cobertura sociocultural. Propuesta de equipamiento comunitario priorizado para

la aldea la comunidad, Mixco. (Tesis título de Arquitectas). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1157.pdf

Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. En M. Balestrini. Autor. Recuperado de <http://dip.una.edu.ve/mae/metodologiaII/paginas/Balestrini,%20M%20Cap%20VI%20U2.pdf>

Bellina, J. y Pérez, S. (2017). Metodología para el diseño de mobiliario basado en datos antropométricos en Perú (Tesis título de ingeniera industrial y de sistemas). Recuperada de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3208/ING_589.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Beltrano, J. et al. (2015). Cultivo en Hidroponía. Introducción al cultivo hidropónico. En J. Beltrano. Autor. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46752/Documento_completo.pdf?sequence=1

Bracamonte, E. (2006). Propuesta arquitectónica del mercado municipal de San Juan La Laguna, Sololá (Tesis de arquitecta). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1554.pdf

Bonilla, A. et al. (2002). Análisis, Diseño y Construcción en Concreto Pretensado y Postensado. Lima: Perú

Bosch, P. (2004). El perfil urbano como patrimonio paisajístico. Reconocimiento y premisas para su conservación en Carmen de Patagones. Recuperado de https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/707/11746_707.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Calduch, J. (2011). Temas de Composición Arquitectónica. Espacio y Lugar. En J. Calduch. Autor. Recuperado de <https://www.editorial-club-universitario.es/pdf/265.pdf>

Carrasco, S. (2013). *Metodología de la investigación científica*. (5ta ed.). Lima, Perú: San Marcos E.I.R.L.

- Carvajal, T. (2012). Tamaño de muestra en muestreo aleatorio estratificado [Diapositivas]. Tarija: Universidad privada "Domingo Sabio" centro de investigaciones. Recuperado de <https://es.slideshare.net/FilomenoCarvajal1/clculo-del-tamao-de-muestra-con-ejemplos>
- Centro de Investigación de Hidroponía y Nutrición Mineral (mayo-2018). Curso Práctico de Hidroponía. Universidad Nacional Agraria La Molina
- Charleson, A. (2007). La Estructura como arquitectura. Formas, detalles y simbolismo. Barcelona: Reverté
- Chipana, L. (2017) Diseño arquitectónico de Mercado Minorista para fortalecer la actividad comercial en el distrito de Ciudad Nueva – Tacna (Tesis de Título de Arquitecto). Recuperada de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/2889>
- Cifuentes, E. y Yon A. (1982). El estudio del proceso de diseño en la arquitectura. (Tesis de título de arquitectos, Universidad de San Carlos). (Acceso mayo de 1982)
- Daza, W. (2008). La intervención en el espacio público como estrategia para el mejoramiento de la calidad de vida urbana. Caso particular: Valle de Laboyos (Pitalito - Huila). (Tesis de maestría). Recuperada de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/arquitectura/tesis23.pdf>
- De León, J., González, L., y Laviano, L. (2011). Gestión Logística de Productos Perecederos. Caso de estudio: Siemens Healthcare Diagnostics S.A. (Monografía para los títulos de Licenciados). Recuperada de <https://www.colibri.udelar.edu.uy/bitstream/123456789/449/1/M-CD4217.pdf>
- Engel, H. (2001). *Sistema de Estructuras*. Barcelona: Gustavo Gili, SL
- Espinoza, I. (2016). Tipos de muestreo [Diapositivas]. Unidad De Investigación Científica Recuperado de <http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>
- Flores, L. (2012). Identidad urbana a través de la percepción social (título para licenciado en Diseño Urbano y del Paisaje). Recuperado de <http://evirtual.uaslp.mx/Habitat/innobitat01/BAF/15125/IDENTIDAD%20URBANA%20EN%20SLP.pdf>

- García, L. (julio, 2003). Manuales Elementales de Servicios Municipales. Recuperado de http://www.bvsde.org.ni/Web_textos/INIFOM/INIFOM0005/Manualdemercados.pdf
- Gehl, J. (2014). Ciudades para la gente. Buenos Aires, Argentina: Edición Infinito.
- Gómez, J. (2006). Anteproyecto arquitectónico del mercado de San Marcos (Tesis de Arquitecta). Recuperada de <http://ri.ues.edu.sv/4357/1/Anteproyecto%20arquitect%C3%ADnico%20del%20mercado%20de%20San%20Marcos.pdf>
- Grujic, J. (2011). Funcionalidades de la vegetación en el metabolismo de edificio (Tesina de master). Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/14588/GrujicJelena_TFM.pdf
- Guío, F. (mayo, 2010). Flujos peatonales en infraestructuras continuas: marco conceptual y modelos representativos. Revista Virtual Universidad Católica del Norte N.º 29. Recuperado de revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/download/77/159
- Gutiérrez, E. (2013). Equipamientos culturales como factor de cohesión urbana dentro de los procesos de regeneración en la ciudad. El caso de La Filmoteca de Cataluña en el barrio del Raval, Barcelona. Recuperado de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/44870/2/Guti%C3%A9rrez%20Ju%C3%A9rez%20Eduardo_parte2.pdf
- Gutiérrez, L. (julio, 2013). Transporte público de calidad y la movilidad urbana. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/A51043F477187F5E05257C8400626870/\\$FILE/Transporte_p%C3%BAblico_de_calidad_y_la_movilidad_urbana.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/A51043F477187F5E05257C8400626870/$FILE/Transporte_p%C3%BAblico_de_calidad_y_la_movilidad_urbana.pdf)
- Hallon, J. (2015). Estudio para el Diseño de un Mega-Mercado de Abasto, La Libertad, 2015 (Tesis de arquitecto). Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9415/1/MEGA%20MERCADO%20DE%20ABASTOS%20-%20INVESTIGACION%20Y%20PROGRAMACION.pdf>

