

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

CARRERA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



**MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E
INTEGRACIÓN URBANA EN LA CIUDAD MENOR
DE UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: URBANISMO Y DISEÑO ARQUITECTÓNICO

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

TESISTAS: Bach. JACK EDINSON CLAUDIO GONZALES

ASESOR: MG. ARQ. CIZA ZARVIA ROSARIO RAMON.

HUÁNUCO - PERÚ

2022

Dedicatoria:

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas. A mis familiares con su apoyo

incondicional, amor y confianza permitieron que logre concretar mis metas trazadas.

Agradecimiento:

A: los distinguidos docentes de la Escuela Profesional de Arquitectura de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", por su contribución en mi formación profesional a nivel de ARQUITECTO.

RESUMEN

La presente investigación titulada “MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACIÓN URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031” tiene como objetivo general realizar un modelo de equipamiento comercial para la integración urbana de la ciudad de Uchiza.

El diseño utilizado no es experimental, utilizaremos una muestra poblacional de 100 habitantes; Se les aplicará un cuestionario cognitivo Escala del espacio comercial y características urbanísticas comercio, aspectos socioculturales y percepciones del comercio Aspectos de la integración territorial; Surtido, oferta y demanda, y estrategias de marketing.

integración urbana; Las solicitudes se realizarán antes y después del aumento.

Simular la ejecución del proyecto. Este cuestionario se utilizará para Variables para medir interiores urbanos e integrados.

Después de recopilar la información, se desarrollará un modelo de planificación. y muebles en la ciudad de Uchiza, el juicio se llevará a cabo más adelante Las estadísticas se presentarán en tablas usando herramientas de Excel y gráficos de barras; para probar correlaciones e hipótesis,

Estadístico T de Student para la muestra relacional, en caso exista la hipótesis nula.

Finalmente se llegará a la conclusión que si realizamos el modelo de planificación y el equipamiento comercial de la ciudad de menor de Uchiza se logrará la integración y equipamiento comercial del distrito de Uchiza-Tocache-san Martin 2021-2031.

Palabras clave: comercio, Equipamiento comercial, Integración urbana, características del comercio, estrategias, oferta y demanda.

ABSTRACT

The present investigation entitled "MODEL OF COMMERCIAL EQUIPMENT AND URBAN INTEGRATION IN THE MINOR CITY OF UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031" has as general objective to carry out a model of commercial equipment for the urban integration of the city of Uchiza.

The design used is not experimental, we will use a population sample of 100 inhabitants; A cognitive questionnaire will be applied to them Scale of commercial space and urban characteristics commerce, socio-cultural aspects and perceptions of commerce Aspects of territorial integration; Assortment, supply and demand, and marketing strategies.

urban integration; Requests will be made before and after the increase. Simulate the execution of the project. This questionnaire will be used for Variables to measure urban and integrated interiors.

After collecting the information, a planning model will be developed. and furniture in the city of Uchiza city, the trial will be held later Statistics will be presented in tables using Excel tools and bar charts; to test correlations and hypotheses,

Student's t-statistic for the relational sample.

Finally, it will be concluded that if we carry out the planning model and the commercial equipment of the city of Menor de Uchiza, the integration and commercial equipment of the Uchiza-Tocache-San Martin district will be achieved.

Keywords: commerce, commercial equipment, urban integration, characteristics of commerce, strategies, supply and demand.

INTRODUCCIÓN

Las áreas residenciales degradadas junto con el crecimiento demográfico desordenado están planteando un grave problema en el desarrollo urbano. Esto dificulta el desarrollo social, económico y ambiental de la región.

Lo anterior nos permite enfatizar la importancia de nuestro estudio, ya que el presente estudio se deriva de la necesidad de mobiliario urbano que ayude a lograr la integración urbana territorial y el desarrollo urbano en la sede interior. En este sentido, la encuesta se estructura de la siguiente manera:

La tesis se divide en siete capítulos. El primer capítulo es una descripción de la pregunta de investigación, en el cual se presenta la pregunta de investigación, objetivos, justificación y limitaciones. El capítulo 2 proporciona los antecedentes, fundamentos científicos, técnicos o humanísticos, teoremas de hipótesis y definiciones de transformación. En el capítulo 3, proponemos un marco metodológico que incluye una metodología aplicada para desarrollar trabajos de investigación, un tipo de investigación descriptiva-explicativo. Realizamos una encuesta por muestreo con 100 residentes en el interior de la casa. Las herramientas de recopilación de datos son registros y cuestionarios. Nuevamente, los métodos de análisis de datos utilizados son la estadística descriptiva e inferencial. El Capítulo 4 incluye los hallazgos del estudio que reflejan las recomendaciones del Modelo Urbano Integrado de Equipamiento Comercial y Urbano. en las tablas y gráficos estadísticos se resumen como; también incluye una discusión de los resultados, donde contrasta con los de los predecesores y las teorías en consideración; El capítulo 5 presenta las conclusiones del estudio de que, si producimos equipamiento comercial, tendremos integración urbana. El capítulo 6 refleja recomendaciones y

sugerencias para un proyecto de investigación y finaliza con una bibliografía que nos permite realizar la investigación con los conceptos que orientaron nuestra investigación y sus anexos que sustentan nuestra investigación. Para los estudios realizados, matriz de puntuación de las variables, confiabilidad del instrumento, matriz de validación del instrumento, tablas técnicas, sugerencias de mejora y artículos científicos

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
1. CAPÍTULO I.EL PROBLEMA DE INVESTIGACION	16
1.1. fundamentación del problema de investigación	16
1.2. Formulación del problema.	24
• 1.2.1.Problema general	24
• 1.2.2.Problemas específicos.....	24
1.3. Formulación de los objetivos.	25
• 1.3.1.objetivo general	25
• 1.3.2.objetivos específicos.....	25
1.4. Justificación e importancia.....	25
1.5. Limitaciones.....	26
1.6. formulación de las hipótesis.....	26
• 1.6.1.Hipótesis general	26
• 1.6.2.Hipótesis específicas	26
1.7. variables	27
• 1.7.1.variable independiente.....	27
• 1.7.2.variable dependiente.....	27
1.8. DIMENSIONES E INDICADORES	27
• 1.8.1.OPERACIONALIDAD DE VARIABLES.....	27
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	29
2.1. Antecedentes.....	29
2.2. bases teóricas	37
2.3. bases conceptuales	39
2.4. bases epistemologicas o bases filosoficas.....	43

3.	CAPÍTULO III : METODOLOGÍA	43
3.1.	ámbito.....	43
3.2.	población	43
3.3.	muestra	43
3.4.	nivel y tipo de estudio	44
	• 3.4.1.nivel de estudio.....	44
	• 3.4.2.tipo de estudio	45
3.5.	diseño de investigación.	45
	• 3.5.1.Descriptivo - Explicativo (cuales?)	45
3.6.	METODOS TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	46
	• 3.6.1.técnicas e instrumentos	46
3.7.	validación y confiabilidad de los instrumentos.....	47
3.8.	PROCEDIMIENTO	50
3.9.	TABULACIÓN.....	50
3.10.	Aspectos éticos	51
	• 3.10.1. Análisis de datos	51
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	52
4.1.	Procesamiento y Presentación de Datos	52
	• 4.1.1.Procesamiento.....	52
4.2.	Presentación de Datos	53
5.	CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	75
5.1.	Aporte de la investigación.....	75
6.	CONCLUSIONES.....	75
7.	RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS	77
8.	PROPUESTA TECNICA ARQUITECTONICA.....	78

8.1. NOMBRE DEL PROYECTO URBANO:.....	78
8.2. UBICACIÓN.....	79
8.3. AREA DE INTERVENCION	80
8.4. CASOS REFERENCIALES:	82
8.5. ESTRATEGIAS DE PROYECTO A ESCALA URBANA.....	84
8.6. ESTRATEGIAS DE INTERVENCION TERRENO N° 1:.....	85
se considera los siguientes criterios las vías que sirven como conectores:.....	85
• 8.6.1.PROPUUESTAS DE INTERVENCION.....	85
• 8.6.2.ANALISIS DE LAS VIAS DE CONEXIÓN:	86
8.7. DESCRIPCION DEL PROYECTO ARQUITECTONICO (STRIP CENTER).....	87
• 8.7.1.UBICACION.....	87
• 8.7.2.CONCEPTUALIZACION DE LA PROPUESTA.....	88
• 8.7.3.ANALISIS DE LA ZONA DE ESTUDIO	90
8.8. DEFINICION DE USUARIOS	91
8.9. REGLAMENTACION Y NORMATIVIDAD (RNE).....	91
• 8.9.1.NORMA A 070 COMERCIO.....	91
• 8.9.2.NORMA-A.070 COMERCIO	93
• 8.9.3.NORMA-A.0.10 CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO	95
• 8.9.4.NORMA – A .130 REQUISITOS DE SEGURIDAD	97
8.10. SISTEMA NACIONAL DE ESTANDARES URBANOS	99
• 8.10.1.SISTEMA NACIONAL DE EQUIPAMIENTO URBANO.....	99
• 8.10.2.ESTRATEGIAS DE DISEÑO	102
8.11. ZONIFICACION:.....	105
• 8.11.1.ESQUEMA DE RELACION.....	105
• 8.11.2.ORGANIGRAMA DE RELACION.....	106

8.12. RESUMEN DE PROGRAMA ARQUITECTONICO	106
• 8.12.1.ZONIFICACION DEL TERRENO N° 1	108
8.13. INTERPRETACIÓN DE LA PROPUESTA ARQUITECTONICA.....	111
• 8.14.1.ZONIFICACION Y MODULACION DE BLOQUES	111
• 8.14.2.INGRESOS PRINCIPALES Y AMBIENTES EXTERIORES	111
• 8.14.3.PROYECTO: AMBIETES INTERIORES	112
• 8.14.4.PROYECTO: ESTRUCTURAS	113
• 8.14.5.PROYECTO ELECTRICAS	114
• 8.14.6.INSTALACIONES SANITARIAS	115
8.14. COSTO DEL PROYECTO	116
8.15. RENTABILIDAD Y PRESUPUESTO.....	117
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	119
10. ANEXOS	120
10.1. ANEXO 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA	120
10.2. ANEXO 02. OPERACIONABILIDAD DE VARIABLES	122
10.3. ANEXO 04. CONSENTIMIENTO INFORMADO	125
10.4. PALIDACIONES	125
10.5. PLANOS.....	125

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 poblacion de los centros poblados por genero-----	19
Tabla 2 cuadro de necesidad de poblacion-----	20
Tabla 3 □ cuadro de ocupacion del suelo-----	22
Tabla 4 cuadro de operacionalidad de variables -----	28
Tabla 5 cuadro de horizonte del distrito de uchiza-----	43

Tabla 6Validación de expertos -----	47
Tabla 7Validez y confiabilidad del instrumento -----	49
Tabla 8Cuadro Índice de Datos Luego de Obtener el 100% de La Muestra ----	52
Tabla 9: referencias -----	82
Tabla 10:referencias de integracion urbana -----	85
Tabla 11: analisis de aforo por comercio -----	92
Tabla 12: normativa de aparatos sanitarios por numero de personas -----	93
Tabla 13:numero de accesorios por tiendas -----	93
Tabla 14: clasificacion de estacionamientos -----	94
Tabla 15: clasificacion de accesos vehhiculares -----	96
Tabla 16: analisis de diseño de climatizacion -----	101
Tabla 17 analisis de diseño de ventilacion -----	103
Tabla 18: analisis de diseño de iluminacion-----	104
Tabla 19: programa arquitectonico: -----	107
Tabla 20: cuadro de areas n°1 -----	107
Tabla 21: programa arquitectonico 1 -----	109
Tabla 22: programa arquitectonico2-----	109
Tabla 23: programa arquitectonico 3 -----	109
Tabla 24: programa arquitectonico 4 -----	109
Tabla 25: programa arquitectonico 5 -----	109
Tabla 26: programa arquitectonico 6 -----	110
Tabla 27: programa arquitectonico 7 -----	110
Tabla 28matriz de consistencia -----	121
Tabla 29dimensiones e indicadores -----	122
Tabla 30herramienta de encuesta-----	123

INDICE DE GRAFICOS

Ilustración 1 Grafico n° 1 : Evolución de la huella urbana del 1912-2019 -----	17
Ilustración 2 Grafico n° 2 : distrito de uchiza y sus localidades -----	17
Ilustración 3 Fgura n° 3: plano del comercio en uchiza. -----	18
Ilustración 4 Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI21	
Ilustración 5 Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI22	
Ilustración 6 Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI23	
Ilustración 7 Plano territorial del distrito de uchiza. -----	44
Ilustración 8 mapa nacional -----	79
Ilustración 9 imagen departamental -----	79
Ilustración 10 localizacion sectorial-----	79
Ilustración 11 imagen distrital -----	79
Ilustración 12 distrito uchiza -----	80
Ilustración 13 uchiza y sus localidades -----	81
Ilustración 14 barrios de uchiza-----	81
Ilustración 15: areas de intervencion-----	84
Ilustración 16: vias de intervencion uhiza -----	85
Ilustración 17: area de estudio (uchiza)-----	86
Ilustración 18 ubicacion de terreno-----	88
Ilustración 19: referente gereoglificos -----	89
Ilustración 20: zonificacion de bloques -----	89
Ilustración 21 propuesta de comercio-----	90
Ilustración 22: comercio ambulatorio -----	90
Ilustración 23: plano de seguridad segundo nivel -----	99
Ilustración 24:plano de seguridad primer nivel -----	99

Ilustración 25: real plaza santa catalina lima-peru -----	100
Ilustración 26:Fashion Mall Caminos del Incasurco-lima -----	100
Ilustración 27 analisis de flujograma: -----	106
Ilustración 28: organigrama -----	106
Ilustración 29:nalisis de vias de acceso -----	107
Ilustración 30: area del terreno -----	108
Ilustración 31: imagen exterior de 3d -----	111
Ilustración 32: imagen 3d 2-----	112
Ilustración 33: imagen 3d 3-----	112
Ilustración 34imagen 3d interior 3-----	112
Ilustración 35:imagen 3d interior 2-----	112
Ilustración 36:imagen 3d interior 1 -----	112
Ilustración 37imagen estructural 4-----	113
Ilustración 38imagen 3d estructural 2-----	113
Ilustración 39imagen 3d estructural 1 -----	113
Ilustración 40: imagen estructural 3 -----	113
Ilustración 41:imagen electricas 2 -----	114
Ilustración 42: imagen 3d eletricas 1 -----	114
Ilustración 43: imagen cunetas sanitarias 1 -----	115
Ilustración 44imagen ss.hh. 2 -----	115
Ilustración 45: imagen ss.hh. 1 -----	115
Ilustración 46: imagen del proyecto -----	116
Ilustración 48: imagen de cuadro de costos por modulos -----	116
Ilustración 47: cuadro de costos y rentabilidad -----	116
Ilustración 49: cuadro de rentabilidad-----	117

Ilustración 50: imagen de 3d proyecto -----	118
Ilustración 51: rentabilidad -----	118

1. CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. fundamentación del problema de investigación

El Perú en los últimos años ha mostrado un incremento en la complejidad y variedad de los diferentes tipos de centros comerciales, que a su vez cubren áreas muy grandes en diferentes regiones, que pueden ser ciudades de gran o pequeña población. En ciudades como Tarapoto, se establecen los requisitos necesarios para poder desarrollar nuevos tipos de infraestructura en la ciudad, como los centros comerciales. Cabe señalar que la actividad económica es la tercera actividad económica que más contribuye al PIB en la región de San Martín (Tocache). Su capital es Tocache, la ciudad más poblada, que según el INEI tenía una población de 73.203 en 2017, muchos de los cuales son jóvenes que están impulsando el crecimiento económico de la ciudad. A pesar de esta información, actualmente la ciudad no cuenta con una infraestructura comercial centralizada de parques de diversiones, entretenimiento, tiendas de autoservicio y servicios comerciales ya que actualmente existen pequeñas tiendas y galerías, actualmente se encuentra dispersa sin formar un centro comercial oficial, por lo que es solo gente de ciudad. la posibilidad de ir a ciudades cercanas ej. Tarapoto, Moyobamba, Huánuco a tiendas como plazas comerciales. En el caso del estudio de la integración urbana de los pueblos pequeños con los establecimientos comerciales urbanos, primero nos enfocaremos en la población y su crecimiento futuro en el 2031 y su ocupación. El uso regional de la malla urbana Uchiza se creó en el esquema del río de Chontuyaco. La propuesta del arquitecto Carlos Moreno para la ciudad en un cuarto de hora lo aplica en 4 criterios, esto es: redescubrir todos los recursos locales, aprovechar más y mejor los metros cuadrados existentes, dotar a cada recinto de múltiples funciones y reasignar espacios públicos de encuentro y convivencia. Para el desarrollo sostenible que según Carlos moreno los aplica como elemento estructural en su ciudad del cuarto de hora la cual de serenidad para el logro urbano sostenible:

La ciudad menor de Uchiza creció en forma desmesurada y desordenada con invasión y tráfico de tierras, tráfico de drogas y en la actualidad requiere de una integración territorial, mediante un equipamiento urbano, para propiciar un desarrollo ordenado sostenibles.

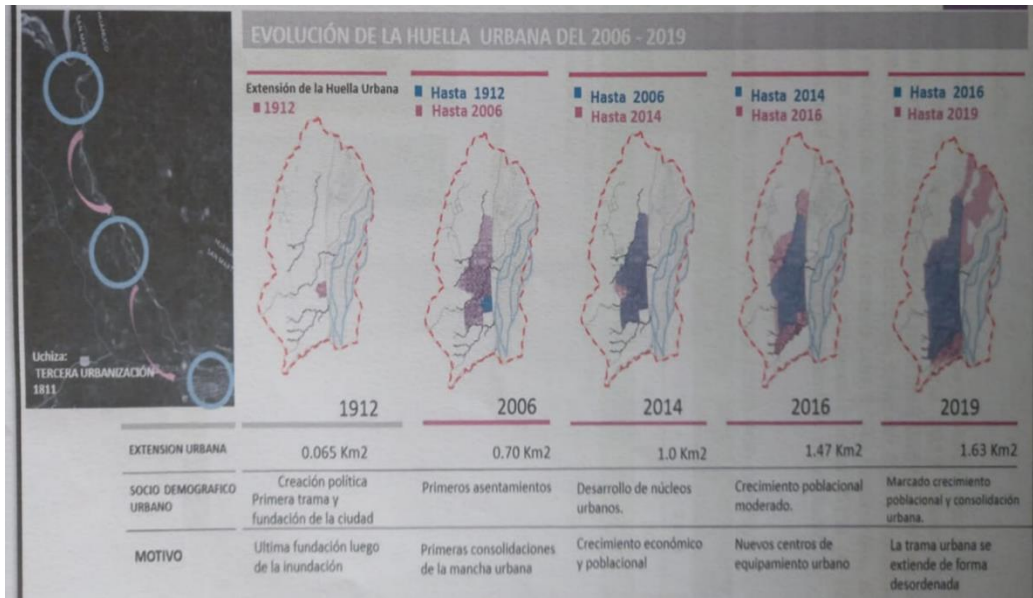


Ilustración 1 Gráfico n° 1 : Evolución de la huella urbana del 1912-2019

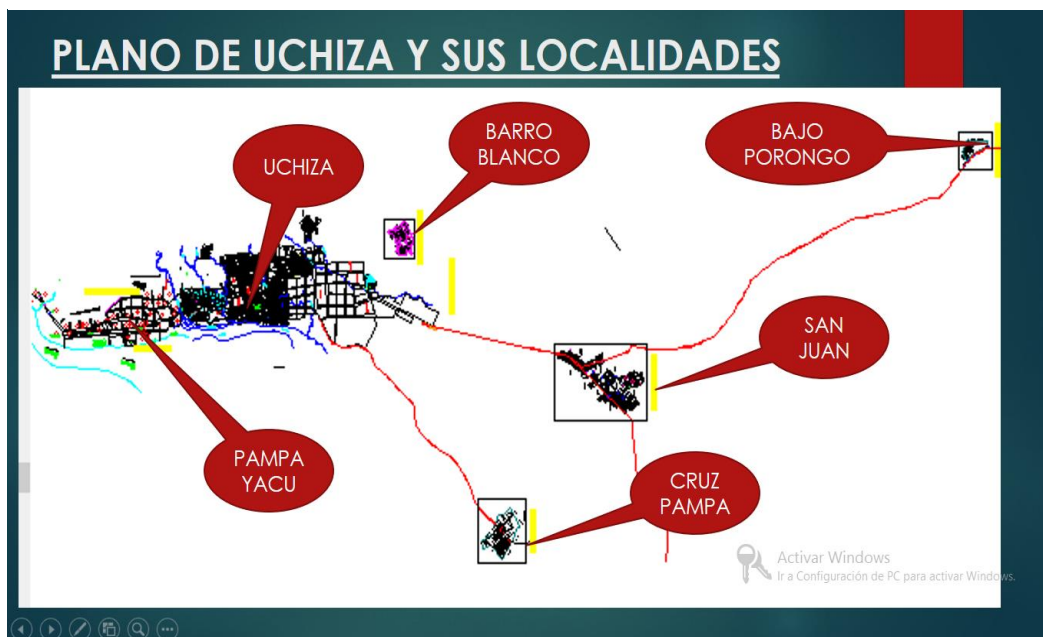


Ilustración 2 Gráfico n° 2 : DISTRITO DE UCHIZA Y SUS LOCALIDADES

La ciudad menor principal de Uchiza, de acuerdo a las normas del SISTEMA NACIONAL DE ESTANDARES URBANOS (SISNE) si cumple al tener un mercado

minorista (comercio zonal, comercio vecinal), pero no cuenta con campos feriales que potencialicen la actividad económica y el turismo de la ciudad.