- Hernández, H. (febrero, 2009). Asentamientos rurales y asentamientos. *Revista Arquitectos*. ISSN 1809-6298. Recuperado de <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitectos/09.105/78>
- Hernández, R., Fernández C. (1998). *Metodología de la investigación*. Mc Graw-Hill
- Hernández, R., Fernández C. y Batista P. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hernández R., Fernández C. y Batista P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.). México: McGRAW-HILL
- INEI, Cenama (mapa). (2016). Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016 (mapa interactivo). Recuperado de <http://webinei.inei.gob.pe/cenama/mapa.html>
- INEI (2016). Población del 2000 al 2015. Recuperado de <http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/#>
- INEI: Cantidad de mercados de abastos se duplicó durante en los últimos 20 años. (13 de junio de 2017). *Gestión*, párr. 5). Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/inei-cantidad-mercados-abastos-duplico-ultimos-20-anos-137178>
- IMPLAN: Instituto municipal de planeación Saltillo (2014-2017). Guía de diseño de infraestructura peatonal. Recuperado de http://www.implansaltillo.mx/publi/guia_infraestructura_peatonal.pdf
- Irmer, B. (2012). Mercado costumbrista de Coyhaique. Fortalecimiento del desarrollo local (Título de arquitecta). Recuperada de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/113490>
- Ley General de la persona con discapacidad. Ley M° 29973. Diario Oficial El Peruano, p. 482000. (24 de dic. del 2012). Recuperado de https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/13649/PLAN_13649_Ley_General_de_las_Personas_con_Discapacidad_2013.pdf

- Londra, R. (marzo, 2017). Infraestructuras: la forma en la que crecen las ciudades impacta en la pobreza. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/propiedades/infraestructuras-la-forma-en-la-que-crecen-las-ciudades-impacta-en-la-pobreza-nid1991967>
- Marqués de Oliveira, A. (2015). Coesão urbana: o papel das redes de espaço público. Recuperado de <http://www.tdx.cat/handle/10803/320186>
- Massella, E. (2016). Propuesta Arquitectónica para la construcción de mercado Municipal de Escuintla, Escuintla (Tesis de arquitecta en el grado de licenciatura). Recuperada de <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2016/49869.pdf>
- Méndez, E. (2009). Mercado Municipal Colonia El Milagro, zona 6 de Mixco (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <https://docs.google.com/file/d/0B0Wdze3gGhZLYTVkZWlxNGYtYjU0Yy00ND EYLtk1MzUtN2RIYzJkM2MwN2M0/edit>
- Meza, J. (2017). Mercado Modelo en el distrito de Carabayllo (Tesis de Título de Arquitecto). Recuperada de http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1449/TESIS_MERCADO%20MODELO%20EN%20EL%20DISTRITO%20DE%20CARABAYLLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de Industria Turismo y Comercio (2004). Gestión de los Residuos de los mercados municipales [Diapositiva]. España. Recuperado de http://www.comercio.es/es-ES/comercio-interior/Distribucion-Comercial-Estadisticas-y-Estudios/Pdf/GuiaResiduosMercadosMinoristas_2004.pdf
- Ministerio de Salud Dirección General de salud Ambiental (DIGESA) (2004). Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercado de Abasto. Recuperado de <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3336.pdf>
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2009). Manual para la elaboración de Planes de Desarrollo Urbano. Recuperado de <http://eudora.vivienda.gob.pe/OBSERVATORIO/destacados2/ManualElaboracionDesarrolloUrbano.pdf>

- Miranda, J. (agosto, 2012). Arquitectura e identidad. *Revista digital apuntes de arquitectura*. Recuperado de <http://apuntesdearquitecturadigital.blogspot.pe/2012/08/arquitectura-e-identidad-arq-judith.html>
- Montaño, M. (2007). Diseño y aplicación de Sistemas de Postensado de losas con Tendones No Adheridos en estructuras de uso habitacional y comercial. Recuperado de <http://civil.upb.edu/files/2010/11/SISTEMAS-DE-POSTENSADO-DE-LOSAS.pdf>
- Morales, J. (1984). *Arquitectónica*. Recuperado de: <http://www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0060810.pdf>
- Moreno, J. (2012). Centralidad de Abastos: Estructuración de un borde Articulador en Corabastos (Tesis de Título de Arquitecto). Recuperada de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/13908>
- Moreno, S. (2017). Mercado Minorista, Conocoto, Valle De Los Chillos (Tesis de Título de Arquitecta). Recuperada de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/7363>
- Muenala, S. (2013). Arquitectura, paisaje y el valor del lugar: Nuevo Mercado para la ciudad de Otavalo (Tesis de Título de Arquitecta). Recuperada de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2488/1/106857.pdf>
- Municipalidad Metropolitana de Lima (2013). Guía para la Competitividad de Mercado de Abastos. Recuperado de <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/gerencias/GDE/guia-de-formalizacion/Guia-para-la-competitividad-de-Mercados-de-Abastos.pdf>
- Orduna, M. (2012). Identidad e identidades: Potencialidades para la cohesión social y territorial. Recuperado de <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/52259.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/018/i3300s/i3300s.pdf>

- Palella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Recuperado de <https://metodologiaecs.files.wordpress.com/2015/09/metodologc3ada-de-la-investigacic3b3n-cuantitativa-3ra-ed-2012-santa-palella-stracuzzi-feliberto-martins-pestana.pdf>
- “Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Huarmey 2014 – 2024”. (junio, 2015) Gerencia municipal municipalidad provincial de Huarmey y compañía minera Antamina.
- Quintero, M. (diciembre, 2016). Compacidad Urbana: Estrategia Metodológica en pro de la Complejidad de las Ciudades. *Revista de Urbanismo* (35). Recuperado de <http://www.revistas.uchile.cl/index.php/RU/article/viewFile/42876/46767>
- Rivarola, A. (2015). Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar (Tesis de Titulo de Arquitecta). Recuperada de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/582077>
- RNE (2018). Reglamento Nacional de Edificaciones. Norma A.070 Comercio. En O. Vásquez (6ª. ed.), Capítulo IV Dotación de servicios (p.223). Perú: Lima.
- Sasa, Z. (2017). De la Segregación territorial a la Cohesión Urbana. San José, Costa Rica (Tesis para el grado de doctorado). Recuperada de <http://www.tdx.cat/handle/10803/406002>
- Sassano, S. (marzo, 2001). Transformación de un espacio urbano: El caso del Mercado de Abasto de Buenos Aires. *Revista UCM*. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/viewFile/AGUC0101110099A/31244>
- Segarra, S. (2016). Definiciones, características y proyectos en mobiliario urbano. *Universidad de Granada*. Recuperado de <http://www.historiadeldisseny.org/wp-content/uploads/Silvia-Segarra-Definiciones-caracter--sticas-y-proyectos-en-mobiliario.pdf>
- Señís, R. (2014). Optimización de mallas estructurales de acero envolventes de edificios en altura. Análisis de las direcciones principales identificadas por sus

líneas isostáticas (Tesis doctoral). Recuperada de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/95358/TRSL4de8.pdf>

Siarq, Mobiliario urbano Sostenible (2009). Guía de Mobiliario Urbano Sostenible con Eficiencia Energética. Recuperado de <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM005915.pdf>

SUTRAN (2014) Texto único ordenado del Reglamento Nacional de Tránsito - Código de Tránsito. Decreto supremo N° 016-2009-MTC. Recuperado de http://www.sutran.gob.pe/wp-content/uploads/2015/08/D_-NRO_016-2009-MTC_AL_05.05.14.pdf

Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Recuperado de <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>

Torres, D. (2014). Diseño de cámara para la congelación y almacenamiento de pan. Recuperado de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22946/PFC_david_torres_cicuendez_2014.pdf

Valarezo, P. y Esparza, S. (2009). Guía de Accesibilidad al Medio Físico. CONADIS – Ecuador. Recuperado de http://www.keroul.qc.ca/DATA/PRATIQUEDOCUMENT/147_fr.pdf

Viera, D. (2015). Diseño arquitectónico de mercado de transferencia de víveres para el cantón Durán (Tesis título de arquitecto). Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9422/2/Tesis%20de%20Arquitectura%20-%20David%20Viera.pdf>

Yaranga, Y. (2015). La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado “Santa Rosa” de Chorrillos (Tesis título de arquitecta). Recuperada de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6124/YARANGA_HERNANDEZ_YAMILE_MERCADOS_POPULARES.pdf?sequence=1

ANEXOS

ESCALA PARA MEDIR LA PERCEPCION HACIA EL DISEÑO DE UN MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL

El presente cuestionario será empleado como material para un estudio en el Diseño de un Mercado municipal sectorial, integrando los sectores de los asentamientos humanos más alejados con el servicio de productos agropecuarios de la zona.

Por favor responder con sinceridad cada pregunta marcando con un ASPA "X" cada alternativa. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima.