El mercado de UCHIZA no abastece al encontrarse con una infraestructura en mal estado. Con respecto a este se pretende proponer un estudio tentativo y sectorizado de infraestructuras comerciales que satisfagan las necesidades de la población.

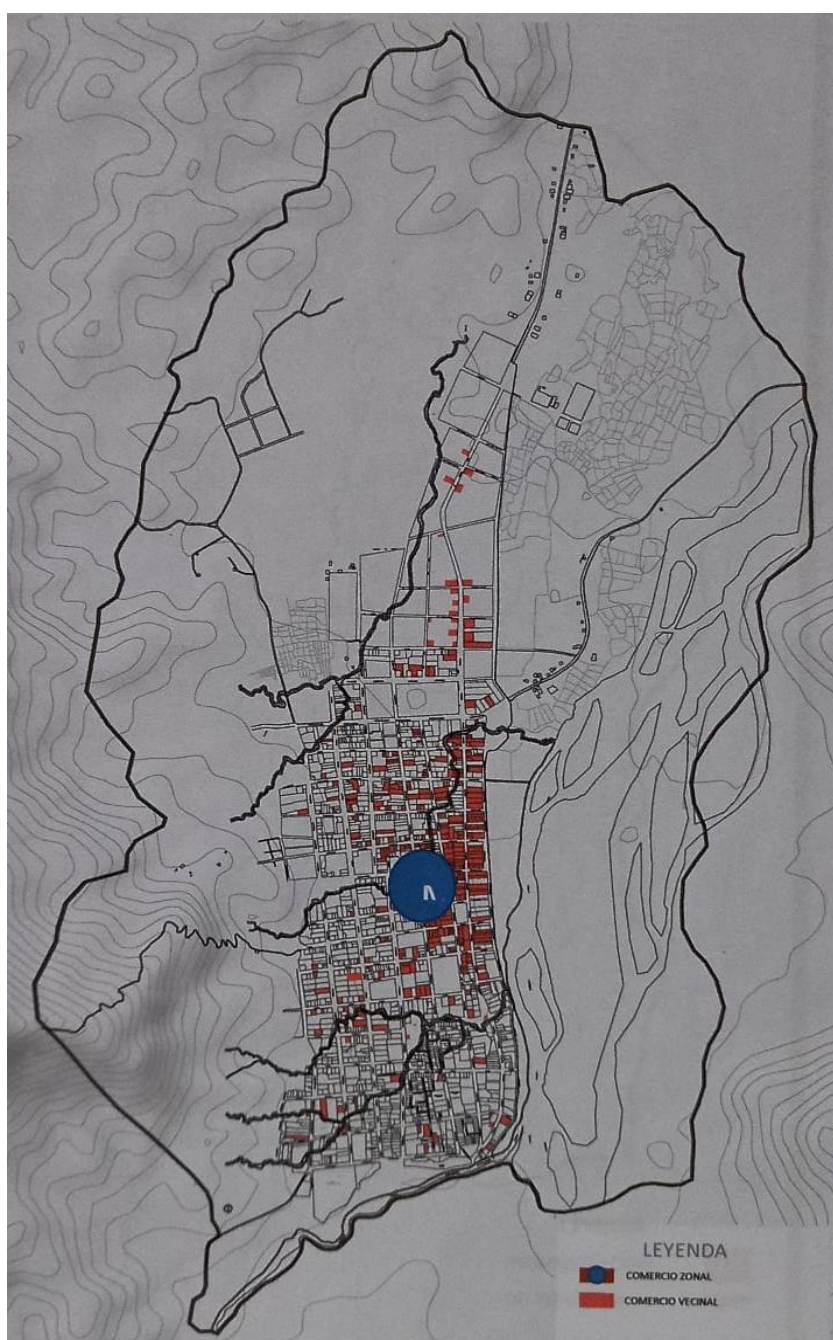


Ilustración 3Figura n° 3: plano del comercio en uchiza.

➤ **ASPECTOS DEMOGRAFICOS**

○ **POBLACION**

La población integrada de los centros poblados de Uchiza y Valle Hermoso en el último censo del año 2017 realizados a nivel nacional por el INEI, presenta un total de 8046 habitantes, teniendo en el centro poblado de Uchiza un total de 6997 habitantes y el centro poblado de valle hermoso con 1049 habitantes, donde se representa mayor cantidad de mujeres con un 51% (4120) y de hombres un 49% (3926) en todo el ámbito de estudio.

Tabla 1 POBLACION DE LOS CENTROS POBLADOS POR GENERO

<u>CENTRO POBLADO</u>	<u>POBLACION TOTAL</u>	<u>MUJER</u>	<u>HOMBRE</u>
UCHIZA	6997	3771	3623
VALLE HERMOSO	1049	349	303
TOTAL	8046	4120	3926

Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI

➤ **DENSIDAD DE POBLACION**

La ciudad de Uchiza ha tenido un crecimiento ascendente, pero con intervalos muy homogéneos, es decir, existieron décadas con mayor crecimiento que otras. Todo indica que los procesos sociales, económicos y el desarrollo de eventos naturales han influido evidentemente en el proceso de la transformación urbana de la ciudad.

Es relevante mencionar lo que evidencia la densidad urbana de la ciudad de Uchiza, mostrando un significativo crecimiento desde los años de 1912 (extensión de área de 0.65 km²) hasta el año 2006 (teniendo una extensión de área de 0.70 km²), creciendo en este intervalo de tiempo 0.635 km² en extensión de tierra, aumenta la población progresivamente.

En los últimos tres años la densidad urbana solo creció en el área urbana del 0.16km² de extensión. En la actualidad la cantidad de habitantes por hectáreas se estima de un 9.23 Hab/ha. En el área de intervención de los dos centros poblados de Uchiza y valle hermoso con un total de población de 8046 teniendo una extensión de área de 72323 km², mientras que en distrito la densidad poblacional es de 0.28 hab/ha con un total de población de 20149 habitantes y teniendo un área de extensión de 87230 km².

La fórmula a utilizar para sacar los habitantes por hectárea fue la siguiente:

$$\text{Densidad poblacional} = \frac{\text{AREA DE INTERVENCION}}{\text{N° DE POBLADORES}} = \frac{8046 \text{ HAB.}}{872307 \text{ HA}} \text{ hab/ha}$$

Tabla 2 cuadro de necesidad de población

	km	población	Densidad hab/ha.
distrito	723230	20149	0.28
Ámbito de estudio	87230	8046	9.23
Área de consolidación	225	7394	3.3

Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI

DIAGRAMA DE LA DENSIDAD POBLACIONAL

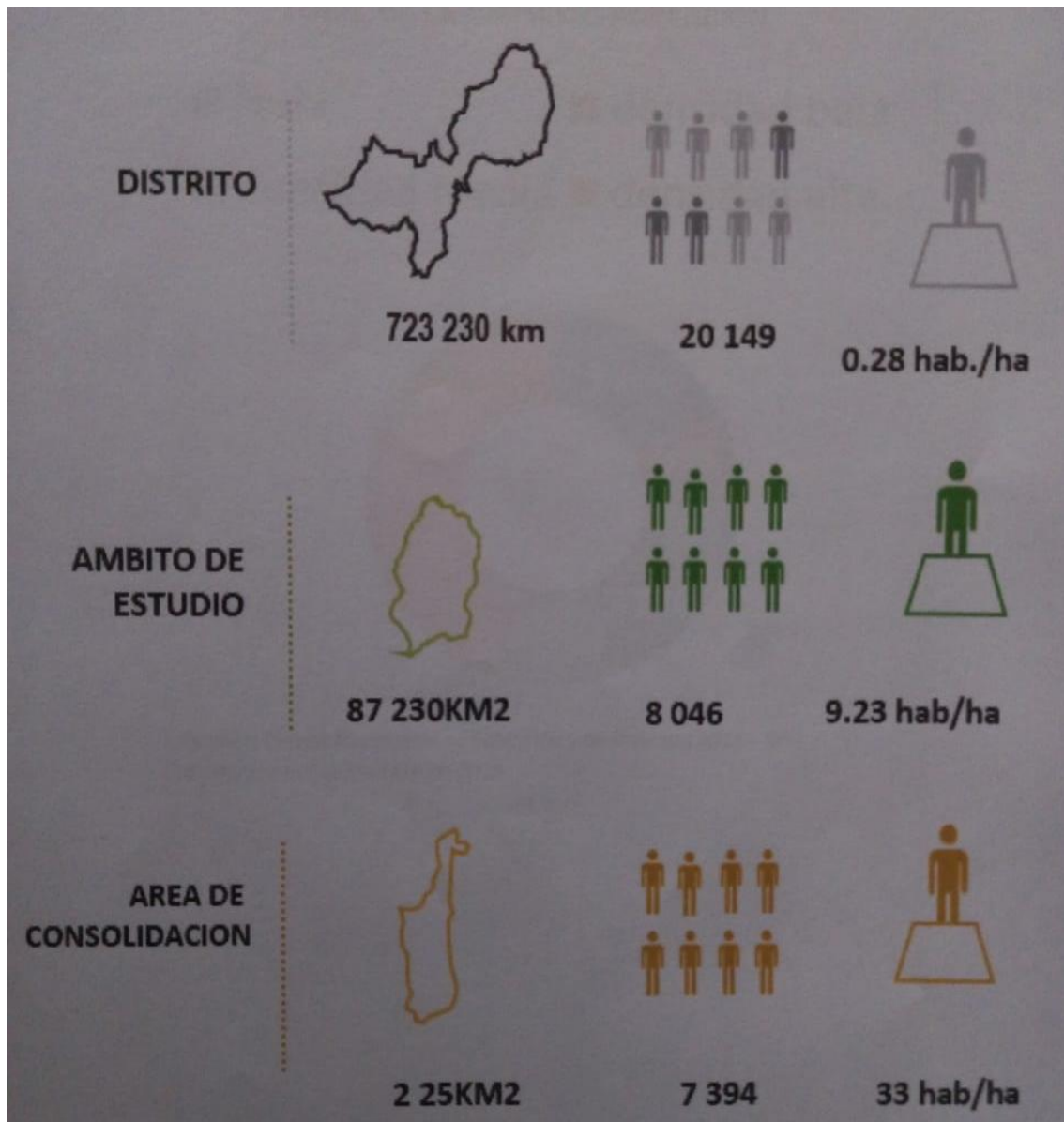


Ilustración 4 Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI

➤ DISTRIBUCION ESPACIAL DE LA POBLACION

DENSIDAD BRUTA

Se expone un análisis de la evolución de la densidad bruta, donde anteriormente se explicó el origen de la unidad de análisis.

DENSIDAD NETA

Muestra los valores de densidad neta a nivel de manzanas.

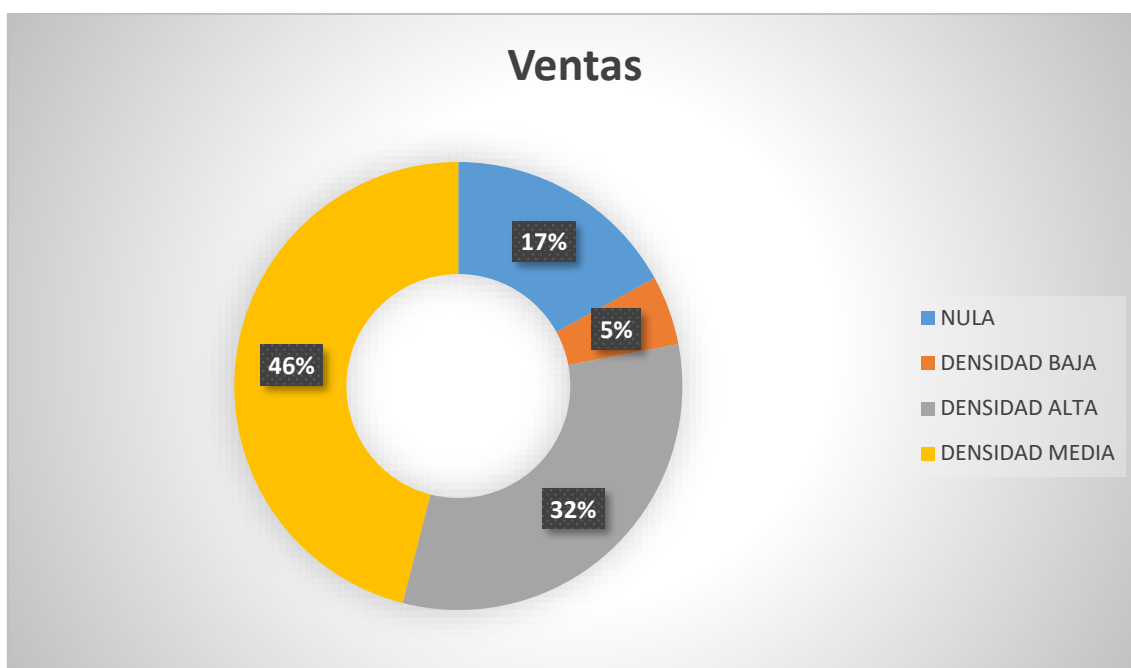


Ilustración 5 Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI

➤ CUADRO DE OCUPACION DEL SUELO.

Tabla 3 □ CUADRO DE OCUPACION DEL SUELO

		Ar.HAS	Ea
USO DE SUELO	RESIDENCIAL	255720	15.2 %
	COMERCIAL	105860	5.5 %
EQUIPAMIENTO	EDUCACION	10029	3 %
	SALUD	10029	1 %
	RECREACION	33669	1 %
	OTROS USOS	66433	3 %
	TERRENOS RUSTICOS VACANTES	870300	61.3 %
	AREA TOTAL	87230 KM2	100 %

DENSIDAD POBLACIONAL DE LA ICUDAD DE UCHIZA

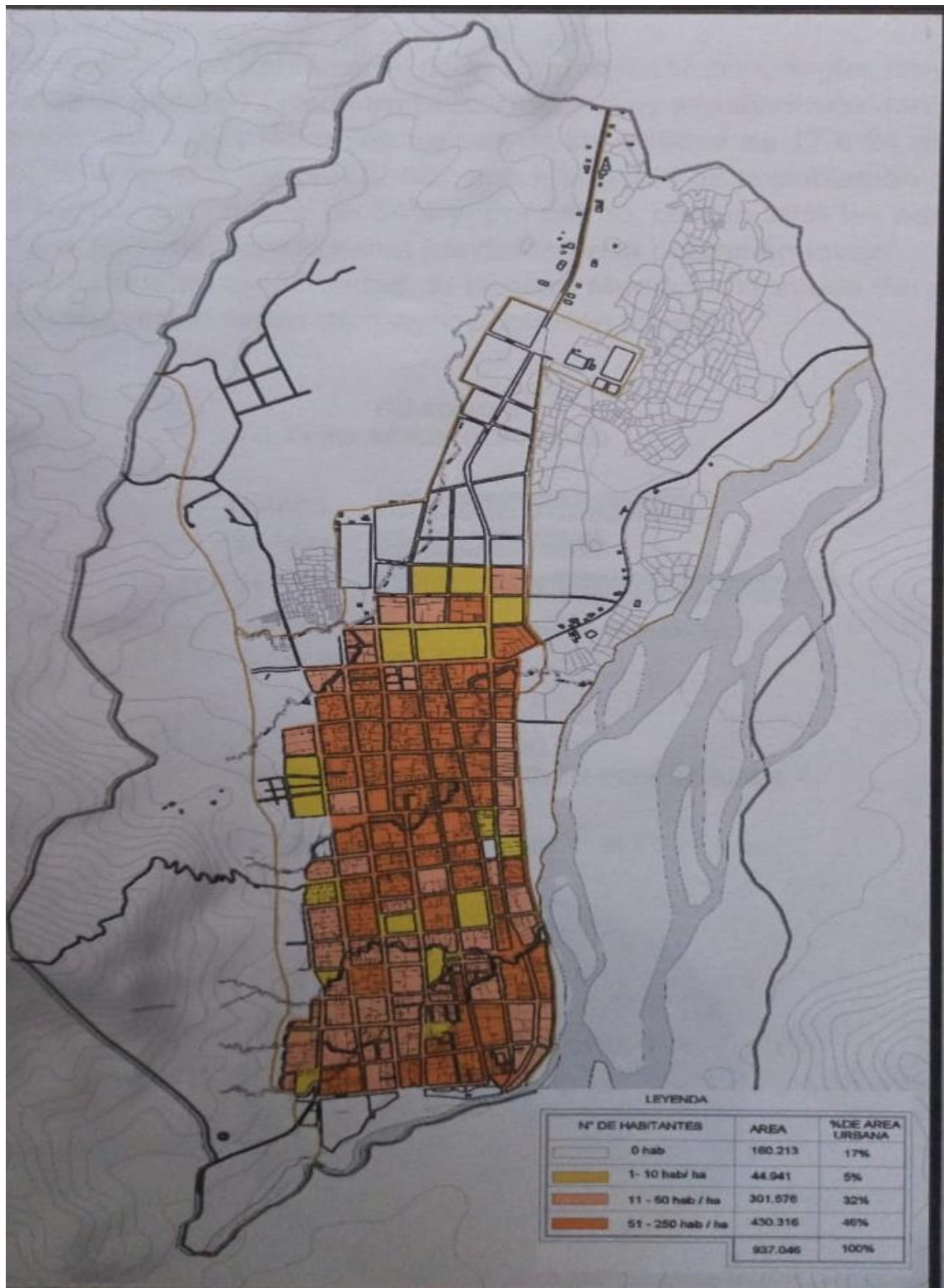


Ilustración 6 Fuente: censos nacionales de población y de vivienda 2017- INEI

Las causas y efectos que se producirán por el no estudio del problema serán:

CAUSA: AL no estudiar las zonas comerciales de Uchiza como han crecido y siguen creciendo en forma no integrada.

EFEECTO: No se podrá determinar una malla urbana de integración territorial, aprovechando sus recursos naturales como los productos agrícolas de café, cacao, plátano, palma de aceite, etc. y por consiguiente no propondremos a una ciudad sostenible.

Por esta razón es necesario realizar el proyecto de investigación: “MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACIÓN URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031”

1.2. Formulación del problema.

Lo formulamos con una pregunta general y 3 específicas de la siguiente manera:

1.2.1. Problema general

- ¿CUÁL ES EL MODELO DE INTEGRACIÓN URBANA Y EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031?