Edad:	Joven (20-34)	<input type="checkbox"/>	Nivel educativo:	Primaria	<input type="checkbox"/>	Estado Civil:	Soltero (a)	<input type="checkbox"/>	Ocupación:	Ama de casa	<input type="checkbox"/>
	Adulto (35-49)	<input type="checkbox"/>		Secundaria	<input type="checkbox"/>		Conviviente	<input type="checkbox"/>		Agricultor	<input type="checkbox"/>
	Adulto mayor (50 a más)	<input type="checkbox"/>		Superior técnico	<input type="checkbox"/>		Casado (a)	<input type="checkbox"/>		Comerciante	<input type="checkbox"/>
				Universitario	<input type="checkbox"/>		Viudo(a)	<input type="checkbox"/>		Empleado	<input type="checkbox"/>
				Ninguna	<input type="checkbox"/>		Divorciado (a)	<input type="checkbox"/>		Obrero	<input type="checkbox"/>
Sexo:	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> M					Separado (a)	<input type="checkbox"/>		Jubilado	<input type="checkbox"/>

TA	Totalmente de acuerdo	(5)
DA	De acuerdo	(4)
(NN	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(3)
ED	En desacuerdo	(2)
TD	Totalmente en desacuerdo	(1)

MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL		ESCALA				
		5	4	3	2	1
TIPOLOGIA DE MERCADO	Mercado mayorista					
	1 Debe contar con una venta de productos al por mayor y menor					
	2 Debe contar con puestos para los agricultores que venden al por mayor					
	3 Los agricultores no tienen suficiente apoyo para alcanzar ventas al por mayor					
	Mercado minorista					
	4 Debe contar con una venta solo al por menor					
	5 Debe contar con un área de control sanitario para el consumo de alimentos					
	6 Los productos a la venta deben tener su propia marca					
	Mercado feria					
7 Debe contar con espacios para ferias artesanales donde ofrecen cerámica, tejidos, orfebrería, cueros, pinturas, entre otros productos.						
8 Debe contar con ferias agrícolas donde promocionen productos directos de las chacras los fines de semana						
9 Debe contar con espacios para ferias gastronómicas que promocionen comidas de las diferentes regiones de nuestro país.						
INTEGRACION AL ENTORNO	Perfil urbano					
	10 Debe mejorar la imagen urbana (lo atractivo de la zona) como actividades comerciales como restaurantes turísticos, panaderías - dulcerías, juguerías, pubs karaoke, etc.					
	11 Debe contar con un mínimo de pisos que permitan la accesibilidad en las compras					
	12 Debe existir tiendas comerciales por mi localidad					
	Vegetación					
	13 Debe contar con zonas de vegetación alrededor del mercado					
	14 Debe contar con jardines verticales (paredes con vegetación)					
	15 Debe contar con un sistema captador de lluvias utilizando la vegetación					
	Accesibilidad					
16 Debe contar con estacionamientos internos con vigilancia hasta las 6:00 pm						
17 Debe contar con acceso para personas con discapacidad						

	18	Debe contar con circulaciones amplias sin obstáculos que obstruyan los pasadizos					
	19	Debe contar con ingresos diferenciados para el público y la mercadería					
ESPACIALIDAD	Cubierta						
	20	Debe contar con cubiertas que permitan el ingreso de luz natural					
	21	Debe contar con cubiertas de gran altura para una adecuada ventilación					
	22	Debe contar con cubiertas resistente a la humedad y sol					
	Estructura						
	23	Debe contar con estructuras antisísmicas especiales					
	24	Debe contar con materiales con bajo nivel de contaminación					
	25	Debe contar con una base resistente y muros de contención para evitar el paso de las aguas en caso de inundación					
	Sectorización						
	26	Debe contar con un patio interno como zona de descanso					
27	Debe contar con un sector de comidas						
28	Debe contar con zona de guardería						

Anexo 1: Instrumento de Medición

ESCALA PARA MEDIR LA PERCEPCION HACIA LA COHESION URBANA

El presente cuestionario será empleado como material para un estudio en la cohesión urbana, integrando los sectores de los asentamientos humanos más alejados con el servicio de un mercado de productos agropecuarios de la zona.

Por favor responder con sinceridad cada pregunta marcando con un ASPA "X" cada alternativa. Sus repuestas serán tratadas de manera confidencial y anónima.

Edad: Joven (20-34)	<input type="checkbox"/>	Nivel educativo: Primaria	<input type="checkbox"/>	Estado Civil: Soltero (a)	<input type="checkbox"/>	Ocupación: Ama de casa	<input type="checkbox"/>
Adulto (35-49)	<input type="checkbox"/>	Secundaria	<input type="checkbox"/>	Conviviente	<input type="checkbox"/>	Agricultor	<input type="checkbox"/>
Adulto mayor (50 a más)	<input type="checkbox"/>	Superior técnico	<input type="checkbox"/>	Casado (a)	<input type="checkbox"/>	Comerciante	<input type="checkbox"/>
		Universitario	<input type="checkbox"/>	Viudo(a)	<input type="checkbox"/>	Empleado	<input type="checkbox"/>
		Ninguna	<input type="checkbox"/>	Divorciado (a)	<input type="checkbox"/>	Obrero	<input type="checkbox"/>
Sexo: <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M				Separado (a)	<input type="checkbox"/>	Jubilado	<input type="checkbox"/>

TA	Totalmente de acuerdo	(5)
DA	De acuerdo	(4)
(NN	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(3)
ED	En desacuerdo	(2)
TD	Totalmente en desacuerdo	(1)

		COHESION URBANA				ESCALA								
		5	4	3	2	1								
GENERACION DE APROPIACION	Identidad													
	1	La construcción debe ser atractiva a la vista de los clientes												
	2	Debe contar con talleres de hidroponía que promuevan la agricultura (mejorando la germinación de las semillas para ser llevados a la chacra)												
	3	Debe contar con espacios para danza, teatro, festividades, etc. para integrar a los clientes												
	Diversidad de funciones													
	4	Mi sector no cuenta con posta médica, caseta de vigilancia, institutos, entre otros.												
	5	El comercio es mayor en centro cívico												
	6	Mi sector cuenta con locales financieros (agencias bancarias, caja municipal y bancos)												
	Diversidad de usuarios													
7	Las visitas de los turistas son mayores en el centro cívico													
8	En temporada de verano son constantes las visitas a las playas de mi zona													
9	Los hospedajes y restaurantes turísticos se encuentran ubicados en mi sector													
CONEXION URBANA	Infraestructura de servicios													
	10	Mi sector cuenta con los servicios de agua las 24 horas del día												
	11	Mi sector cuenta con los servicios de luz las 24 horas del día												
	12	Mi sector cuenta con alumbrado público												
	Cobertura vial													
	13	Mi sector cuenta con paraderos formales para los moto taxistas												
	14	Mi sector cuenta con pistas asfaltadas												
	15	Yo viajo constantemente en moto taxi para desplazarme de un lugar a otro												
	Infraestructura peatonal													
	16	Mi sector cuenta con un sistema de veredas que permiten la accesibilidad de los pobladores												
17	Mi sector cuenta rampas para personas con discapacidad													
18	La carretera panamericana debe contar con cruces peatonales													
19	Debería construirse una ciclovía para promover la actividad física													

ACTIVIDADES DE PERMANENCIA	Espacios para caminar									
	20	Me siento seguro(a) al caminar por mi sector								
	21	Mi sector cuenta espacios públicos como plazas y parques para caminar								
	22	Prefiero caminar en la plaza del centro cívico								
	Mobiliario urbano									
	23	Las bancas de uso público deben contar con cubiertas que den sombra								
	24	Las bancas deben contar con diseños entretenidos								
	25	Los tachos de basura deben ser diferenciados para el reciclaje								
	Espacio público dinámico									
	26	No me atrae los parques de mi sector								
27	Las plazas deben contar espacios para las actividades culturales									
28	Si el parque de mi zona contara con juegos de entretenidos lo visitaría constantemente									

Gracias por su apoyo

Anexo 2: Validación del instrumento



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. MBA RAHOS SERRANO SHELBY HUBERT
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE A TIEMPO COMPLETO - UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
- 1.3. Especialidad del validador: METODOLOGO
- 1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**
- 1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017".
- 1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					85%
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					85%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					85%
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					85%
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					85%
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					85%
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable: Mercado Municipal Sectorial

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		

Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		
Ítem 28	✓		

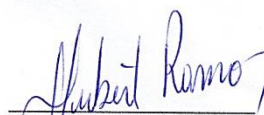
La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 22 de NOVIEMBRE 2017


Firma del experto informante

DNI. N° 42711920 Teléfono N° _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. MBA RAMOS SERRANO SHELBY HUBERT
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DOCENTE A TIEMPO COMPLETO - UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
- 1.3. Especialidad del validador: METODOLOGO
- 1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**
- 1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017".
- 1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
10. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					85%
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					85%
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					85%
13. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
14. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					85%
15. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					85%
16. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					85%
17. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					85%
18. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					85%
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

Segunda Variable: Cohesión Urbana

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. Adriano Rojas
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Doc. Inv.
- 1.3. Especialidad del validador: etc.
- 1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**
- 1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017".
- 1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				80	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				80	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				80	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				80	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				80	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				80	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				80	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				80	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable: Mercado Municipal Sectorial

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			

Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			
Ítem 26			
Ítem 27			
Ítem 28			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 22 de 11 2017


 Firma del experto informante

DNI. N° 07744062 Teléfono N° _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. Sebastián Espinoza

1.2. Cargo e institución donde labora: Doc. Inv.

1.3. Especialidad del validador: MC

1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**

1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017".

1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
10. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				80	
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				80	
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				80	
13. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				80	
14. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				80	
15. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				80	
16. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				80	
17. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	
18. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				80	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80	

Segunda Variable: Cohesión Urbana

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			

Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			
Ítem 21			
Ítem 22			
Ítem 23			
Ítem 24			
Ítem 25			
Ítem 26			
Ítem 27			
Ítem 28			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 22 de 11 de 2017


 Firma del experto informante

DNI. N° 07744062 Teléfono N° _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. Jhonatón Cruzado Villanueva
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DTC- UCV
- 1.3. Especialidad del validador: Construcción y Tecnología Arquitectónicas
- 1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**
- 1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017".
- 1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				/	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					/
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					/
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					/
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				/	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					/
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					/
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						91%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable: Mercado Municipal Sectorial

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		

Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		


La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 91 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 21 de Nov 2017



Firma del experto informante

DNI. N° 45210124. Teléfono N° _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. Jhonatan Cruzado Villanueva.
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DTC - UCV
- 1.3. Especialidad del validador: Construcción y Tecnología Arquitectónicas.
- 1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**
- 1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017".
- 1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
10. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				/	
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					/
13. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					/
14. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					/
15. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					/
16. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					/
17. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				/	
18. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					/
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						92%

Segunda Variable: Cohesión Urbana

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		

Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 92 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 21 de Nox 2017



Firma del experto informante

DNI. N° 45210124 Teléfono N° _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. DR. JOSE ESTEBAN VALENZUELA N.