1.2.2. Problemas específicos.

- ¿COMO SE IDENTIFICARÁ EL TIPO DE LOS CENTROS COMERCIALES PARA SU INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA– SAN MARTIN 2021-2031?
- ¿CUÁL ES EL TIPO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL URBANO EXISTENTE EN LA CIUDAD DE UCHIZA-SAN MARTIN?
- ¿CUÁLES SON LAS ESTRATEGIAS PARA PROPONER UN MODELO DE INTEGRACION URBANA CON RESPECTO A LA CIUDAD DE UCHIZA?

1.3. Formulación de los objetivos.

1.3.1. objetivo general

- PROPONER UN MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL PARA SU INTEGRACIÓN URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA, - SAN MARTIN 2021-2031.

1.3.2. objetivos específicos

- DETERMINAR EL TIPO DEL CARÁCTER PÚBLICO DE LOS CENTROS COMERCIALES, PARA LA CIUDAD DE UCHIZA – SAN MARTIN
- IDENTIFICAR LA OFERTA Y DEMANDA DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES EXISTENTES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA – SAN MARTIN.
- IDENTIFICAR ESTRATEGIAS PARA PROPONER UN MODELO DE EQUIPAMIENTO PARA LA CIUDAD DE UCHIZA.

1.4. Justificación e importancia.

➤ A nivel físico urbano sostenible espacial:

La presente investigación se justifica porque Uchiza conocerá su desarrollo comercial al año 2031, su integración urbana como ciudad menor y su integración urbana de la ciudad con otros núcleos urbanos y rurales periféricos, articulando su entorno comercial geo-económico urbano-rural, mediante una planificación comercial interno y un equipamiento comercial para la afiliación urbana de la ciudad menor de Uchiza- San Martin 2021-2031.

Para lograr el objetivo de sostenibilidad el proyecto pretende generar la rentabilidad en sus zonas involucradas a través de la creación de nuevos espacios arquitectónicos, direcciones a crear, un mercado, micro industrias, museos, restaurantes, áreas recreativas, mejoramiento de sus calles, espacios de circulaciones peatonales agradables que mejoran la imagen

urbana etc. que consoliden el flujo económico interno y elevar el valor de los predios de la ciudad de Uchiza.

➤ A nivel académico:

El proyecto busca generar futuros estudios que puedan ser realizados por otras especialidades y ser focalizadas por los diferentes ejes de desarrollo urbano integrado tanto económico, productivo, industrial, recreativo, turístico, etc. y ayude al estudiante a comprender su rol como elemento dinámico dentro del accionar de la sociedad.

1.5. Limitaciones

En cuanto a limitaciones para el desarrollo de este proyecto tenemos:

- El trabajo de tesis es muy diferente a un planteamiento de los talleres de diseño y elaboración de expedientes técnicos.
- Escasas herramientas y equipos para realizar análisis de las diferentes áreas de estudio.

1.6. formulación de las hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

- SI PROPONEMOS UN MODELO EQUIPAMIENTO COMERCIAL SE OBTENDRA LA INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN 2021-2031.

1.6.2. Hipótesis específicas

- CONOCER BAJO LA OBSERVACION LOS TIPOS DE CENTROS COMERCIALES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN.
- CONOCER LA OFERTA Y DEMANDA DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES EXISTENTES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA
- CONOCER LAS ESTRATEGIAS PARA PROPONER UN MODELO DE INTEGRACION URBANA BAJO UN EQUIPAMIENTO COMERCIAL PARA LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA.

1.7. variables

1.7.1. variable independiente

- MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL.

Dimensiones:

- Espacios comerciales
- Características del comercio
- Aspecto socio cultural

1.7.2. variable dependiente

INTEGRACIÓN URBANA.

Dimensiones:

- Tipología
- Oferta y demanda
- Estrategias de integración urbana

1.8. DIMENSIONES E INDICADORES

1.8.1. OPERACIONALIDAD DE VARIABLES.

Tabla 4cuadro de operacionalidad de variables

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	TECNICAS E INSTRUMENTOS	METODOLOGIA
V.I. MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL	CUANTITATIVA CUALITATIVA Y	ESPACIOS COMERCIALES	TIENDAS MERCADOS	OBSERVACION OBSERVACION	<ul style="list-style-type: none"> • TIPO DE INVESTIGACION : - CUALITATIVA Y CUANTITATIVA - Observacional - Prospectivo - Transversal (La variable es medida en una sola ocasión) - Descriptivo (El análisis estadístico es univariado) • NIVEL DE INVESTIGACION - Descriptiva EXPLICATIVA
		CARACTERISTICAS DEL COMERCIO	RECURSOS DE LA ZONA. ECONOMIA NIVEL DE VIDA	OBSERVACION ENCUESTA ENCUESTA	
		ASPECTO SOCIO CULTURAL	TIEMPO DE TRASLADO ANCHO DE VIAS PRINCIPALES Y SECUNDARIAS LONGITUD DE LAS VIAS	ENCUESTA OBSERVACION OBSERVACION	
V.D. INTEGRACION URBANA	CUANTITATIVA Y CUALITATIVA .	TIPOLOGIA	ACTIVIDADES COMERCIALES TIPO DE CONSUMIDOR	ENCUESTA	
		OFERTA Y DEMANDA	RECURSOS PROMEDIO DE ASISTENCIA	OBSERVACION	
		ESTRATEGIAS DE INTEGRACION URBANA	<ul style="list-style-type: none"> • ACCESIBILIDAD • VISUALIZAION • TIEMPO DE TRASLADO • LONGITUD DE VÍAS • ANCHO DE VÍAS PRINCIPALES, SECUNDARIOS, 	ENCUESTA	
				OBSERVACION	
				OBSERVACION	

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.

a nivel internacional y nacional. -utilizaremos:

A NIVEL INTERNACIONAL.

- (LUIS, 2002, pág. 30); revista: EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN PEQUEÑAS CIUDADES HISTÓRICAS EL CASO DEL NOROESTE MURCIANO.

La ciudad noroccidental de Murcia ha jugado un papel muy importante en la historia de la región. Sin duda, la necesidad de cumplir con eficacia el papel que la historia les ha asignado determina su propio estatus y condición. Son estos factores, tan activos en funciones fronterizas/militares y más tarde en oposición en la compleja interacción de agentes económicos, políticos, sociales y culturales que dan forma a la forma urbana moderna. Las formas urbanas de las ciudades históricas del noroeste de Murcia son textos insustituibles que nos permiten explorar los contextos que dieron forma a estas ciudades. Algunas escenas hablan de esplendor, ruina y estancamiento, pero definen claramente el carácter único y distintivo de cada lugar. La singularidad del paisaje urbano se expresa a través de la yuxtaposición de texturas, un conjunto de recorridos que confunde a los visitantes, pero esconde alguna razón última para ser comprendido. sobre la vida cotidiana. Las ciudades históricas del noroeste de Murcia nos hacen considerarlas incivilizadas, a diferencia de otras ciudades cuya función cambia repentinamente. Parece posindustrialización y desindustrialización, pero los espacios urbanos siempre se están adaptando a las necesidades de nuevas funciones. Por tanto, es necesario transformar el tejido urbano. En este sentido, la economía agrícola y artesanal que caracteriza al noroeste de Murcia hace que la ciudad cuente hoy con un casco histórico en el que fácilmente se pueden leer debates sobre sus orígenes. No oscurecido por texto superpuesto. Algunas áreas residenciales más antiguas aún deben

transformarse seriamente ya que el entorno urbano puede adaptarse a la expansión necesaria, tanto debido a la dinámica urbana como al deseo de eliminar el terreno que no es propicio para la vida actual.

La razón última de la vida cotidiana en una ciudad histórica te da una doble impresión. Por otro lado, parece ignorar la falta de comunicación entre las calles entrelazadas que configuran los paisajes urbanos de distintas ciudades. Por otro lado, apunta a la realidad de que incluso en la planificación urbana, la fragmentación espacial entre el centro histórico y el ensanche que luego no provoca errores es incorrecta. Esto se debe a que los hábitos urbanos de cada ciudad están determinados por la posición del comercio y los servicios dentro del paisaje urbano, pero sobre todo por el atractivo de ese lugar. Comercio. Administración y servicios. La estructura del mecanismo del mercado está íntimamente relacionada con el paisaje urbano, pero la dinámica del paisaje o los factores relacionados con el envejecimiento explican esta estructura. Esta interacción, esta estrecha relación, conduce a lo que suele llamarse la crisis de la ciudad y, más precisamente, la crisis del centro histórico, la crisis institucional, es decir, la crisis corporativa. En esta dirección. En el marco de la investigación sobre la revitalización de un centro urbano en el noroeste de Murcia, parece adecuado plantearse un doble propósito, en primer lugar, explorar las características de los establecimientos comerciales de la ciudad Calasparra. Caravaca, oro negro y moratara grabado. como una estructura para sus actividades urbanas. La práctica urbana derivada de la capacidad de estos equipamientos para movilizar a la población es cada vez más exigente con la calidad y la calidad del producto, La instalación lo sirve. Segundo; Resalte la correlación entre la ubicación de los edificios comerciales y el tejido del paisaje urbano para comprender la relación entre los dos. Cabe señalar que la importancia del equipamiento comercial no es sólo como estructura de las actividades urbanas, sino también porque es el encargado de orientar el

desarrollo urbano. Este aspecto se hace evidente cuando los pilares comerciales dinámicos están presentes en la planificación urbana, afirmando su conformidad con los polos y caminos del desarrollo urbano, así como con las formas salvajes que la arquitectura urbana se basa en él. Hoy se convierte en una barrera para las funciones comerciales y residenciales. El polo alcista de ayer es el límite o barrera de hoy. Aparecen nuevas columnas y líneas en un diseño que no guarda relación con lo que ofrece el antiguo centro comercial, lo que facilita la vida cotidiana o, al menos, se adapta mejor a las nuevas necesidades.

INTERPRETACIÓN N° 1:

Este antecedente es considerado en dicha tesis para poder explorar las características definitorias de los equipamientos comerciales de la localidad y sus actividades urbanas, la cual señala que la estimación del equipamiento comercial no es solo como estructura de la actividad urbana, sino también porque es el encargado de orientar el desarrollo urbano y ubicando los polos comerciales dinámicos en el plano de la ciudad.

- (LUNA, 2017); tesis: “DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL CENTRO COMERCIAL ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES 24 DE MAYO “LA BAHÍA” DE LA CIUDAD DE CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA CON CARACTERÍSTICAS BIOCLIMÁTICAS”.

A medida que las necesidades y los estilos de vida cambian a diario, se crean centros comerciales. El proyecto tiene como objetivo brindar a los ocupantes una vida más cómoda y de calidad a través de una temperatura confortable y un ambiente óptimo, además de facilitar los intercambios entre compradores y vendedores, también brinda un espacio de relajación y entretenimiento, diseñado pensando en el desarrollo de las personas. Trabaja. El proyecto del centro comercial se construye en el centro de Catamayo. Para el diagnóstico del seno actual se tuvo en cuenta las características, necesidades y problemas del establecimiento. El sistema arquitectónico propuesto en el proyecto tiene

como objetivo innovar el ambiente dentro de la galería para evitar el clima cálido. Además, está previsto combinar la bolsa con vegetación, jardín y luz solar directa, estas son propiedades biológicas que se deben evitar al utilizar equipos mecánicos para evitar el consumo innecesario de energía. El proyecto incluye espacio comercial, área de relajación, patio de comidas, que no solo es un lugar para satisfacer necesidades sino también un espacio de entretenimiento y simbiosis. El trabajo actual está dirigido a centrarse en el conocimiento de los centros comerciales y las aplicaciones bioclimáticas en climas cálidos para reducir el impacto ambiental.

INTERPRETACIÓN N° 2:

Tener conocimiento de la importancia de los centros comerciales que se generaron bajo las necesidades y los estilos de vida, el cual tiene como objetivo brindar a los usuarios comodidad y una mejor vida, a través de un clima confortable y espacios óptimos para así facilitar la relación entre compradores y vendedores, lo cual por el clima que se cuenta en la ciudad de Uchiza, en la que se analizó las características y necesidades y problemáticas.

- (STEFANO, 2018); **ESPACIO SOCIAL Y SU RELACIÓN CON EL EQUIPAMIENTO URBANO EN TRES CIUDADES DEL PAÍS:** Antofagasta, Santiago y Puerto Montt. disparidades sociales espaciales están a menudo asociados con los problemas urbanos que se extienden más allá de las diferencias de ingresos; Que un ciudadano chileno tenga que soportar o usar la ciudad, según donde viva, es una frase que se encuentra fácilmente en los discursos de políticos, científicos y ciudadanos. v. Encuentran resonancia en ellos y la sienten todos los días de su vida diaria. Pero es esta hipotética realidad urbana muy definido por la fragmentación social del espacio urbano. De esta forma, se concreta y cuestiona la cuestión a abordar en este artículo, en particular, es relevante la información cuantitativa sobre tipos de infraestructura y equipamientos urbanos recopilada por Precensus (2011) directamente al acceso desigual a la literatura especializada. Información Desde el censo de 2002, ha sido útil

para categorizar la composición de la vida urbana y comprender la estructura social de las ciudades chilenas. Con base en este análisis integral de la información, es posible diagnosticar diferencias socioespaciales específicas en ciudades como Antofagasta, Santiago (fusionada) y Puerto Montt, llegando a la conclusión de que la mayoría de los documentos de las primeras pueden comprender la relación directa. y relación proporcional. • La actividad empresarial se ha convertido en el motor que determina la configuración de las regiones y sus ciudades, independientemente de su tamaño real. La movilidad económica en cada ciudad debe crear alternativas comerciales a una mayor participación del sector privado para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible, equilibrando las responsabilidades del sector público y privado. La economía de la Región Moquegua ha continuado creciendo, de manera que entre 2001 y 2008, medido en producto interno bruto (PIB) observable, a precios constantes de 1994, el crecimiento acumulado fue de 57.7%, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual La tasa fue 6,7%. Es en este contexto que la provincia de Moquegua ha logrado una mayor acumulación de PIB per cápita, estimado en S/ 14 207.1, gracias a la minería del cobre. A medida que la población consumidora sigue creciendo, es necesario desarrollar programas o proyectos para satisfacer las necesidades básicas y así mejorar la calidad de vida. Actualmente, los moqueguanos se encuentran en un proceso de cambio de patrones de consumo, y los centros comerciales son una alternativa eficaz que, además de servir como nodos de movimientos económicos, ahora también tienen un rol social y se está convirtiendo en un lugar de encuentro para las personas. Comunidad. Proporcionar espacios públicos que ya no están en el centro de la ciudad.

INTERPRETACIÓN N° 3:

De la referencia utilizada se considera la aplicación de la actividad comercial como motor que determina la estructura urbana de las regiones y sus ciudades. En el cual se analizó la realidad económica de cada ciudad, y así crear alternativas comerciales con mayor participación de los sector privado y

públicos y así fomentar el crecimiento económico y sostenible, equilibrando las responsabilidades de los sectores mencionados.

➤ **A NIVEL NACIONAL**

- (BRYAN, 2020): **“CENTRO COMERCIAL Y DE ENTRETENIMIENTO, EN LA CIUDAD DE ABANCAY, APURIMAC”**

En los últimos años el Perú ha mostrado un incremento en la complejidad y variedad de centros comerciales, es por ello que estos centros comerciales se encuentran ubicados en grandes extensiones de terreno en varios lugares del mundo. Los barrios varían, ya sea en ciudades densamente pobladas o en lugares con menos población. Se ha sugerido que ciudades como Abancay deben poder desarrollar nuevos tipos de infraestructura en la ciudad, como centros comerciales. Cabe señalar que el comercio es el tercer mayor contribuyente al PIB de Apurímac. Su capital es la ciudad más poblada, Abancay, que según el INEI contaba en 2017 con 72.277 habitantes, en su mayoría jóvenes, gracias al crecimiento económico de la ciudad. A pesar de esta información, la ciudad no cuenta actualmente con una infraestructura comercial que integre entretenimiento, autoservicio y puntos de venta debido a la dispersión de varias pequeñas tiendas y galerías y la falta de un centro comercial completo. Por lo tanto, los habitantes de la ciudad tienen una oportunidad única de ir a los pueblos vecinos y encontrar un centro comercial como Cusco. Como solución a este problema urbano, la propuesta de este edificio se refiere al centro comercial y de entretenimiento en Apurímac, Abancay, el cual contará con un proyecto completo que contendrá todo lo necesario para generar espacios comerciales, de entretenimiento y de encuentro para estos residentes. Por lo tanto, esta propuesta no solo tendrá un impacto a nivel de la ciudad de Abancay, ya que esta infraestructura comercial la convertirá en la primera infraestructura comercial de la región en ofrecer servicios bajo demanda como So, Distrito de Apu, Provincia de Rimac. Actualmente, la Población de Moquegua se encuentra en un proceso de cambio de patrones de consumo, y una alternativa

efectiva es un centro comercial que, además de servir como eje de movilidad económica, ahora también sirve como sociedad como lugar de encuentro de las personas. Comunidad. Proporcionar espacios públicos que ya no están en el centro de la ciudad.

INTERPRETACIÓN N° 4:

Se considera en dicho antecedente la mención del tipo de centros comerciales y la diversidad de actividades según la cantidad de población, que brinde espacios comerciales, recreativos y de reunión. Los cuales cumpla con las necesidades y confort de la población. Bajo el análisis comercial contribuyente a su PBI. En la ciudad de Apurímac.

(MALDONADO, 2018)“**MEJORAMIENTO DEL ESPACIO PÚBLICO MEDIANTE LA INTEGRACIÓN DE PARQUE Y EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN EL DISTRITO DE MOLLENDO – ISLAY**”; La relación entre el espacio público y los centros comerciales ha sido analizada desde diferentes ángulos en muchos lugares. Por ejemplo, Gitat et al. (2014), en Barcelona, se evidencia que los usuarios jóvenes acuden con frecuencia a los centros comerciales en busca de espacios públicos, con mayor frecuencia que los que frecuentan parques y/o centros culturales, debido a las cualidades que ofrecen los establecimientos comerciales. Esta tendencia también se refleja en el estudio de Pérez et al. (2012) y Jiménez-Domínguez et al. (2009), realizados en Chile y México respectivamente, analizaron estas preferencias en los centros comerciales y concluyeron que los espacios de interacción social priman sobre los espacios de consumo. utilizado, hasta los siguientes niveles de apropiación preferidos. A nivel nacional, el autor Vega Centeno (2006) aborda los centros comerciales como un nuevo tipo de espacio público y concluye que siguen siendo espacios controlados, sin embargo, enfatiza que las personas utilizan dichos espacios de acuerdo a sus habilidades cambian, porque no solo son realizan actividades de consumo, lo cual se confirma con datos de ACCEP (Asociación de Centros Comerciales del Perú), que muestran que la mayoría del total de consumidores que acuden a los centros

comerciales es para actividades recreativas; existe un sesgo en el uso y consumo de espacio.

INTERPRETACIÓN N° 5:

En este antecedente se tomó el análisis del usuario en los centros comerciales y se concluye que los espacios de interpretación social lo cuales priman sobre los espacios de consumo el cual aborda los centros comerciales como un nuevo tipo de espacio público y el necesidades de consumo.

(VALDIVIA, 2016)“COMPLEJO COMERCIAL Y FINANCIERO CIUDAD – MOQUEGUA”; La empresa se ha convertido en la locomotora que define el territorio y la composición de las ciudades, independientemente de su tamaño físico. La movilidad económica en cualquier ciudad debe crear alternativas de negocios para una mayor participación del sector privado para apoyar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible y equilibrar las responsabilidades regionales sector público y sector privado. La economía de Moquegua está creciendo sostenidamente, por lo que del 2001 al 2008, a precios constantes de 1994, se observa un crecimiento del PBI, una tasa de crecimiento acumulada de 57.7%, correspondiente a la tasa de crecimiento promedio anual de 6.7%. Debido a la explotación del cobre, la provincia de Moquegua logró un mayor PIB per cápita acumulado durante este período, estimado en S/14207. Para el grupo de consumidores, es necesario implementar planes o proyectos para satisfacer las necesidades básicas para mejorar la calidad de vida. Hoy los moqueguanos están cambiando sus patrones de consumo, y una alternativa eficaz es que los centros comerciales, además de servir como focos de movimiento económico, ahora han asumido el rol de tiendas minoristas, juegos sociales y convertidos en un lugar de encuentro. Comunidad proporcionando espacios públicos extintos en el centro.