1.2. Cargo e institución donde labora: DR. DTP. UCV IAP.

1.3. Especialidad del validador: INVESTIGACION - DISEÑO - CONSTRUCT.

1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**

1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017".

1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					93
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					93
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					93
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					93
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					93
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					93
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					93
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					93
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					93
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						93

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable: Mercado Municipal Sectorial

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		

OFICINA DE INVESTIGACIÓN UCV – LIMA ESTE - 2017

Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		
Ítem 25	✓		
Ítem 26	✓		
Ítem 27	✓		
Ítem 28	✓		

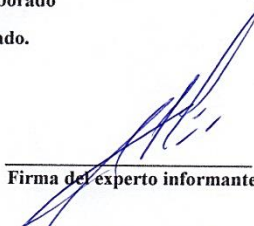
La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 23 de NOV 2017


Firma del experto informante

DNI N° 084220851

Teléfono N° 993240867
896765457



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Dr. DR. JOSE ESTEBAN VALENZUELA N.
- 1.2. Cargo e institución donde labora: DR. DTP - UCV - EAP
- 1.3. Especialidad del validador: INVESTIGADOR - DISEÑO - CONSTRUCC.
- 1.4. Nombre del instrumento: **Cuestionario**
- 1.5. Título de la investigación: "Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017".
- 1.6. Autor del instrumento: Maqui Vilcas Mercy Betsabé

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
10. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					93
11. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					93
12. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					93
13. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					93
14. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					93
15. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					93
16. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					93
17. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					93
18. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					93
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						93

Segunda Variable: Cohesión Urbana

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		

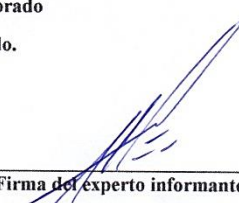
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		
Ítem 25	/		
Ítem 26	/		
Ítem 27	/		
Ítem 28	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera y segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 23 de NOV de..... 2017


Firma del experto informante

DNI. N° 08422851 Teléfono N° 99384867
996765457

Anexo 3: Base de Datos Piloto

BASE DE DATOS PILOTO DE LA VARIABLE 1: MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL																																				
ID	SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL	NIVEL EDUCATIVO	OCUPACIÓN	DIMENSIONES																								PG						
						TIPOLOGIA DE MERCADO									P1	ARQUITECTURA INTEGRADA AL ENTORNO									P2	ESPACIALIDAD						P3				
						1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		19	20	21	22		23		24	25	26	27
1	1	1	1	3	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	229			
2	1	1	2	2	1	5	5	5	2	5	5	5	5	4	41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	231			
3	1	3	2	1	3	5	5	4	1	5	5	5	5	5	40	5	4	3	5	3	3	4	5	3	3	38	3	4	5	5	5	4	40	196		
4	2	3	3	4	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47	5	5	5	5	5	5	45	225		
5	1	3	2	1	1	5	5	5	1	5	5	4	4	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	45	229		
6	2	3	4	1	6	4	4	4	1	4	5	5	5	3	35	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	44	5	5	4	5	5	5	4	43	209	
7	1	1	2	3	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48	5	5	5	5	5	4	4	43	223	
8	2	1	1	4	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48	5	5	5	5	5	5	5	45	227	
9	1	3	6	1	5	4	4	4	1	5	4	4	4	5	35	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47	5	5	5	5	5	4	5	5	44	217	
10	1	3	3	2	1	5	5	5	1	5	4	4	5	5	39	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	4	4	5	4	4	5	39	215	
11	1	2	2	2	1	5	5	3	3	5	5	5	5	5	41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	5	5	5	5	44	229	
12	1	2	2	2	2	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48	4	4	5	5	5	5	4	4	40	217
13	1	2	3	6	4	4	5	4	1	5	4	5	4	4	36	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	4	4	3	41	216
14	1	2	3	2	1	4	5	5	1	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	4	5	5	5	44	226	
15	1	3	4	1	1	5	5	5	1	5	5	4	4	4	38	4	4	4	5	4	5	5	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	4	44	218	
16	1	1	1	3	4	4	5	5	1	5	4	4	4	3	35	3	4	3	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	4	4	5	5	43	211	
17	1	2	3	3	1	4	5	5	1	5	4	4	3	4	35	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47	5	4	4	4	4	4	3	3	35	199	
18	2	2	2	2	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	5	5	5	5	5	5	5	45	227	
19	1	2	2	2	1	5	5	4	1	5	5	5	5	4	39	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47	5	5	5	5	5	5	5	45	223		
20	1	3	3	3	3	5	5	5	1	5	5	4	5	5	40	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47	5	5	5	4	5	5	5	44	222		
21	2	1	3	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	41	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	4	4	5	5	5	5	5	43	225		
22	2	3	4	2	6	5	5	5	1	5	5	5	4	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	45	230		
23	1	2	2	2	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	45	231		
24	2	1	1	2	2	4	5	5	1	4	4	5	5	4	37	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48	5	5	5	5	4	4	5	5	43	219	
25	1	1	3	3	1	5	5	5	1	4	5	5	4	4	38	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45	5	5	5	5	5	4	4	43	214	
26	1	2	3	2	1	3	5	5	1	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	5	45	227		
27	1	2	2	3	4	5	5	5	1	4	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	4	4	5	5	5	5	4	42	224	
28	1	1	2	2	2	5	5	5	2	5	4	4	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	4	5	44	228	
29	1	1	1	3	4	5	5	4	1	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	45	229		
30	1	3	3	1	1	4	4	4	1	5	5	5	5	5	38	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48	5	5	4	4	4	4	4	38	210		