INTERPRETACIÓN N° 6:

En este antecedente se analiza al comercio como el que determine la composición de las regiones y sus ciudades independientemente para su tamaño físico, el cual se analiza el flujo económico que sirve para crear alternativas comerciales para una mayor participación del sector privado y publico, para promover y potenciar el crecimiento económico y desarrollo sostenible de la ciudad.

2.2 bases teóricas

Comercio

El comercio es una actividad socioeconómica de compra y venta de bienes para su uso, venta o transformación. Es un intercambio o permuta de algo por otra cosa de igual valor.

Ciudad pequeña.¹

Asentamientos humanos con poblaciones de alrededor de 5.000 o menos, con trazados urbanos específicos.

Los pueblos pequeños atraen a la población rural no solo por las oportunidades de empleo, sino también por su capacidad para obtener educación superior y calificaciones y para satisfacer las necesidades culturales y de salud, enfatizando que se debe apoyar el desarrollo de estas funciones de los pueblos pequeños, ya que están estrechamente relacionadas. a las zonas rurales. Involucrado directamente en la reorganización regional, especialmente en las áreas de salud, educación secundaria, desarrollo de PYMES, turismo, terapéutica, etc.

Integración territorial.

¹ Lineamientos de Política para el ordenamiento territorial

Es una política nacional, un proceso de gestión política y tecnológica con actores sociales, económicos, políticos y tecnológicos para tomar decisiones coordinadas sobre la ocupación y uso ordenado del uso sostenible del territorio, la regulación y promoción del lugar y el desarrollo sostenible de la humanidad. . establecido. Sobre la base de la identificación de potencialidades y limitaciones, la evaluación de las actividades económicas y sociales, así como el desarrollo del espacio físico, debe tener en cuenta criterios ambientales, económicos, socioculturales e institucionales y geopolíticos. También facilita el desarrollo integral de la persona para asegurarle una calidad de vida plena. (Medio ambiente, 2013)

Comercio por servicios

En el campo económico, un servicio es un acto o serie de actividades encaminadas a satisfacer necesidades específicas del cliente, proporcionando productos intangibles y personalizados. ... Un claro ejemplo de este tipo es la atención al cliente, habitual en las grandes marcas. (Galán, 2016)

tipología.

El análisis y clasificación de categorías se denomina clasificación. Por otro lado, los tipos son clases, modelos o instancias de algo. Por lo tanto, la tipografía se utiliza en varias ciencias con fines de explicación o ilustración. Gracias a la clasificación, los elementos se pueden distinguir y agrupar según sus características. (Gardey, definiciones de, 2021)

Equipamiento urbano

“Los equipamientos urbanos son un conjunto de edificios y espacios, destinados fundamentalmente al uso público. Un lugar para realizar actividades que apoyen el establecimiento y el trabajo. Brindan servicios de bienestar social y apoyan las

actividades económicas, sociales, culturales y recreativas de la población”.

(Sepúlveda, 2019)

Imagen urbana

La imagen de la ciudad se refiere a la combinación de elementos naturales y arquitectónicos que forman parte del marco de imagen de los habitantes de la ciudad (la presencia y fortaleza de ciertos materiales y sistemas de construcción), la calidad de los servicios urbanos básicos como agua potable, alcantarillado, electricidad, servicios públicos iluminación y situación general).(BORJA, 2003)

Actividad económica

“La actividad económica es cualquier forma de producción, corretaje y/o venta de bienes o servicios para satisfacer una necesidad o deseo”. (JOSE, 2019)

Integración urbana

La integración urbana también se entiende como integración social, ya que la diferencia entre dos zonas de un municipio contiene un importante componente socioeconómico de exclusión..

2.3. bases conceptuales

Ciudad

Las áreas urbanas están densamente pobladas y consisten en residentes que normalmente no se dedican a actividades agrícolas. La distinción entre ciudades y otras unidades urbanas está determinada por la densidad de población, el estatus legal u otros factores. Las ciudades son asentamientos de personas con atributos y funciones políticas, administrativas, económicas y religiosas, a diferencia de los centros rurales, que no tienen todos o parte de los atributos de una ciudad. Esto se

refleja materialmente en la presencia de edificios particulares y su configuración urbana. Las ciudades se refieren a espacios urbanos densamente poblados dominados por el comercio, la industria y los servicios. Se diferencia de otras unidades urbanas en varios criterios, como la población, la densidad de población y el estatus legal, aunque la distinción varía de un país a otro. La población de una ciudad puede variar desde unos pocos cientos de personas hasta decenas de millones de personas.. (Gardey, DEFINICIONES, 2010)

Territorio

Antes de la década de 1970, en las ciencias sociales, el concepto de territorio no existía más allá del concepto jurídico del término: un área limitada de control territorial y un sistema de gobierno. Este concepto fue introducido por los conductistas como un sistema de defensa para representantes de la misma especie animal. Estudios del comportamiento de los animales en su entorno, desarrollo de conceptos territoriales basados en sistemas de comportamiento individual y colectivo que han sido trasladados a otras disciplinas de las ciencias sociales, principalmente la antropología, el estudio de la psicología y la sociología. En todos estos ámbitos se llega a la misma conclusión: el comportamiento social no puede existir sin territorio, y por lo tanto los grupos sociales no pueden existir sin territorio. (Mazurek, 2022)

Integración

La integración es el fenómeno cuando un grupo de personas se une a un extraño, independientemente de sus características, sin tener en cuenta las diferencias. El acto de inclusión es muy importante para toda sociedad porque acerca a sus miembros a la convivencia, a una vida de paz y armonía. Sin embargo, las diferencias y los estereotipos que crean hacen que algunos miembros a menudo se nieguen a mezclarse con personas ajenas al grupo. Esto sucede no solo en grupos humanos sino también en comunidades animales. Actualmente, el término integración se utiliza

principalmente como un concepto social que abarca diversos campos como sociedad, región, economía, religión, etnia, organización, etc. Estructura urbana

Es la relación urbanística (tanto desde el punto de vista espacial como económico y social) existente en el interior del espacio urbano entre las distintas partes que componen la ciudad, compuesta en el caso de ciudades antiguas de sucesivas zonas habitualmente agregadas concéntricamente a partir del emplazamiento del núcleo inicial donde se fundó la ciudad.

Urbanismo

Hoy en día, el término urbanismo se aplica al urbanismo, todo conocimiento relacionado con la construcción de ciudades o núcleos urbanos, y se distingue del término 'urbanización', 'ahora está directamente relacionado con el proceso de construcción pero no con el urbanismo.

Confort

Esto es lo que trae felicidad y consuelo. Cualquier sensación agradable o desagradable que siente una persona le impide concentrarse en lo que tiene que hacer. La mejor impresión general en una fiesta es no sentir nada y ser indiferente al entorno.

Conglomerado urbano

Una población urbana formada por áreas urbanas con numerosos núcleos de población y sus correspondientes áreas de impacto no constituye necesariamente una unidad político-administrativa por su vecindad.

Es producto de la expansión e interconexión de varias ciudades vecinas o núcleos de población, o incluso agregados, por lo que es policéntrico.

Espacio publico

Una red de espacios abiertos para un conjunto de espacios públicos y usos de naturaleza, uso o influencia destinados a satisfacer una necesidad colectiva. Pueden ser naturales o artificiales.

Población

Un conjunto de personas que se comunican entre sí e interactúan con el territorio que crea y se regenera incesantemente según sus necesidades y las instituciones que utilizan para poseer, producir y consumir bienes y servicios.

Servicios urbanos

Actividades económicas públicas prestadas directamente o en concesión por autoridades competentes para atender las necesidades de los centros urbanos y rurales.

Territorio

Los antecedentes físicos, socioculturales, económicos, políticos, dinámicos y heterogéneos de las áreas urbanas y rurales son los componentes interactivos de los sistemas ambientales. Incluye suelo, subsuelo y agua.

Vulnerabilidad

Es el grado de debilidad de la sociedad, ante las amenazas y su capacidad de superación luego de su invención, asociado al bajo nivel económico y de bienestar de las personas, pequeña organización social, bajo nivel de educación y cultura. que dificulta la reducción del riesgo y las características ideológicas.

2.4. bases epistemológicas o bases filosóficas

3. CAPÍTULO III : METODOLOGÍA

3.1. ámbito

El ámbito de estudio es el distrito de Uchiza- provincia de Tocache- departamento de San Martín.

3.2. población

La población de la ciudad de Uchiza está conformada por los centros poblados de Uchiza y Valle Hermoso. Según el Censo de Población y Vivienda de 2017, tenemos 8.046 personas. Con un aumento en la previsión 2704. Un total de 11207 personas.

CUADRO DE HORIZONTE DEL DISTRITO DE UCHIZA

Tabla 5 CUADRO DE HORIZONTE DEL DISTRITO DE UCHIZA

2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	año
8046	8247	8453	8659	8875	9096	9317	9549	9787	10031	10281	poblacion
2.50%	201	206	211	216	221	232	238	244	250	257	crecimiento

3.3. muestra

Para la obtención de la muestra se utilizará el actual centro de investigación poblacional y rural del distrito de Uchiza que según el pronóstico será de hasta 20149 personas, donde el tipo de cifra será probabilidades y muestras de las autoridades, expertos, número de Integraciones, Arbolado, servicios de equipamiento urbano, etc., sin probabilidad.

Fórmula para calcular la Muestra

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

n = Tamaño de la Muestra

N = Valor de la Población (8046 habitantes al 2021 según pronóstico de crecimiento)

Z = Valor crítico correspondiente un coeficiente de confianza del cual se desea hacer la investigación (1.96 de nivel de confianza de 95%)

P = Proporción proporcional de ocurrencia de un evento (0.5)

q = Proporción proporcional de no ocurrencia de un evento (0.5)

E = Error Maestral (5%)

Utilizando este método la magnitud de la muestra que se aplicara en el distrito de uchiza es 366 de habitantes.

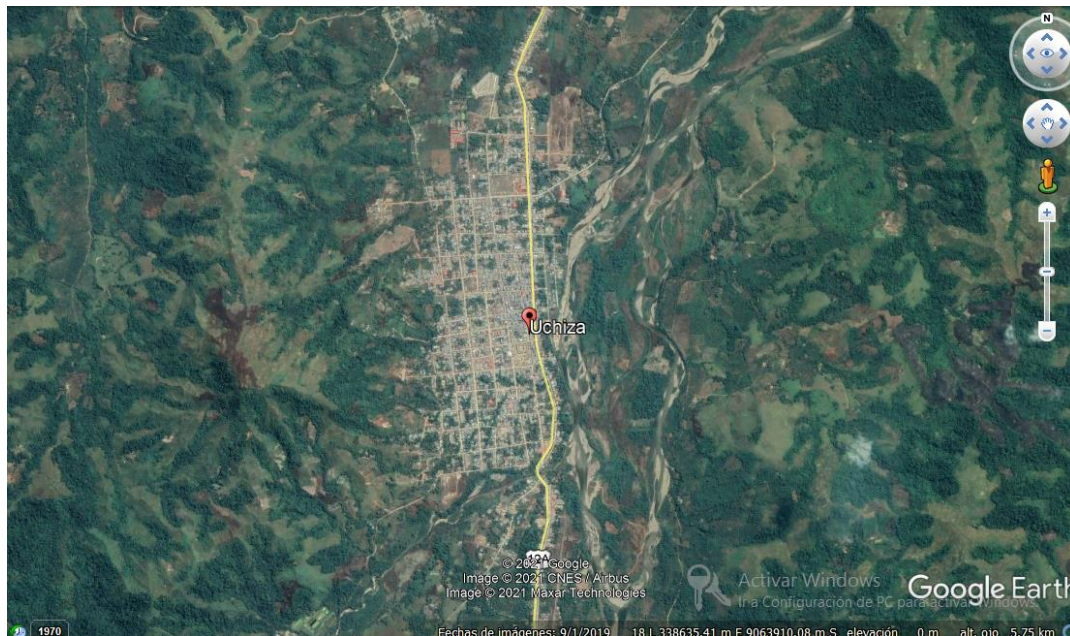


Ilustración 7 Plano territorial del distrito de uchiza.

3.4. nivel y tipo de estudio

3.4.1. nivel de estudio

Según la intervención del investigador:

Corresponde a:

Con respecto al número de variables de interés:

- ANALITICO: El análisis estadístico por lo menos es bivariado, porque estudia dos variables, plantea y pone a prueba hipótesis, su nivel más básico establece

la asociación entre dimensiones e indicadores: EQUIPAMIENTO URBANO E INTEGRACIÓN URBANO, de la variable independiente y los principios de sostenibilidad del logro urbano de la variable dependiente.

3.4.2. [tipo de estudio](#)

➤ Tipo cualitativo y Cuantitativo

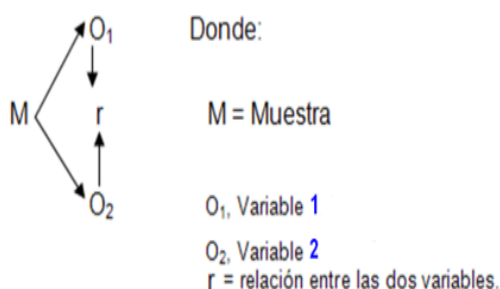
Porque se va a estudiar el equipamiento comercial y su integración urbana para su desarrollo sostenibles de la ciudad de Uchiza - Tocache 2021 - 2031, con sus dimensiones e indicadores que se precisan en el cuadro anterior en cuanto a sus cualidades y cuantificando su población, características, integración urbana, su desarrollo sostenible, equipamiento comercial; en este caso se procesa la información no con la estadística, sino utilizando los recursos de gráficos y teorías, se estudia e interpreta la realidad de la ciudad de uchiza.

3.5. [diseño de investigación.](#)

3.5.1. Descriptivo - Explicativo (cuales?)

Describe y explica fenómenos sociales temporales y geográficos determinados. Su finalidad es describir y/o estimar parámetros.

Se describen frecuencias y/o promedios; y se estiman parámetros con intervalos de confianza.



Sin embargo, para la prueba de hipótesis se realizará la simulación de la propuesta del modelo de planificación y equipamiento Urbano, para realizar la evaluación de los efectos que se tiene en la población tras la presentación de la simulación del proyecto.

3.6. METODOS TECNICAS E INSTRUMENTOS

3.6.1. técnicas e instrumentos

a) **Fuentes de recolección de datos.**

Se distinguen dos tipos fundamentales de fuentes de información:

- **Fuentes primarias:** Proporcione confianza clara e inequívoca sobre el tema de investigación. Escrito durante la investigación. Las fuentes primarias brindan información privilegiada sobre un evento o período de estudio en particular, así como datos recopilados a partir de observaciones y lecciones aprendidas, así como el uso de datos obtenidos por esos otros.
- **Fuentes secundarias:** Enciclopedias buscadas, libros, revistas, folletos, folletos, diarios, manuales, artículos, normas, boletines, etc. Satisfaga todas sus necesidades de investigación.

b. **Técnicas para la recolección de datos.**

- **Encuesta:** implica la recopilación, Averiguación y análisis de las respuestas mediante un Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de la población de molinos, para conocer sus opiniones, actitudes y sentimientos hacia el tema en estudio.
- **La observación:** Se hizo uso de esta técnica para recoger información de manera directa del objeto de estudio, a través de la toma de imágenes apoyados por cámaras fotográficas entre otros las cuales nos servirán para poder describir el estado actual del centro poblado de molinos.
- **Internet:** Para la recopilación de información y datos que nos permitan analizar y conocer el tema en estudio.

c. **Instrumentos para la recolección de datos.**

- Guía de Observación

- Cuestionario
- Inventario

3.7. validación y confiabilidad de los instrumentos

a) **Validación de los instrumentos**

El criterio de validez del instrumento tiene que ver con el contenido interno del instrumento, y la validez de construcción de los ítems en relación con las bases teóricas y objetivos de la investigación respetando su consistencia y coherencia técnica. La validación del instrumento se dio a través de opinión de 03 expertos con el siguiente resultado que se indica en el siguiente cuadro.

Tabla N° 07

Validación de expertos

Tabla 6 Validación de expertos

N° de V	Nombres y Apellidos	Promedio de Validación
1.	Mg Arq. Nelson Cordova Salazar	Nivel Alto
2.	Mg Arq. Luis Miguel Rojas Guerra	Nivel Alto
3.	Mg Arq. GUILLERMO TURZA ALEVARO	Nivel Alto

En la presente tabla se muestra la validación de expertos al instrumento de evaluación.

b) **Confiabilidad de los instrumentos**

Para establecer la confiabilidad de los instrumentos se aplicará una prueba piloto al 25% de los trabajadores, cuyas características son similares a la muestra examinada. Los puntajes obtenidos serán examinados mediante el coeficiente del alfa de Cronbach, el cual sera calculado a través de la herramienta SPSS static; es de aclarar que el alfa de Cronbach no es un estadístico al uso, por lo que no viene acompañado de ningún p-valor que permita rechazar la hipótesis de fiabilidad en la escala. Sin embargo, cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la confiabilidad de

la escala. Además, en determinados contextos y por tácito convenio, se considera que valores del alfa superiores a 0,7 o 0,8 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala. Cuanto menor sea la variabilidad de respuesta por parte de los jueces, es decir haya homogeneidad en las respuestas dentro de cada ítem, mayor será el alfa de Cronbach.

Dado el siguiente cuadro con los niveles de confiabilidad para el alfa de Cronbach:

Tabla N° 08

Validez y confiabilidad del instrumento

En la presente tabla se muestra el rango de validez y confiabilidad de un instrumento.

Tabla 7 Validez y confiabilidad del instrumento

CATEGORIA	CALIFICACION	INDICADOR
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este.
	Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que están midiendo	No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión
	Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	Alto nivel	El ítem tiene relación lógica con la dimensión
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	Bajo nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total
	Moderado nivel	Se puede incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	Alto nivel	Lo ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, sus sintácticas y semánticas son adecuadas	No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras que utilizan de acuerdo a su significado o por la ordenación de los mismos
	Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos de ítem
	Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada

Aplicamos el alfa de Cronbach a un 25% de la muestra para determinar la confiabilidad, a través del software spss, se obtuvo el siguiente resultado:

3.8. PROCEDIMIENTO

1. Recolección de los datos

La aplicación del instrumento se realizó a la población de la ciudad de uchiza.

2. Revisión de los datos

Se examinaron los instrumentos para detectar si existía algún error que altere la integridad del instrumento e impida su análisis.

3. El ordenamiento de la información

Este paso consistió básicamente en depurar la información revisando los datos contenidos en los instrumentos de trabajo de campo, con el propósito de ajustar los llamados datos primarios.

3.9. TABULACIÓN

Puntualizamos las acciones a realizar con la finalidad de procesar y analizar la información obtenida para su tabulación.

A. Procesamiento de los datos:

Previa codificación de los reportes, se elaboró una plataforma de datos utilizando el programa estadístico SPSS versión 22 en español, y se registraran los datos procedentes del instrumento; no olvidando parear los instrumentos aplicados.

B. Clasificación de la Información:

Se llevará a cabo con la finalidad de agrupar datos mediante la distribución de frecuencias de las variables independiente y dependiente.

C. La Codificación y Tabulación:

La codificación es la etapa en la que se formara un cuerpo o grupo de símbolos o valores de tal manera que los datos serán tabulados,

generalmente se efectúa con números o letras. La tabulación manual se realizó ubicando cada una de las variables en los grupos establecidos en la clasificación de datos, o sea en la distribución de frecuencias.

También se utilizó la tabulación mecánica, aplicando programas o paquetes estadísticos de sistemas computarizado.

3.10. Aspectos éticos

La presente investigación será elaborado con consentimiento total de los involucrados del proyecto, respetando las opiniones de los participantes, y sobre todo con valores éticos que no atentan contra la dignidad del hombre ni la del medio ambiente.

3.10.1. Análisis de datos

a). Análisis descriptivo e Interpretación de Datos:

- **Estadística descriptiva** Con el apoyo del Programa Microsoft Excel 2016 y SPSS versión 22, se realizará el uso del análisis descriptivo:
- **Distribución de frecuencia.** Con la finalidad de resumir informaciones de las variables de estudio, tablas en donde se presentará las frecuencias absolutas y relativas porcentuales.
- **Gráficos.** Los datos fueron analizados y presentados mediante barras.

b) Análisis inferencial e Interpretación de Datos:

Para realizar el análisis inferencial; primero se determinará: La normalidad, homocedasticidad y la independencia de los datos, luego de la comprobación de los resultados se usaron estadísticos para datos no paramétricos.

La prueba utilizada para el presente estudio y la comprobación de la hipótesis es la T de student para dos muestras relacionadas, ya que en este caso estamos estudiando el efecto que tiene la propuesta del modelo

de planificación y equipamiento urbano en la integración y desarrollo territorial del distrito de Uchiza.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. Procesamiento y Presentación de Datos

4.1.1. Procesamiento

Cuadro Índice de Datos Luego de Obtener el 100% de La Muestra.

Tabla 8 Cuadro Índice de Datos Luego de Obtener el 100% de La Muestra

Variable	Dimensión	Indicadores	CODIGO	ÍTEM
V1 Variable 1	D1 espacios comerciales	I-1 Tiendas	V1-D1-I1	1
		I-2 mercados	V1-D1-I2	2
				3
	D2 Características del comercio	I-1 Recursos de la zona	V1-D2-I1	4
		I-2 Economía	V1-D2-I2	5
		I-3 nivel de vida	V1-D2-I3	6
	D3 ASPECTO SOCIO CULTURAL	I-1 PROMEDIO DE ASISTENCIA	V1-D3-I1	7
				8
		I-2 ASPECTO SOCIAL	V1-D3-I2	9
				10
V2 Variable 2	D1 tipología	I-1 actividad comercial	V2-D1-I1	11
		I-2 tipo de consumidor	V2-D1-I2	12
				13
	D2 oferta y demanda	I-1 recursos	V2-D2-I1	14
		I-2 promedio de asistencia	V2-D2-I2	15
				16
		I-2 Servicios	V2-D2-I2	17
	18			
	D3 estrategias de integración urbana	accesibilidad	V2-D3-I4	18
		visualización	V2-D3-I4	19
		tiempo de traslado	V2-D3-I4	20
		longitud de vías	V2-D3-I4	21
				22
ancho de vías principales y secundarias		V2-D3-I4	23	

4.2. Presentación de Datos

VARIABLE 1: EQUIPAMIENTO COMERCIAL

V1-D1-I1 1 Necesidades

ITEM 1.

1. ¿TIENE CONOCIMIENTO LO QUE ES UN CENTRO COMERCIAL?

Tabla 01-A

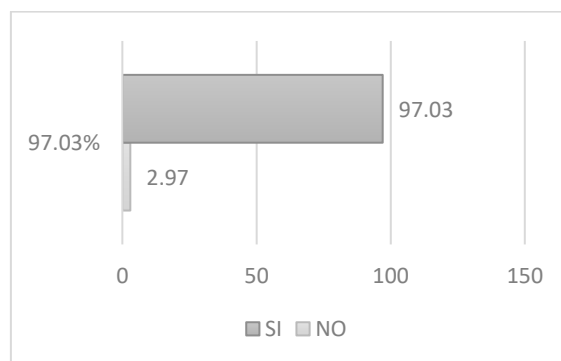
V1-D1-I2 Porcentaje de Respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	3	2.97%
SI	98	97.03%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 01-A

V1-D1-I2 Porcentaje de Respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 97.03% tienen conocimiento de lo que significa que es un centro comercial y el 2.97% NO saben de lo que es un centro comercial.

V1-D1-I2 Correlación

ITEM 2

2.- ¿UCHIZA CON LAS TIENDAS COMERCIALES QUE CUENTA, SATIFASCE SUS NECESIDADES DE COMPRA?

Tabla 02-A

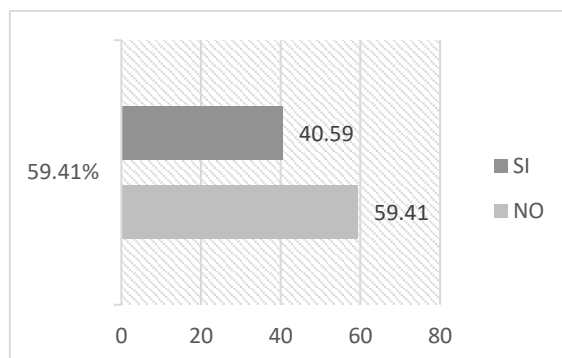
V1-D1-I2 Porcentaje de Respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	60	59.41%
SI	41	40.59%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 02-A

V1-D1-I2 Porcentaje de Respuestas



Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 02-B

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 40.59% hacen mención de que con la existencia de las tiendas comerciales cumplen y satisfacen la necesidad de la población y el 59.41% hace mención de que NO satisface las necesidades.

V1-D1-I3 Forma

ITEM 3

¿CREE USTED QUE ES NECESARIO UNA INFRAESTRUCTURA DE UN CENTRO COMERCIAL CON MULTIPLES SERVICIOS EN LA CIUDAD DE UCHIZA?

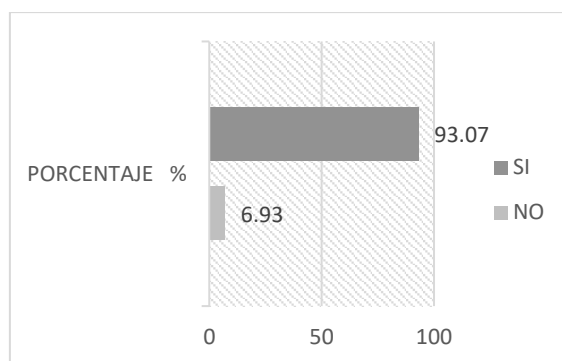
Tabla 03-A

V1-D1-I3 Porcentaje de Respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	7	6.93%
SI	94	93.07%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 03-A
V1-D1-I3 Porcentaje de Respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 93.07% creen que es necesario la existencia de una infraestructura comercial nueva y el 6.93% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D1-I4 Zonificación

ITEM 4

¿LE GUSTARIA ENCONTRAR SERVICIO DE VENTA DE ROPA, CALZADO, FARMACIAS Y SERVICIOS DE BANCO EN UN CENTRO COMERCIAL EN LA CIUDAD DE UCHIZA?

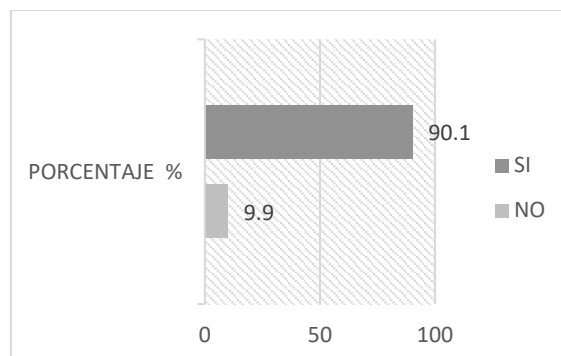
Tabla 04-A

V1-D1-I4 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	10	9.90%
SI	91	90.10%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 04-A
V1-D1-I4 Porcentaje de Respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 90.1% le gustaría encontrar servicio de venta de ropa, calzado, farmacias y servicios de banco en un centro comercial en la ciudad de Uchiza y el 9.9% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D1-I5 Temperatura

ITEM 5

5. SE LE HACE MENCIÓN DE LOS SIGUIENTES CENTROS COMERCIALES PARA UNA CIUDAD MENOR COMO UCHIZA:

- a).- POWER CENTER (cuentan con hipermercado y mejoramiento del hogar.), ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?

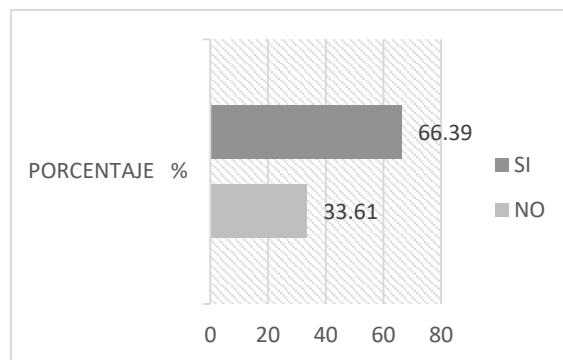
Tabla 05-A

V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	40	33.61%
SI	61	66.39%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 05-A
V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 66.39% cree que es adecuado un Power center en la ciudad de Uchiza y el 33.61% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

b).- STRIP CENTER (cuenta con supermercado y farmacias.) ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?

Tabla 05-A

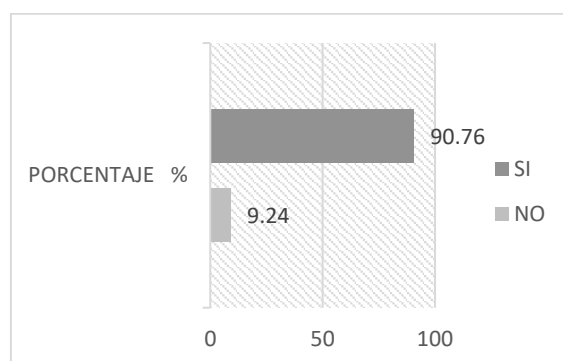
V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	11	9.24%
SI	90	90.76%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 05-A

V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 90.76% cree que es adecuado un strip center en la ciudad de Uchiza y el 9.24% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

c).- LYFE STYLE CENTERS (Cuentan con un entorno al aire libre, con restaurantes y distintos locales de Entretenimiento.) ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?

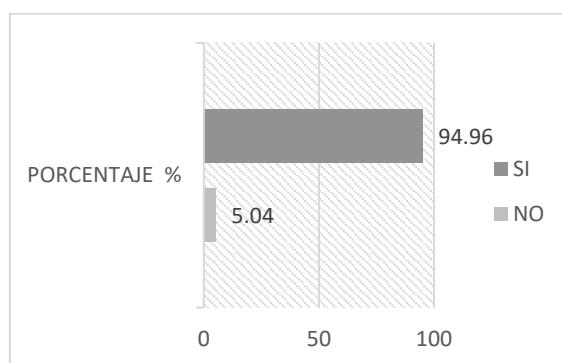
Tabla 05-A

V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	6	5.04%
SI	95	94.96%
TOTAL	101	100%

GRAFICO 05-A

V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 94.96% cree que es adecuado un style center en la ciudad de Uchiza y el 5.04% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

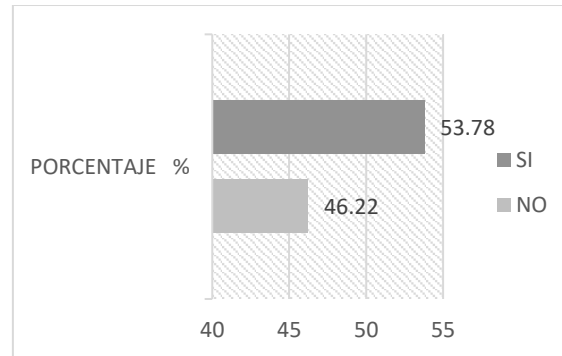
d).- FACTORY OUTLET (Se trata de aquellos comerciales con tiendas de descuento). ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?

Tabla 05-A

V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	32	5.04%
SI	69	94.96%
TOTAL	101	100%

GRAFICO 05-A
V1-D1-I5 Porcentaje de respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 53.78% cree que es adecuado un Factory outlet en la ciudad de Uchiza y el 46.22% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D1-I6 Control de Sonido

ITEM 6

¿LE GUSTARIA QUE LOS PARQUES DE JUEGOS Y ORNAMENTACION VEGETACIONAL SE INTEGREN EN LA PARTE EXTERNA DE LOS CENTROS COMERCIALES?

Tabla 06-A

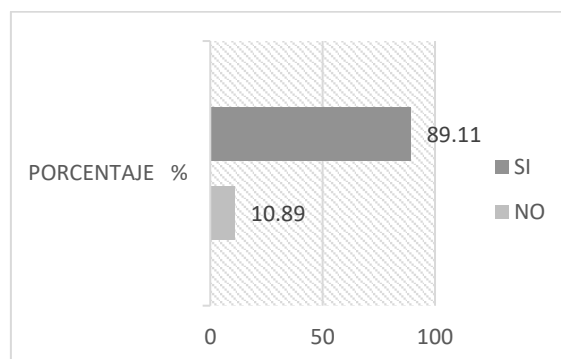
V1-D1-I6 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	11	10.89%
SI	90	89.11%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 06-B

V1-D1-I6 Porcentaje de respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 89.11% le gustaría que los parques de juegos y ornamentación y vegetaciones se integren en la parte externa de los centros comerciales en la ciudad de Uchiza y el 10.89% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D2-I1 Ambientes

ITEM 7

¿USTED FRECUENTA UNA VEZ A LA SEMANA A LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA?

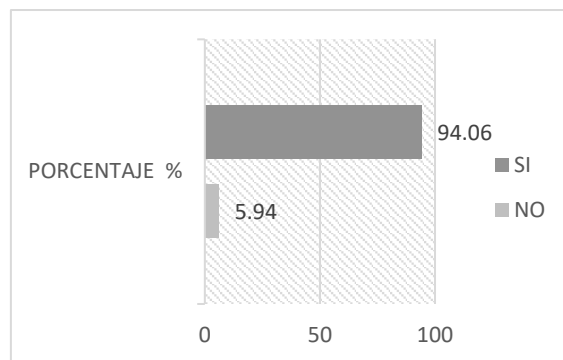
Tabla 07-A

V1-D2-I1 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	6	5.94%
SI	95	94.06%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 07-A



V1-D2-I1 Porcentaje de respuestas

Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 94.06% frecuenta una vez a la semana a las tiendas comerciales en la ciudad de Uchiza y el 5.94% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D2-I2 Aprendizaje

ÍTEM 8

8. ¿USTED FRECUENTA MAS DE DOS VECES A LA SEMANA A LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA?

Tabla 08-A

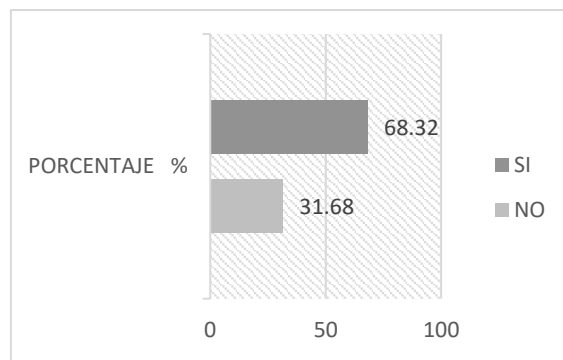
V1-D2-I2 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	32	31.68%
SI	69	68.32%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 08-A

V1-D2-I2 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 68.32% frecuenta una vez a la semana a las tiendas comerciales en la ciudad de Uchiza y el 31.68% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D2-I3 Espacios de Almacenamiento de materiales

ITEM 9

9. ¿CREE USTED QUE LOS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA BRINDAN LOS SERVICIOS ADECUADOS A SUS CLIENTES?

Tabla 09-A

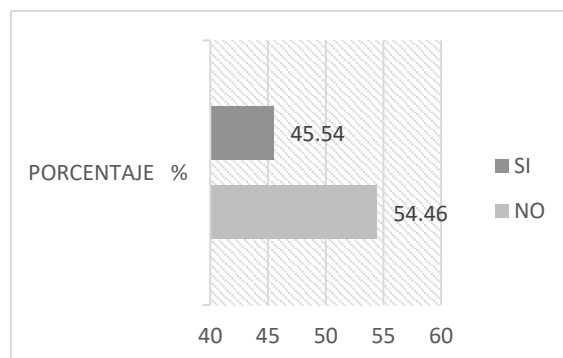
V1-D2-I3 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	55	54.46%
SI	46	45.54%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 09-A

V1-D2-I3 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 45.54% cree que los tiendas comerciales de la ciudad de Uchiza brindan los servicios adecuados y el 54.46% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D2-I4 Instrumentos

ITEM 10

10. ¿CREE USTED QUE UN CENTRO COMERCIAL, SERIA UN BUEN SITIO PARA SOCIALIZAR CON TUS FAMILIARES Y AMIGOS?

Tabla 10-A

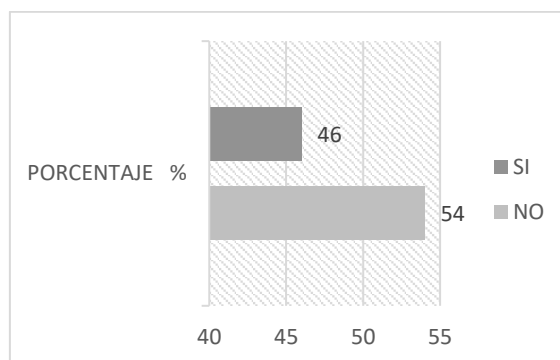
V1-D2-I4 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	54	54.00%
SI	46	46.00%
TOTAL	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 10-A

V1-D2-I4 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 46.00% cree que un centro comercial es un buen sitio para socializar y el 54.00% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D2-I5 Almacenamiento

ITEM11

11. ¿LE GUSTARIA QUE LA CIUDAD DE UCHIZA CUENTE CON UNA INFRAESTRUCTURA MODERNA PARA UN CENTRO COMERCIAL?

Tabla 11-A

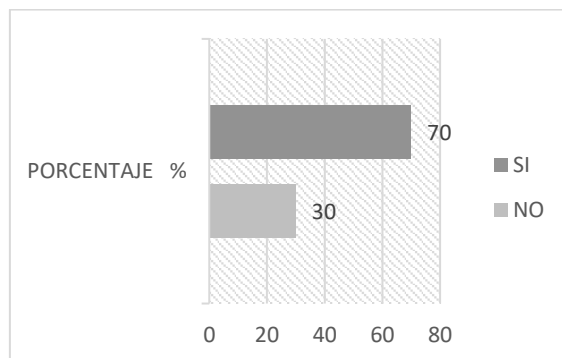
V1-D2-I5 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	30	30.00%
SI	70	70.00%
TOTAL	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO11-A

V1-D2-I5 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 70.00% le gustaría una infraestructura moderna para la ciudad de Uchiza y el 30.00% NO cree que es necesario una infraestructura comercial.

V1-D2-I6 Espacios de práctica (Ensayos)

ITEM 12

12. ¿USTED CUANDO VA A UN CENTRO COMERCIAL, ¿REALIZA COMPRAS DE VESTIMENTA, ¿COMIDA RAPIDA, PRODUCTOS DE BELLEZA Y STILERIA?

Tabla 12-A

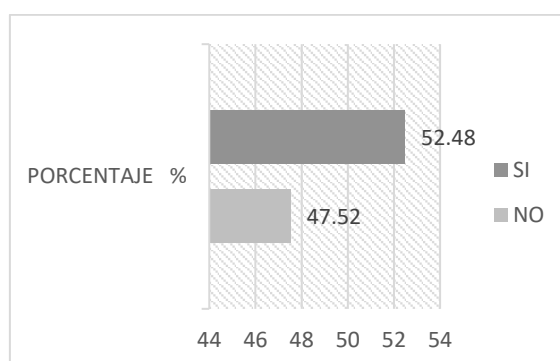
V1-D2-I5 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	48	47.52%
SI	53	52.48%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 12-A

V1-D2-I6 Porcentaje de respuestas docentes de arte escénico



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 45.54% realiza compras de vestimenta, comida rápida, productos de belleza y stileria y el 54.46% NO realiza dicha actividades.

V1-D3-I1 Arte

ITEM 13

13.¿USTED CUANDO VA A UNCENRO COMERCIAL MAYORMENTE REALIZA COMPRAS DE FERRETERIA, MUEBLES UTILES Y ALIMENTOS PARA SU HOGAR?