Anexo 4: Detalle de Confiabilidad de los ítems del instrumento

DETALLE DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE 1: MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL

Escala: MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	28

Estadísticos total-elemento									
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento					
Debe contar con una venta de productos al por mayor y menor	125,30	25,528	,325	,805	Debe existir tiendas comerciales por mi localidad	125,30	24,493	,460	,798
Debe contar con puestos para los agricultores que venden al por mayor	125,07	26,478	,334	,806	Debe contar con zonas de vegetación alrededor del mercado	125,03	27,068	,185	,810
Los agricultores no tienen suficiente apoyo para alcanzar ventas al por mayor	125,27	26,616	,130	,814	Debe contar con jardines verticales (paredes de vegetación)	125,10	26,231	,270	,807
Debe contar con ventas solo al por menor	128,80	26,028	,293	,806	Debe contar con un sistema captador de lluvias utilizando la vegetación	125,07	26,271	,287	,806
Debe contar con un área de control sanitario para el consumo de alimentos	125,10	26,921	,161	,810	Debe contar con estacionamientos interno con vigilancia hasta las 6:00pm	125,00	26,828	,401	,806
Los productos a la venta deben tener su propia marca	125,23	26,116	,283	,807	Debe contar con acceso para personas con discapacidad	124,97	27,620	,000	,812
Debe contar con espacios para ferias artesanales donde ofrecen cerámica, tejidos, orfebrería, cueros, pinturas, entre otros productos	125,23	26,461	,207	,810	Debe contar con circulaciones amplias sin obstáculos que obstruyan los pasadizos	125,13	26,395	,213	,810
Debe contar con ferias agrícolas donde promocionen productos directos de la chacra los fines de semana	125,30	25,734	,286	,807	Debe contar con ingresos diferenciados para el público y la mercadería	125,17	26,144	,251	,808
Debe contar con espacios para ferias gastronómicas donde promocionen productos comidos de las diferentes regiones de nuestro país	125,33	24,713	,414	,801	Debe contar con cubiertas que permitan el ingreso de luz natural	125,13	26,120	,273	,807
Debe mejorar la imagen urbana (lo atractivo de la zona) como actividades comerciales como restaurantes turísticos, panaderías-dulcerías, juguetería, pubs karaoke, etc.	125,50	22,879	,656	,786	Debe contar con cubiertas de gran altura para una adecuada ventilación	125,17	26,144	,315	,805
Debe contar con un mínimo de pisos que permitan la accesibilidad en las compras	125,53	24,740	,399	,802	Debe contar con cubiertas resistente a la humedad y el sol	125,17	26,213	,298	,806
					Debe contar con estructuras antisísmicas especiales	125,07	26,478	,334	,806
					Debe contar con materiales con bajo nivel de contaminación	125,17	25,868	,383	,803
					Debe contar con una base resistente y muros de contención para evitar el paso de las aguas en caso de inundación	125,20	24,579	,669	,791
					Debe contar con un patio interno como zona de descanso	125,17	26,006	,349	,804
					Debe contar con un sector de comidas	125,30	25,666	,299	,807
					Debe contar con zona de guardería	125,30	23,803	,583	,791