Tabla 13-A

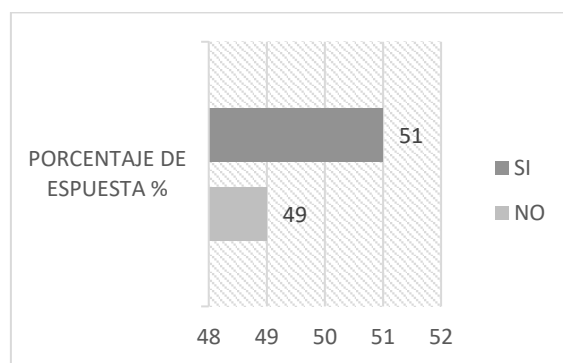
V1-D3-I1 Porcentaje de respuestas padres de alumnos

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	49	49.00%
SI	51	51.00%
TOTAL	100	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 13-A

V1-D3-I1 Porcentaje de respuestas padres de alumnos



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 51.00% realiza compras de ferretería, muebles útiles y alimentos para su hogar y el 49.00% NO realiza dicha actividades.

V1-D3-I2 Música

ITEM 14

14.- ¿LE GUSTARIA QUE UN CENTRO COMERCIAL CUENTE CON AREAS DE JUEGO, DIBUJO Y PINTURA PARA LOS NIÑOS DE LA CIUDAD DE UCHIZA?

Tabla 14-A

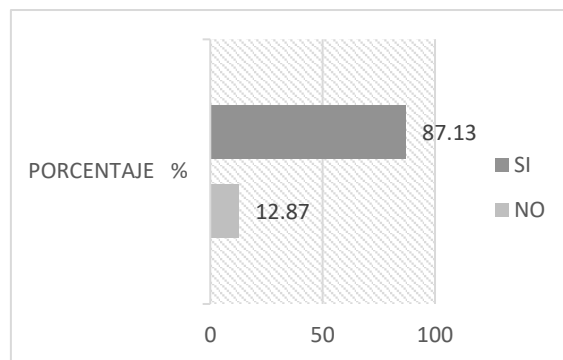
V1-D3-I2 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	13	12.87%
SI	88	87.13%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 14-A

V1-D3-I2 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 87.13% le gustaría que un centro comercial cuente con áreas de juego, dibujo y pintura para los niños y el 12.87% NO le gustaría que existiera dicha actividades.

V1-D3-I3 Danza

ITEM 15

15. ¿LE GUSTARIA QUE UN CENTRO COMERCIAL CUENTE CON AREAS DE PATIO DE COMIDAS, CINE Y TIENDAS DE VENTA DE ROPA, PARA LOS JOVENES DE LA CIUDAD DE UCHIZA?

Tabla 15-A

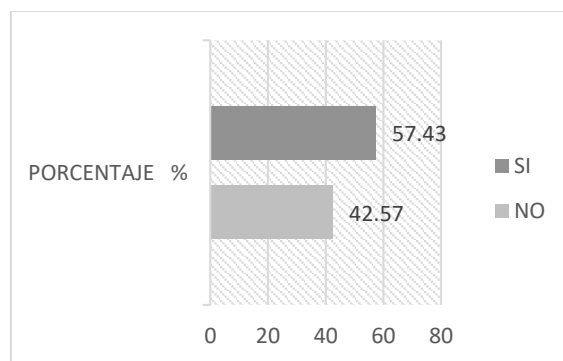
V1-D3-I3 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	43	42.57%
SI	58	57.43%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 15-A

V1-D3-I3 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 87.13% le gustaría que cuente con áreas de patio de comidas, cine y tiendas de venta de ropa, para los jóvenes de la ciudad de Uchiza y el 12.87% no le gustaría que existiera dicha actividades.

V1-D3-I4 Presentaciones al Público

ITEM 16

16. ¿LE GUSTARIA QUE UN CENTRO COMERCIAL CUENTE CON AREAS DE PATIO DE COMIDAS, CINE Y TIENDAS DE VENTA DE ROPA, GYMNASIO DE YOGA, PARA LOS ADULTOS DE LA CIUDAD DE UCHIZA?

Tabla 16-A

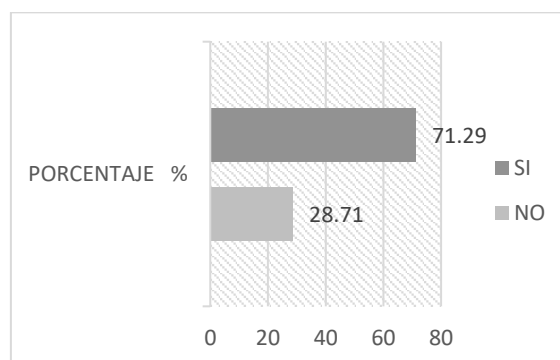
V1-D3-I4 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	29	28.71%
SI	72	71.29%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 16-A

V1-D3-I3 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 71.29% le gustaría que cuente con áreas de patio de comidas, cine y tiendas de venta de ropa, gimnasio de yoga, para los adultos y el 28.71% no le gustaría que existiera dicha actividades.

V1-D3-I5 Identidad Nacional

ITEM 17

17. ¿CREE QUE CON LA EXISTENCIA DE UN CENTRO COMERCIAL SE GENERARIA MAS TRABAJO EN LA CIUDAD DE UCHIZA?

Tabla 17-A

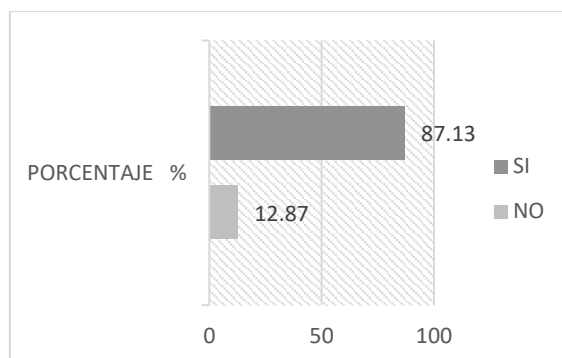
V1-D3-I4 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	13	12.87%
SI	88	87.13%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 17-A

V1-D3-I5 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 87.13% si cree que generaría más trabajo y mejoraría el comercio en la ciudad de Uchiza y el 12.87% no lo cree.

V1-D3-I6 Identidad Regional

ITEM 18

18. ¿DESDE SU HOGAR HASTA LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA, TARDE EN LLEGAR MAS DE 15MINUTOS.?

Tabla 18-A

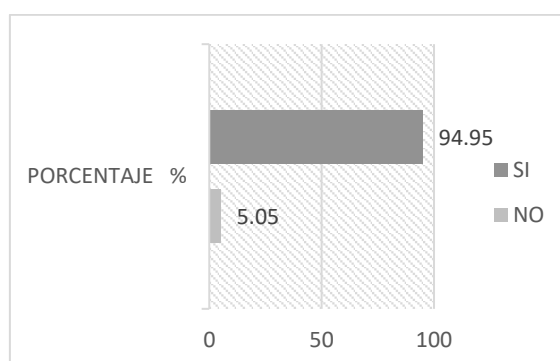
V1-D3-I6 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	5	5.05%
SI	94	94.95%
TOTAL	99	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 18-A

V1-D3-I6 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 94.95% si cree que tarde en llegar más de 15 minutos a los centros comerciales vecinales de la ciudad de Uchiza y el 12.87% no lo cree.

V2-D1-I1 Iluminación Natural

ITEM 19

19. ¿SU HOGAR SE ENCUENTRAN DE 300 -700 METROS DE LAS TIENDAS COMERCIALES MAS CERCANAS DE SU SECTOR?

Tabla 19-A

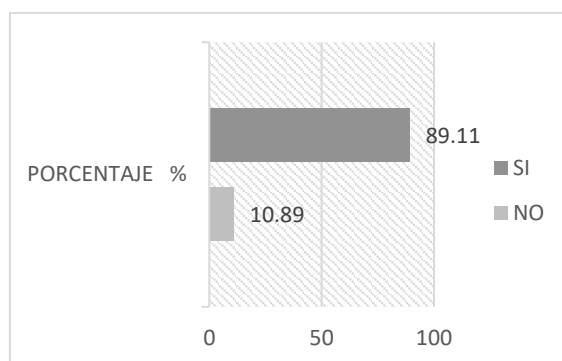
V2-D1-I1 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	11	10.89%
SI	90	89.11%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 19-A

V2-D1-I1 Porcentaje de respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 89.11% su hogar se encuentra de 300 -700 metros de las tiendas comerciales más cercanas de su sector y el 10.89% no se encuentran cercanos.

V2-D1-I2 Control de Radiación

ITEM 20

20. ¿LE GUSTARIA QUE EXISTIERA UN CENTRO COMERCIAL EN SU SECTOR VIVENCIAL?

Tabla 20-A

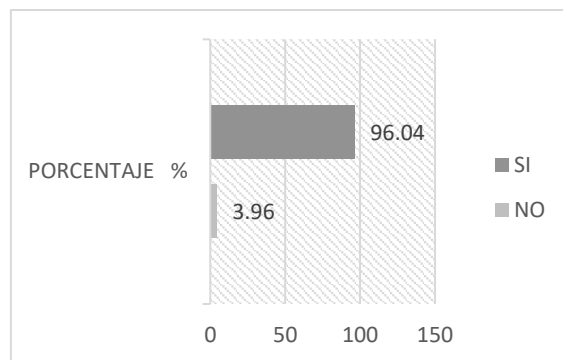
V2-D1-I2 Porcentaje de respuestas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	4	3.96%
SI	97	96.04%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 20-A

V2-D1-I2 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 96.04% le gustaría contar con un centro comercial cercano a su hogar y el 3.96% no se encuentran cercanos.

V2-D1-I3 Sistema Solar

ITEM 21

21. ¿LE GUSTARIA QUE EL COMERCIO AGRARIO DE LA ZONA SE INCORPORE EN LAS TIENDAS DE UN CENTRO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE UCHIZA ?

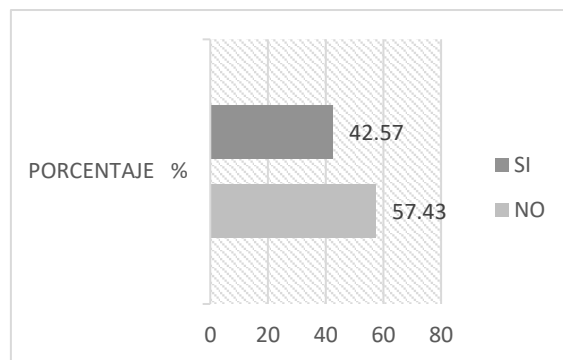
Tabla 21-A

V2-D1-I3 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	58	57.43%
SI	43	42.57%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

V2-D1-I3 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 42.57% le gustaría que el comercio agrario de la zona se incorpore en las tiendas de un centro comercial de la ciudad de Uchiza y el 3.96% no considera necesario.

V2-D1-I4 Control de Vientos

ITEM 22

22. INCLUIR BANCAS, ACERAS ANCHAS, REFORESTACION CON ARBOLES. ¿SERIA UNA OPCION PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LAS CALLES, DURANTE SU RECORRIDO HACIA LAS TIENDAS COMERCIALES?

Tabla 22-A

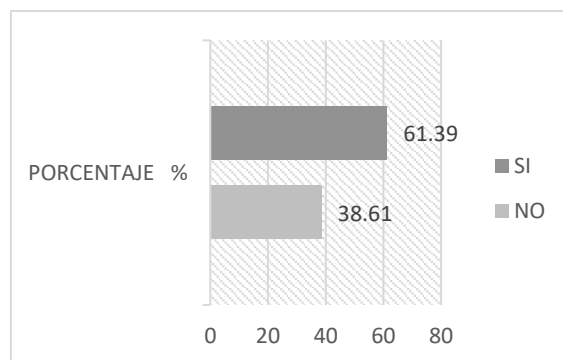
V2-D1-I4 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	39	38.61%
SI	62	61.39%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 22-A

V2-D1-I4 Porcentaje de respuestas padres de alumnos



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 61.39% le gustaría incluir bancas, aceras anchas, reforestación con árboles. ¿sería una opción para mejorar la imagen de las calles, durante su recorrido hacia las tiendas comerciales centro comercial de la ciudad de Uchiza y el 38.61% no considera necesario.

V2-D1-I5 Presentaciones al Público

ITEM 23

23. ¿LE GUSTARÍA QUE EN LAS CALLES SE MUESTRE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA CIUDAD DE UCHIZA ?

Tabla 23-A

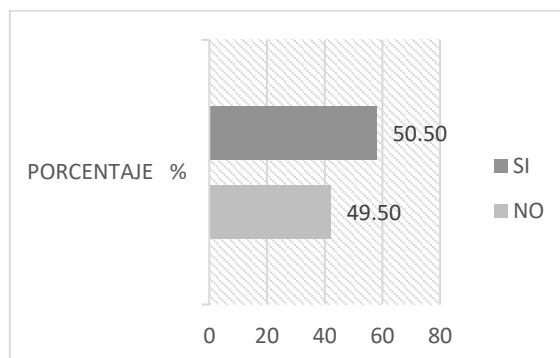
V2-D1-I5 Porcentaje de respuestas identidad cultural

Respuesta	Personas	Cant. %
NO	50	49.50%
SI	51	50.50%
TOTAL	101	100%

Fuente: Elaboración Propia

GRAFICO 23-A

V2-D1-I5 Porcentaje de respuestas docentes de artes escénicas



Fuente: Elaboración Propia

Análisis e Interpretación:

Del total de la muestra de encuestados en la tabla se muestra que un 50.50% le gustaría que en las calles se muestre la identidad cultural de la ciudad de Uchiza y el 49.50% no considera necesario.

5. CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Aporte de la investigación

6. CONCLUSIONES

Esta tesis presenta, El proyecto: (“MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031”), que aportara a la disminución, de la falta de infraestructura de calidad y de la informalidad comercial que se vive en la actualidad en la ciudad de Uchiza, brindando una integración urbana e infraestructura sostenible, de servicios comerciales pioneros en la región y mejorando la imagen urbana, de este modo, satisfacer a la demanda existente, otorgando servicios comerciales especializados, enfocados en sus necesidades; asimismo, ofrecer a los usuarios espacios funcionales de amplias luces, ventilados, iluminados, óptimos de confort climático, compuesto e implementado con un diseño, que cuenta con todos los espacios requeridos de evacuación y medidas de seguridad.

DEL PROBLEMA

La tesis desarrollada aportara como propuesta a la disminución de informalidad comercial, que posee la ciudad menor de Uchiza en la actualidad, al dar iniciativa a un nuevo foco comercial, ubicado en vías que ofrecen mayor accesibilidad e integración, entre sus distritos y provincia, asimismo la demanda insatisfecha actual podrá contar con los servicios comerciales que analizamos y propusimos enfocados en sus necesidades, otorgando a la ciudad de Uchiza, una infraestructura comercial de calidad, diseñada y equipada, con sistemas de seguridad y confort y que aporte a la integración urbana.

DE LOS OBJETIVOS

Se elaboró como tesis la propuesta del proyecto de, equipamiento comercial e integración urbana, en la ciudad menor de Uchiza, contribuyendo a la disminución de falta de infraestructura comercial de gran escala. Comenzando el proceso con el análisis de los factores climáticos, normatividad, el equipamiento comercial actual y el estudio de la demanda existente, se pasó a determinar las necesidades de los habitantes en lo referente a comercio y entretenimiento. Posteriormente se investigó, proyectos referentes al sector, llegando a la formulación de conceptos. Finalmente se evaluó la tipología arquitectónica a desarrollar según el ámbito de población, y se estableció los criterios funcionales de diseño, tomando en cuenta, el entorno, ubicación, así como las necesidades de la población en la actualidad.

DEL PROYECTO ARQUITECTONICO

Se propone al mejoramiento de la infraestructura comercial, elaborando un proyecto pionero en la ciudad menor de Uchiza, de tipología, de centro comercial, empezando por conceptos formales, adoptando la forma de los jeroglíficos representativos de la ciudad y su naturaleza amazónica.

, se diseñó ambientes con grandes luces, un sistema estructural moderno en la ciudad, como el dual (pórtico y muros estructurales) y un diseño de escritura jeroglífica el cual distribuye los módulos y la función, en el cual se distribuyen alrededor, los ejes de ambientes comerciales, interconectados por corredores articuladores, otorgando un diseño funcional, natural, de fácil comprensión, ubicación y accesibilidad.

DE LA TIPOLOGIA

Se analizaron las alternativas tipológicas comerciales existentes y se optó por la de centro comercial, debido a la característica de poseer ambientes de resguardo amplios, tanto interiores como exteriores, con los que se obtuvo un mejor diseño frente a los factores climáticos del lugar y por la demanda, la cual, mediante la encuesta realizada, presentó las necesidades de la población, de contar con los servicios propios de esta tipología comercial para la ciudad de Uchiza.

DEL CONFORT BIOCLIMATICO

La elaboración del proyecto de tesis, desarrollo, un grado óptimo de sostenibilidad ecológica, mejorando la funcionalidad de ambientes interiores y exteriores, al iluminar, ventilar, la totalidad del proyecto, evitando pérdidas energéticas de mecanismos de climatización que emitan CO₂.

7. RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS

RECOMENDACIONES

Para la realización del diseño arquitectónico de un Centro Comercial en la ciudad menor de Uchiza y su integración urbana se recomienda tomar en cuenta:

- Realizar un análisis de condicionantes naturales para jugar a favor del clima optimizando los niveles de confort para el bienestar del usuario por ser una zona de clima tropical.
- Tomar en cuenta la aplicación de criterios de diseños climáticos en cada parte de la edificación como accesos, vanos, terrazas, fachadas.

- Mediante la opinión ciudadana, tomar en cuenta las necesidades de cada uno de los usuarios tanto el comprador como el vendedor, optimizando y diseñando espacios adecuados.
- Analizar las diferentes opciones de arquitectura de centros comerciales para poder implantar de mejor manera la edificación y su entorno.
- Colaborar con el medio ambiente usando diferentes métodos de reciclaje como los sistemas de recolección de agua y residuos sólidos.
- No descuidar la funcionalidad de la forma, trabajar en conjunto, permitiendo obtener como resultado una edificación.

8. PROPUESTA TECNICA ARQUITECTONICA

8.1. NOMBRE DEL PROYECTO URBANO:

MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACIÓN URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN 2021-2031.

8.2. UBICACIÓN



Ilustración 8 mapa nacional



Ilustración 9 imagen departamental



Ilustración 11 imagen distrital

UBICACIÓN NACIONAL

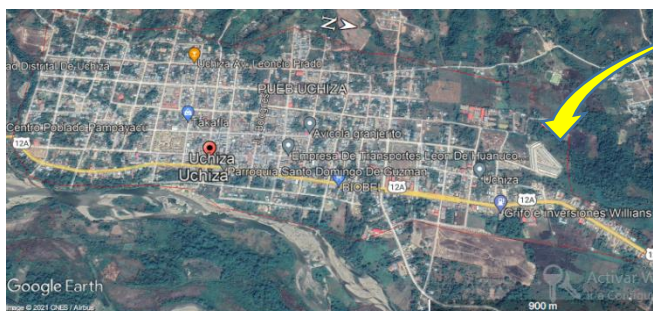


Ilustración 10 localización sectorial

UBICACIÓN REGIONAL

La propuesta arquitectónica se encuentra ubicada en la región San Martín, provincia de Tocache, distrito de Uchiza. Es asimismo capital del distrito del mismo nombre. Se encuentra a una altitud de 579 msnm. Alcanzaba una población de 22 442

UBICACIÓN DISTRITAL

8.3. AREA DE INTERVENCION

El proyecto será propuesto en la ciudad de Uchiza, región san Martín, ubicado en la provincia de Tocache. Es asimismo capital del distrito del mismo nombre. Se encuentra a una altitud de 579 msnm. Alcanzaba una población de 22 442 habitantes en 2019.

con la finalidad de formular un proyecto arquitectónico, de un centro comercial, como propuesta, ante la alta demanda y aporte al reordenamiento comercial de la ciudad.