DETALLE DE CONFIABILIDAD DE LA VARIABLE 2: COHESIÓN URBANA

Escala: cohesion urbana

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,813	28

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento				
La construcción debe ser atractiva a la vista de los clientes	104,97	40,999	,285	,809	108,23	40,392	,246	,811
Debe contar con talleres de hidroponía que promuevan la agricultura (mejorando la germinación de las semillas para ser llevados a la chacra)	105,13	40,395	,222	,813	104,93	41,306	,245	,811
Debe contar con espacios para danza, teatro, festividades, etc. para integrar a los clientes	105,10	40,645	,299	,809	105,17	41,247	,194	,812
Mi sector no cuenta con posta medica, caseta de vigilancia, institutos entre otros.	108,43	40,461	,350	,807	108,10	36,921	,418	,805
El comercio es mayor en el centro civico	105,27	38,961	,358	,807	105,03	40,102	,304	,809
Mi sector cuenta con locales financieros (agencia bancarias, caja municipal y bancos)	108,27	41,375	,172	,813	104,80	41,407	,393	,809
Las visitas de turistas es mayor en el centro civico	105,00	40,345	,386	,806	105,03	40,447	,227	,812
En temporada de verano son constantes las visitas a las playas de mi zona	105,07	39,237	,415	,804	105,07	39,857	,376	,806
Los hospedajes y restaurantes turisticos se encuentran ubicados en mi sector	108,00	36,138	,402	,809	104,93	39,444	,615	,800
Mi sector cuenta con los servicios de agua las 24 horas del día	108,30	40,079	,379	,806	104,93	39,237	,541	,800
Mi sector cuenta con los servicios de luz las 24 horas del día	104,93	40,823	,340	,808	104,90	41,541	,219	,811
Mi sector cuenta con alumbrado público	104,93	40,892	,326	,808	104,83	40,557	,397	,806
Mi sector cuenta con paraderos formales para los mototaxistas	108,37	41,137	,219	,811	105,00	39,034	,464	,802
					105,00	38,966	,474	,801
					105,07	38,892	,416	,804

Anexo 5: Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017”.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Método	
¿De qué manera el diseño de un mercado municipal sectorial influye en la cohesión urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017?	Determinar la influencia del diseño de un Mercado municipal sectorial para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.	El diseño de un mercado municipal sectorial influye en la cohesión urbana del sector Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.	Diseño de mercado municipal sectorial	Tipología de mercado	Mercado mayorista	Enfoque: Cuantitativo	
					Mercado minorista	Método: deductivo	
					Mercado feria	Diseño: No experimental, transversal descriptivo	
				Arquitectura integrada al entorno	Perfil urbano	Alcance: Explicativo	
					Vegetación	Tipo: Básica	
					Accesibilidad	Población: 5174 pobladores	
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	Cohesión urbana	Espacialidad	Cubierta	Muestra: 357 personas	
¿Cómo tipología de mercado influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017?	Verificar la influencia de la tipología de mercado para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.	La tipología del mercado influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.			Estructura	Sectorización	
¿Cómo la espacialidad influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017?	Verificar la influencia de la espacialidad para la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.	La espacialidad influye en la cohesión urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarney, 2017.		Conexión urbana	Diversidad de funciones		
					Diversidad de usuarios		
					Infraestructura de servicios		
Actividades de permanencia	Cobertura vial						
	Infraestructura peatonal						
	Espacio para caminar						
Mobiliario urbano							
Espacio público dinámico							

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&lang=es&u=1061362970&o=1227093667

feedback studio MAQUI /0

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

"Diseño de Mercado Municipal Sectorial para la Cohesión Urbana en el Asentamiento Humano Nery en la Ciudad de Huarmey, 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTA

AUTORA:
Maqui Vides, Mercy Betsabe

ASESOR TEMÁTICO:
Dr. Anq. Esteves Saldaña Tokdy Iván

ASESOR METODOLÓGICO:
Dra. Gladys Catherine Rodríguez Urday

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Arquitectónico

LIMA - PERÚ
Año 2017

Resumen de coincidencias

12 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	5 %
2	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	3 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	www.digesa.minsa.gov... Fuente de Internet	<1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
6	Entregado a Tecsup Trabajo del estudiante	<1 %
7	repositorio.unjbg.edu.pe	<1 %

Página: 1 de 126 Número de palabras: 27765

Turnitin Classic High Resolution Activado

16:18 04/12/2019



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 10-06-2019
Página : 1 de 1

Yo, Dra. GLENDA CATHERINE RODRÍGUEZ URDAY
....., docente de la Facultad... ARQUITECTURA y Escuela
Profesional... ARQUITECTURA... de la Universidad César Vallejo LIMA ESTE..... (precisar
filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada

" DISEÑO DE MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL PARA LA COHESIÓN URBANA
EN EL ASENTAMIENTO HUMANO NERY EN LA CIUDAD DE HUARNEY, 2017 "

del (de la) estudiante MERCY BETSABE MAQUI VILCAS
....., constato que la investigación tiene un índice de
similitud de 12% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) 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.

Lugar y fecha... Lima - ESTE 04-12-2019
SAN JUAN DE LURIBANCHO

Glennda
.....
DRA. GLENDA CATHERINE RODRÍGUEZ URDAY
Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente
DNI: 10287612.....

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

DR. TEDDY IVAN ESTEVES SALDAÑA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MERCY BETSABE MAQUI VILCAS

INFORME TITULADO:

"DISEÑO DE MERCADO MUNICIPAL SECTORIAL PARA LA COHESIÓN URBANA
EN EL ASENTAMIENTO HUMANO NERY EN LA CIUDAD DE HUARMAY, 2017"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

ARQUITECTA

SUSTENTADO EN FECHA: 04-12-2019

NOTA O MENCIÓN: 14 CATORCE

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