Así mismo generar la integración urbana de la ciudad bajo el mejoramiento de las vías de conexión como áreas de circulación, hacia los puntos de circulación comercial.



Ilustración 12 distrito uchiza

El distrito de Uchiza es uno de los 5 distritos que conforman la provincia de Tocache en el departamento de san Martín en el Perú.

coordenadas geográficas

latitud: sur 8°27' 25"

longitud: oeste 76°27'25"

Superficie territorial: 723,23km² 85 distritos, asentamientos, caseríos y zonas de conurbación.)

Los barrios degradados y que tienen un crecimiento poblacional desordenado son un problema serio para el desarrollo urbanístico de un poblado. Ello impide el desarrollo social, económico y ambiental de una región.

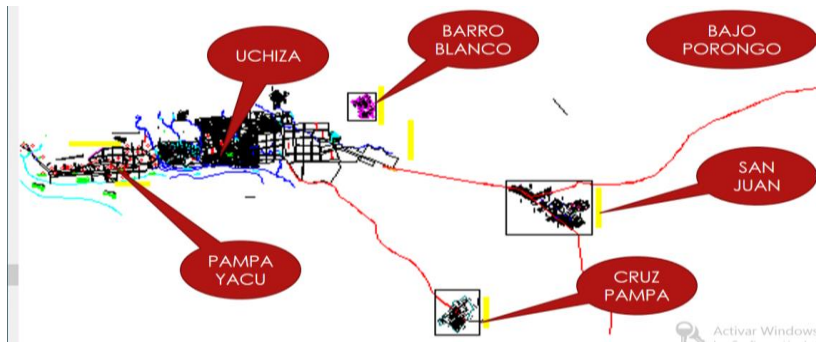


Ilustración 13 uchiza y sus localidades

SECTORES DEL DISTRITO DE UCHIZA

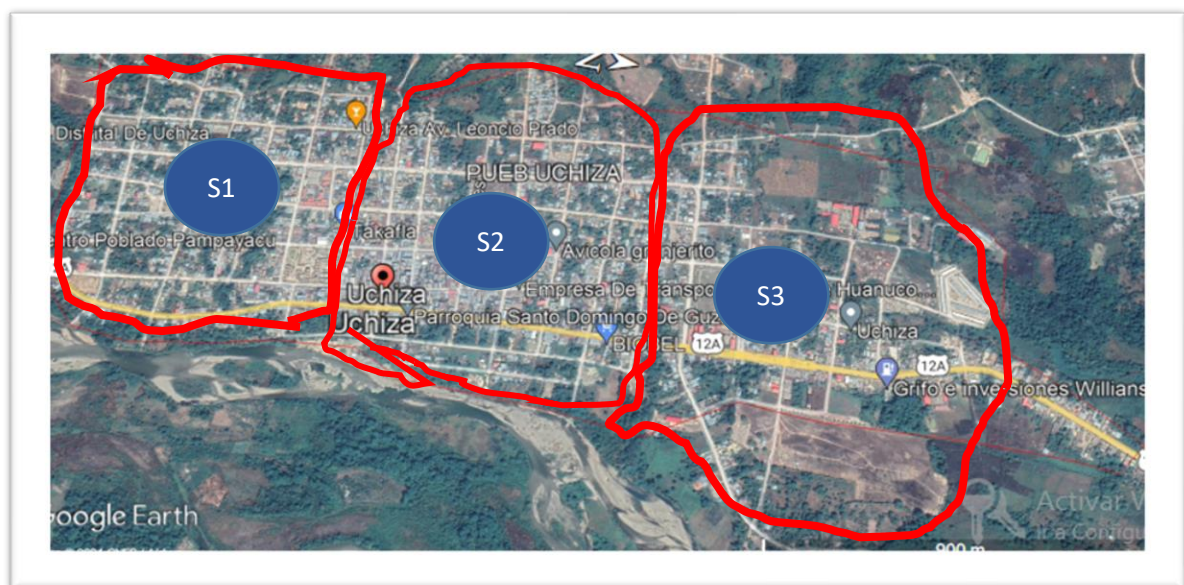


Ilustración 14barrios de Uchiza

el área de intervención es el distrito de Uchiza considerando la ciudad como tal, el cual está compuesto por 3 sectores.

área de estudio: 2'158,173.34 m²

perímetro: 7164.47 ml, población: 8,046 habitantes

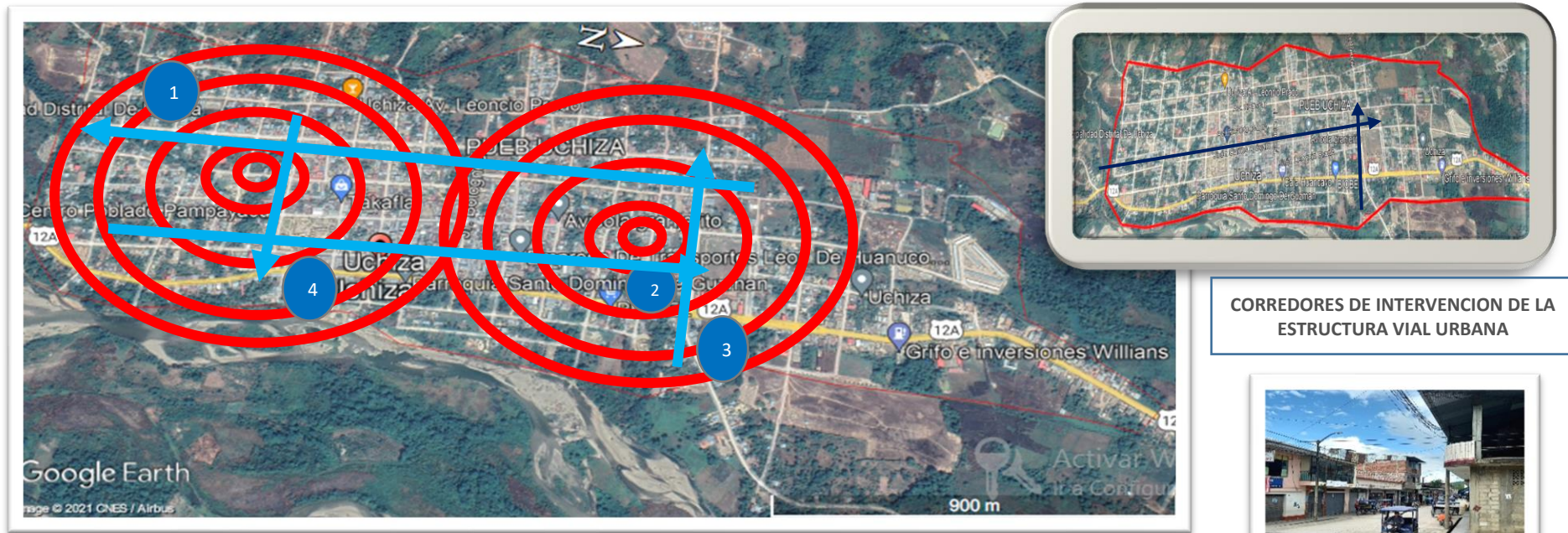
8.4. CASOS REFERENCIALES:

Tabla 9: referencias

<p>área de intervención: tratamiento del jr. trujillo-rimac-lim, el cual fue tratado para mejorar la imagen urbana y la seguridad ciudadana de dicho distrito.</p>	
<p>área de intervención : parís avenida foch, el cual fue tratado para mejorar la imagen urbana, en base a la reforestación, espacios libres para el tránsito peatonal, libre de publicidades y aportando al mejoramiento ambiental</p>	
<p>áreas de intervención: identidad, herencia, diversidad, igualdad de género, desarrollo económico, empoderamiento comunitario, violencia crónica, entre otros. kibera public space project. crédito: kounkuey design initiative</p>	
<p>áreas de intervención: <i>tratamiento de residuos, reciclaje de materiales y recursos, recursos locales, energía sostenible, acceso a agua potable, producción y consumo de alimentos, entre otros.</i> ecoelce. créditos: tomaz silva/agência brasil</p>	

<p>Áreas de intervención: acciones participativas, investigación, concientización mediante la intervención en el espacio público, intercambio de conocimiento, entre otros. Korogocho Slum Upgrading Programme. Créditos: Korogocho Streetscapes Urban Lab</p>	
<p>Áreas de intervención: conectividad, transporte público, medios alternativos de movilidad, acceso universal, acceso a servicios públicos, entre otros. CALLE 107. Créditos: Alejandro Echeverri + Valencia Arq.</p>	
<p>Áreas de intervención: resiliencia equitativa, justicia ambiental, cambio climático, adaptación y mitigación climática, hidrología, infraestructura social, autosuficiencia, entre otros. Parque Hídrico La Quebradora. Créditos: Loreta Castro, Rizoma</p>	
<p>Áreas de intervención: implementación sostenible, gestión colectiva, planificación a largo plazo, estrategias participativas, incorporación de conocimiento y prácticas sociales tradicionales, entre otros. Violence Prevention through Urban Upgrading. Créditos: VPUU Website</p>	

8.5. ESTRATEGIAS DE PROYECTO A ESCALA URBANA



CORREDORES DE INTERVENCION DE LA ESTRUCTURA VIAL URBANA



4 JR. CARLOS AREVALOS

COMO ESTRATEGIA DE INTERVENCION VIAL SE CONSIDERA LA CIRCULACION POR LAS VIAS DE ACCESOS MAS CONCURRIDAS LAS CUALES SERAN LOS EJES ORDENADORES PARA LA INTEGRACION URBANA DEL DISTRITO.

Ilustración 15: areas deintervencion



1 AV. ATAHULPA



2 AV. HUASCAR



3 JR. RAYMONDI

8.6. ESTRATEGIAS DE INTERVENCION TERRENO N° 1:

se considera los siguientes criterios las vías que sirven como conectores:

- 1.-ubicación del terreno según su radio de acción
- 2.- análisis de circulación de las avenidas principales.
- 3.- análisis de las calles que conectan a las avenidas más concurridas.
- 4.- estado situacional de las avenidas y calles.
- 5.- propuesta de equipamientos para la imagen e integración urbana.

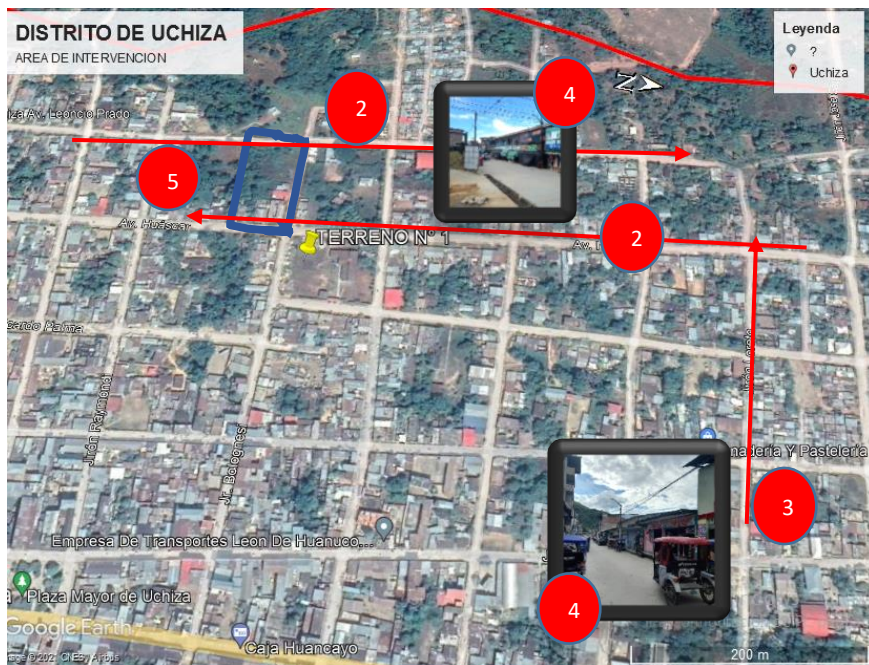

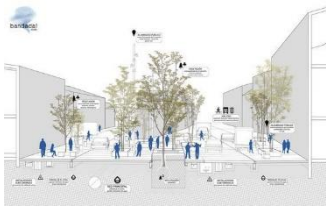


Ilustración 16: vías de intervencion uchiza

8.6.1. PROPUESTAS DE INTERVENCION

Tabla 10: referencias de integración urbana

<p>acceso a servicios y recursos esenciales, lo que hace más vulnerables a su población. Tanto la producción y el consumo como el acceso a recursos naturales tienen un gran potencial para ser incorporados en el espacio público como reactivadores de barrios.</p>	El diagrama muestra un espacio público con una zona de estacionamiento con coches, un camino peatonal con árboles y una zona con edificios y más árboles.
---	---

<p>Las áreas verdes suelen tener indicadores que revelan las profundas desigualdades al interior de las ciudades, Para que los barrios informales puedan desarrollarse a pesar de las disrupciones socio-ambientales y las vulnerabilidades existentes, deben crearse marcos de trabajo para fomentar la resiliencia.</p>	
<p>las infraestructuras verdes tienen el potencial de configurar espacios multifuncionales en corredores verdes que conserven valores ecológicos y provean espacios de recreación y bienestar social.</p>	

8.6.2. ANALISIS DE LAS VIAS DE CONEXIÓN:

En la infraestructura vial como conector urbano dentro de la ciudad tiene poca aportación para mejorar la imagen urbana, la cual hoy en día se busca implantar nuevas ideas de mejorar estas vías o corredores que nos ayudan a mejorar la imagen urbana de una ciudad. por lo que en la ciudad menor de Uchiza se buscara aplicar eso como parte de la integración urbana como propuesta del proyecto arquitectónico.

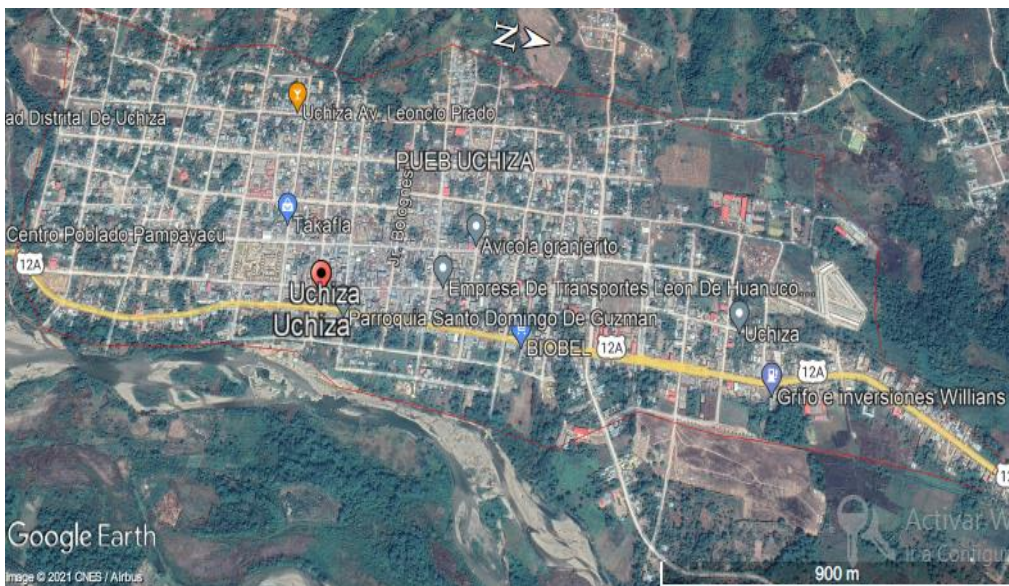


Ilustración 17: area de estudio (uchiza)

POR LO QUE SE BUSCA ANALIZAR EN 4PUNTOS IMPORTANTES:

➤ EN LO ARQUITECTONICO

Proponer un proyecto pionero, de tipología de, centro comercial, en la ciudad.

➤ EN LO SOCIAL

Proponer que la población contara con nuevo servicio comercial. Ya no realizara viajes en busca de este servicio.

➤ EN LO AMBIENTAL

Proponer un proyecto sostenible, sin impactos desfavorables al medio ambiente, integrado al contexto natural.

➤ EN LO ECONOMICO

Proponer el aporte al creciente desarrollo, económico, comercial, mejorando la calidad de infraestructura.

8.7. DESCRIPCION DEL PROYECTO ARQUITECTONICO (STRIP CENTER)

8.7.1. UBICACION

La propuesta arquitectónica se encuentra ubicada en la región San Martín, provincia de Tocache, distrito de Uchiza. Es asimismo capital del distrito del mismo nombre. Se encuentra a una altitud de 579 msnm. Alcanzaba una población de 22 442 habitantes en 2007.

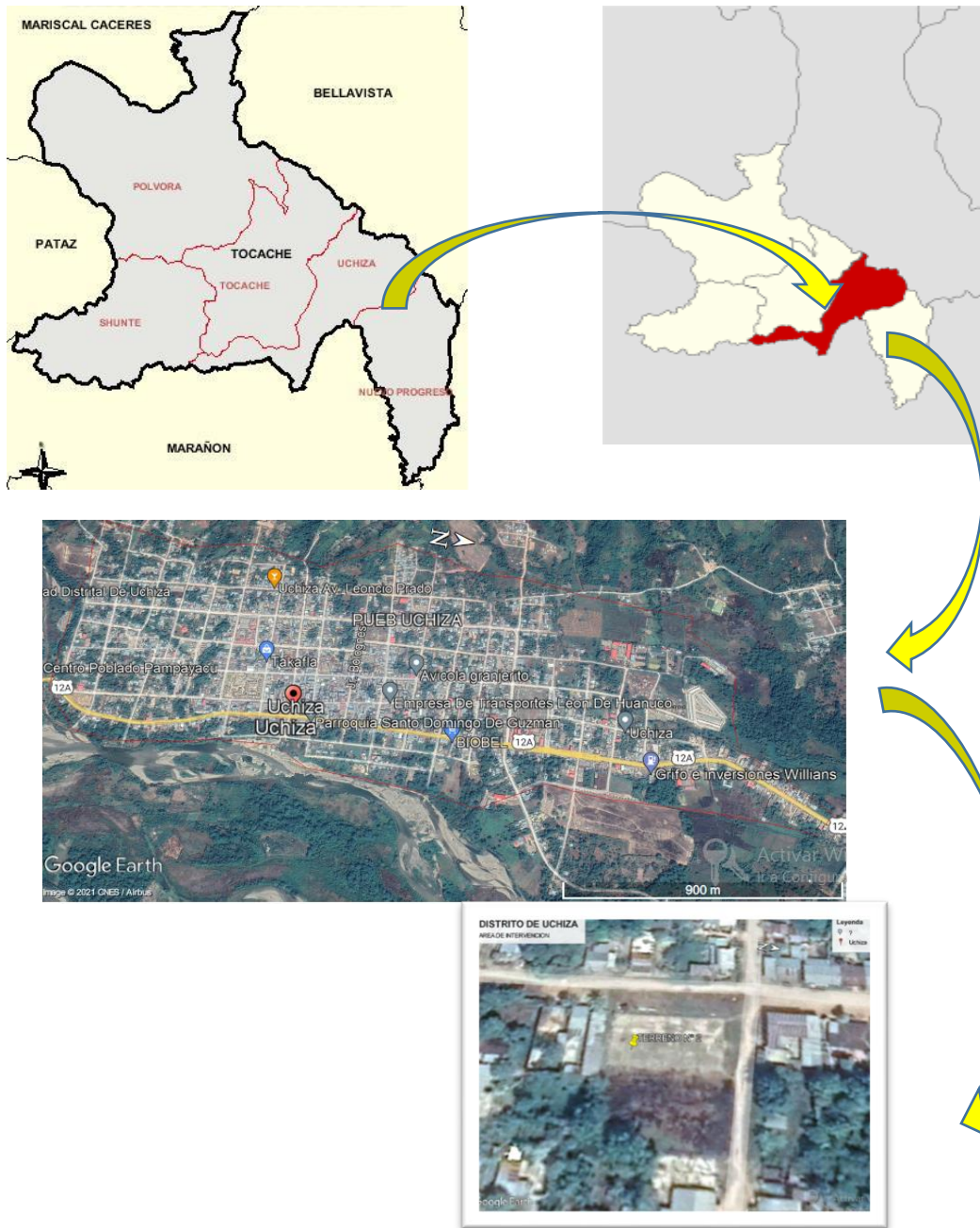


Ilustración 18 ubicación de terreno

8.7.2. CONCEPTUALIZACION DE LA PROPUESTA

➤ ETAPA CONCEPTUAL: BUSQUEDA DE UN REFERENTE

El análisis de los referentes que se presenta a continuación son un punto de partida para conocer, entender y apreciar todos los aspectos necesarios para la buena realización de un centro comercial. Por otro lado, los dos ejemplos son aproximaciones

arquitectónicas que de una forma adecuada adaptan los símbolos y significados arqueológicos a la modernidad por medio

de una museografía, forma y función innovadoras.

Referente n° 1



Figura 10. Petroglifo con forma de "S". Medidas 30 x 16 cm.



Figura 9. Petroglifo espiral con doble trapecio. Medidas 30 x 19 cm.



Figura 11. Motivo Inca.

Ilustración 19: referente gereoglificos

➤ ETAPA DE LA ZONIFICACION

Ubicación de los espacios arquitectónicos en los sitios adecuados según las necesidades que vayan a satisfacer, tomando en cuenta la disposición, coordinación y circulaciones con los demás espacios arquitectónicos de funciones afines y/o complementarias.

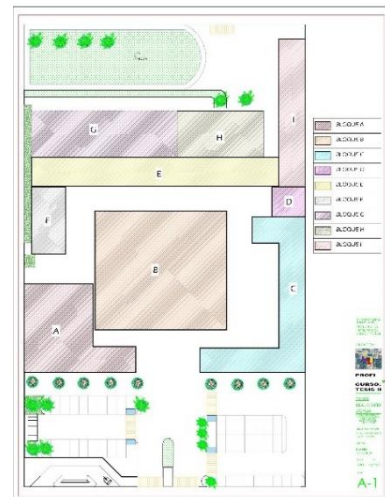


Ilustración 20: zonificación de bloques

➤ ETAPA DE LA SOLUCION DEL PROYECTO:

Centro comercial, conformado por tiendas independientes, tiendas por departamento. Con servicios de entretenimiento; como, cine, sala de juegos y stands con patio de comidas Sistema estructural Pórtico con muros estructurales, para poder mantener grandes luces en, accesos, corredores, locales y circulaciones verticales, que permitan una mejor funcionalidad.

8.7.3. ANALISIS DE LA ZONA DE ESTUDIO

El comercio informal y la inseguridad, son problemas que aquejan a todo el país, la ciudad de Uchiza no está ajena a esto. Con una población actual de 8,046 hab. Y con una proyección estimada para el año 2031 de más de 10,281 hab. Además, teniendo

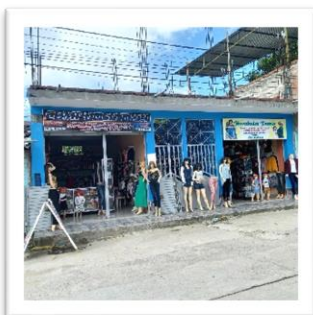


Ilustración 21 propuesta de comercio

en cuenta que. El comercio representa actualmente el 3er del lugar dentro de la tendencia dominante de la pea con un 18%.



Ilustración 22: comercio ambulatorio





8.8. DEFINICION DE USUARIOS

- **LA POBLACION:** es el principal usuario ya que ellos definen la propuesta arquitectónica en su tipología y servicios del proyecto arquitectónico.
- **COMERCIANTES:** son los que definen los servicios que se otorgara en la propuesta arquitectónica del proyecto definiendo los productos y servicios de venta.
- **PROVEDORES:** son los usuarios que brindan los productos abasteciendo al comerciante.
- **AGENTES BANCARIOS:** son los usuarios que brindan los servicios monetarios de retiros y depósitos de la población, los cuales son escasos en la zona de estudio.

8.9. REGLAMENTACION Y NORMATIVIDAD (RNE)

8.9.1. NORMA A 070 COMERCIO

➤ **ASPECTOS GENERALES:**

ARTICULO N°4: los proyectos de centros comerciales, mercados, mercados mayoristas, mercados minoristas, tiendas de servicio, galerías, galerías comerciales, galerías feriales, establecimiento de venta de combustible (grifos de gasocentro) y estaciones de servicio deben contar con un estudio de impacto vial que proponga una solución que resuelva el acceso y salida de vehículos sin afectar el funcionamiento de las vías desde las que se accede.

ARTICULO N° 5: las edificaciones comerciales deberán contar con iluminación natural o artificial, que garantice la clara visibilidad de los productos que se expenden, sin alterar sus condiciones naturales.

ARTICULO N° 8: el número de personas de una edificación comercial (AFORO) se determinara de acuerdo a la siguiente tabla, en base al área de venta de cada establecimiento según lo definido en el art. 3

Tabla 11: analisis de aforo por comercio

CLASIFICACIÓN	AFORO
Tienda independiente en primer piso (nivel de acceso)	2.8 m2/ persona
Tienda independiente en segundo piso	5.6 m2 /persona
Tienda independiente interconectada de los nioles	3.7 m2 /persona
Locales de expendio de comidas y bebidas	
Restaurante, cafetería (cocina)	9.3 m2 /persona
Restaurante cafetería (áreas de mesa)	1.5 m2 / persona
Comida rápida o al paso (cocina)	5.0 m2 /persona
Comida rápida o al paso (área de mesas , área de atención)	1.5 m2 /persona
Locales de expendio de combustible	
Estacionamiento de venta de combustibles (grifo, gaseocentro)	25m2 / vehiculo
Estación de servicio	25m2 / vehiculo
Locales bancarios y de intermediación financiera	5.0 m2 / vehiculo
Locales para eventos, salones de baile	1.5 m2 / vehiculo
Bares, discotecas y pubs	1.0 m2
Casinos y sala de juegos	3.3 m2

ARTICULO N° 15: los locales comerciales tienen un área mínima de 6.00 m2. Sin incluir depósitos ni servicios higiénicos con un frente mínimo de 2.40 m y un ancho de puerta de 1.20 m, y una altura mínima de 3.00 m.

8.9.2. NORMA-A.070 COMERCIO

➤ SERVICIOS HIGIENICOS:

Para centros comerciales la distancia entre los servicios higiénicos y el espacio más lejano de las circulaciones comunes a varios establecimientos, no puede ser mayor de 100 m.

Tabla 12: normativa de aparatos sanitarios por numero de personas

NUMERO DE PERSONAS	HOMBRE	MUJERES
De 1 a 20 personas (publico)	No requiere	
De 21 a 50 personas (publico)	1L,1U, 1L	
De 51 a 200 personas (publico)	1L,1U, 1L	1L, 1L
Por cada 100 personas adicionales	1L,1U, 1L	1L, 1L
L= LAVADERO, U= URINARIO, I= INODORO		

ARTICULO N° 21: las edificaciones para tiendas independientes, tiendas por departamentos, supermercados, tiendas de mejoramientos del hogar, otras tiendas de autoservicio, y locales de expendio de combustible estarán provistas de servicios sanitarios para empleados, según lo que se establece a continuación.

Tabla 13: numero de accesorios por tiendas

Numero de empleados	Hombres	mujeres
	1l,1u, 1l	
De 1 a 6 empleados	1l,1u, 1l	1L, 1l
De 1 a 6 empleados	2l,2u, 2l	2L, 2l
De 1 a 6 empleados	3l,3u, 3l	3L, 3l
De 1 a 6 empleados	1l,1u, 1l	1L, 1l

ARTICULO N° 30 ESTACIONAMIENTOS: las edificaciones comerciales deberán contar con áreas de establecimiento, que podrán localizarse dentro del predio sobre el

que se edifica, en las vías que no habilitan, en predios colindantes y, cuadro la naturaleza de la edificación y/o de las vías de acceso restrinjan la ubicación de estacionamientos en predios localizados a distancias no mayores a 200 ml. De los accesos a la edificación comercial.

El número mínimo de establecimientos en una edificación comercial se determinara, en base al cuadro de cálculo de estacionamiento.

Tabla 14: clasificación de estacionamientos

CLASIFICACION DE ESTACIONAMIENTO		
	PARA PERSONAS	PARA PUBLICO
tienda independiente	1 est./ 15 pers.	1 est./ 15 pers.
LOCALES DE EXPENDIO DE COMIDA Y BEBIDAS		
Restaurante, cafetería (área de mesas)	1 est./ 20 pers	1 est./ 20 pers
Comida rápida o al paso (área de mesas , área de atención)		
Locales bancarios y de intermediacion financiera	1 est./ 15 pers.	1 est./ 10 pers.
Lacoles para eventos salones de bailes	1 est./ 20 pers	1 est./ 20 pers
Bares, discotecas y publicos		
Casinos y sala de juegos	1 est./ 15 pers.	1 est./ 10 pers.
Locales de espectáculos con asientos fijos	1 est./ 20 asientos	
Parques de diversiones y de recreo.	1 est./ 25 pers.	1 est./ 25 pers.
Spa, baños turcos, sauna, baños de vapor	1 est./ 15 pers.	1 est./ 10 pers.
Gimnasios, fisicoculturismo		
Tienda por departamento	1 est./ 25 pers.	1 est./ 25 pers.
supermercado	1 est./ 20 pers.	1 est./ 20 pers.
Tienda de mejoramiento del hogar		
Otras tiendas de servicio		
Mercado mayorista	1 est./ 10 pers.	1 est./ 10 pers.
Mercado minorista		
Galería comercial	1 est./ 25 pers.	1 est./ 20 pers.

8.9.3. NORMA-A.0.10 CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO

Artículo 4.- Los parámetros urbanísticos y edificatorios de los predios urbanos deben estar definidos en el Plan Urbano. Los Certificados de Parámetros deben consignar la siguiente información:

- a) Zonificación.
- b) Secciones de vías actuales y, en su caso, de vías previstas en el Plan Urbano de la localidad.
- c) Usos del suelo permitidos.
- d) Coeficiente de edificación.
- e) porcentaje mínimo de área libre.
- f) Altura de edificación expresada en metros.
- g) Retiros.
- h) Área de lote normativo, aplicable a la subdivisión de lotes.
- i) Densidad neta expresada en habitantes por hectárea o en área mínima de las unidades que conformarán la edificación.
- j) Exigencias de estacionamientos para cada uno de los usos permitidos.
- k) Áreas de riesgo o de protección que pudieran afectarlo.

l) calificación de bien cultural inmueble, de ser el caso.

m) Condiciones particulares.

CAPITULO II RELACIÓN DE LA EDIFICACIÓN CON LA VÍA PÚBLICA:

Artículo 8.- Las edificaciones deberán tener cuando menos un acceso desde el exterior. El número de accesos y sus dimensiones se definen de acuerdo con el uso de la edificación. Los accesos desde el exterior pueden ser peatonales y vehiculares. Los elementos móviles de los accesos al accionarse, no podrán invadir las vías y áreas de uso público Para el caso de edificaciones que se encuentren retiradas de la vía pública en más de 20 m, la solución arquitectónica, debe incluir al menos una vía que permita la accesibilidad de vehículos de emergencia, con una altura mínima y radios de giro según la tabla adjunta y a una distancia máxima de 20 m de la edificación más alejada:

Tabla 15: clasificación de accesos vehiculares

EDIFICACIÓN	ALTURA DE VEHICULO	ANCHO DE ACCESO	RADIO DE GIRO
Edificios hasta 5 pisos	3.00 m	2.70 m	7.80 m
Edificios de 6 ó más pisos	4.00 m	2.70 m	7.80 m
Centros comerciales, Plantas industriales de bajo riesgo, Plantas industriales de mediano y alto riesgo, Edificios en general	4.50 m	3.00 m	12.00 m

8.9.4. NORMA – A .130 REQUISITOS DE SEGURIDAD

ARTICULO N° 28: - Para centros comerciales o complejos comerciales, mercados techados, salas de espectáculos al interior de los mismos, deberán considerarse los siguientes criterios de evacuación:

a) Las tiendas por departamentos, supermercados y sala de espectáculos, no deben aportar evacuantes al interior del centro comercial o complejo comercial cuando no consideren un pasadizo protegido contra fuego entre la tienda por departamentos y las tiendas menores, de manera que colecte la evacuación desde la puerta de salida de la tienda por departamentos al exterior del centro comercial. Caso contrario deberán ser autónomas en su capacidad de evacuación.

b) Deben tener como mínimo los siguientes requerimientos de evacuación.

b.1) Número de ocupantes menor o igual a 500 No menos de 2 salidas personas

b.2) Número de ocupantes mayores de 500 y no No menos de 3 salidas más de 1000 personas

b.3) Número de ocupantes mayor de 1000 No menos de 4 salidas personas

Este requisito deberá aplicarse también para el cálculo de evacuación de los centros de diversión y edificaciones para espectáculos deportivos

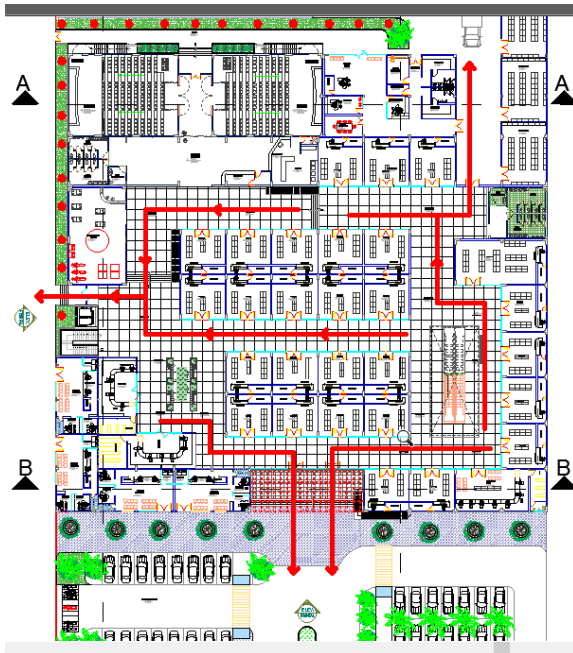
c) Los centros comerciales, complejos comerciales, tiendas por departamento o similares no podrán evacuar más del 50% del número de ocupantes por una misma salida.

d) Es permitido el uso de propagandas, mostradores, puntos de ventas en los ingresos siempre y cuando, estos no invadan el ancho requerido de evacuación, que no es

equivalente al ancho disponible. Dichos elementos deberán estar convenientemente anclados con el fin de evitar que se conviertan en una obstrucción durante la evacuación.

e) En tiendas por departamentos, mercados techados, supermercados, con un área comercial mayor a 2800 m² por planta, deberá tener por lo menos un pasadizo de evacuación con un ancho no menor a 1.50 m.

ARTICULO N° 23: Las escaleras de evacuación no podrán tener un ancho menor a 1.20 m. Se exceptúan: edificios existentes de vivienda y oficinas, así como en edificaciones con un aforo total menor de 50 personas. En cuyo caso el ancho mínimo de escalera podrá ser 0.90 m. Cuando se requieran escaleras de ancho mayor de 3.60 m. deberá instalarse una baranda obligatoria por cada dos módulos de 0,60 m. El número mínimo de escaleras que requiere una edificación se establece en la presente Norma y la Norma A.010 del presente Reglamento Nacional de Edificaciones.



El sistema de seguridad y riesgos, que posee el proyecto, consta de 3 salidas de evacuación hacia la vía pública, ubicados en el sótano, 1er nivel y 2do nivel, en cuanto a las vías de evacuación interiores, se realizó dos escaleras de evacuación con vestíbulo previo. Además de contar redes húmedas, secas contra incendios y con el equipamiento necesario, en todo el recorrido.

Ilustración 24: plano de seguridad primer nivel

LEYENDA				LEYENDA			
SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	ALTURA	DIMENSION	SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN	ALTURA	DIMENSION
	PUSTA DE EVACUACION SALIDA A LA DERECHA	1.85m	200m x 300m		ALARMA SONORA ESTROSCOPICA	1.30m	200m x 320m
	PUSTA DE EVACUACION SALIDA A LA IZQUIERDA	1.85m	200m x 300m		PL. SADOR DE ALARMA	1.30m	200m x 320m
	SALIDA DE EMERGENCIA	0.75m	200m x 100m		PROHIBIDO FUMAR	1.80m	200m x 320m
	ZONA SEGURA EN CASO DE SISMOS	1.80m	200m x 300m		LUC DE EMERGENCIA	2.20m x 70m	--
	EXTINTOR DE POLVO QUIMICO SECO 5200 FPS 6.2 kg	1.50m	200m x 300m		BOTON DE PRIMEROS AUXILIOS	1.80m	200m x 320m
	EXTINTOR QUIMICO DE CARBONO DIOXIDO 8 lb	1.50m	200m x 300m		SEÑAL DE RIESGO ELECTRICO	1.80m	200m x 320m
	US CACION DE DETECTOR DE HUMO	EN TECHO	--		PLACA DE EMERGENCIA	--	--
	DETECTOR DE TEMPERATURA	EN TECHO	--		SEÑAL DE RIESGO CONTROL ACCESO	--	200m x 220m
					SEÑAL DE RIESGO CONTROL ACCESO	0.75m	200m x 420m

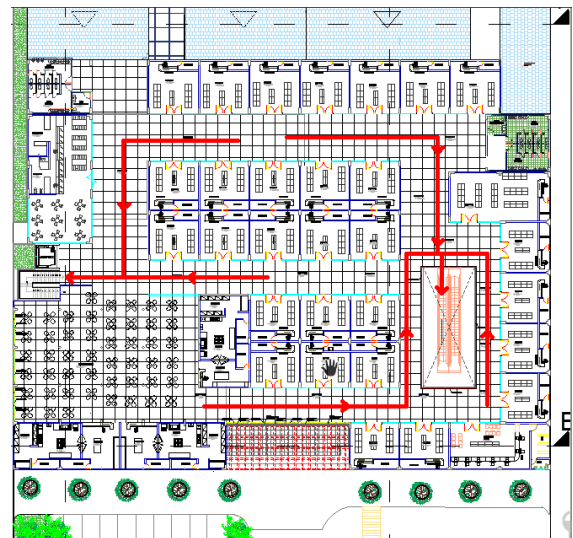


Ilustración 23: plano de seguridad segundo nivel

8.10. SISTEMA NACIONAL DE ESTANDARES URBANOS

8.10.1. SISTEMA NACIONAL DE EQUIPAMIENTO URBANO

a) CASOS REFERENCIALES

➤ PERU: OPEN PLAZA HUANUCO CREADACEN EL AÑO 2015

PERU: Strip Center Plaza Santa Catalina abrió sus puertas en el distrito de La Victoria: Con una inversión de aproximadamente US\$ 9 millones, la compañía peruana Grupo Mulder, administrada por ABL Partners, ha logrado edificar un nuevo strip center en el distrito limeño de La Victoria



Ilustración 25: real plaza santa catalina lima-peru

El Centro Comercial Caminos del Inca, antes conocido como Fashion Mall Caminos



Ilustración 26: Fashion Mall Caminos del Inca surco-lima

del Inca es un Centro Comercial de capital peruano ubicado en el Distrito de Santiago de Surco en Lima-Perú. El nombre del centro comercial se debe al nombre de la avenida en la cual se encuentra ubicado (Av. Caminos del Inca). Está dividido en tres etapas, siendo la primera etapa la más importante y de mayor extensión.

Pasó por una época en la que casi se encontraba en abandono, contando sólo con algunas pocas tiendas de vestidos; sin embargo reflató bastante a mediados de los 2000 y aún hoy sigue siendo reconocido en Lima como uno de los puntos principales para vestidos y moda en general.

b) ESTRATEGIAS DE DISEÑO

PREMISAS DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO EN EL CLIMA

TROPICAL

¿CÓMO DISEÑAR EN EL CLIMA TROPICAL?

Privilegiando la sombra:

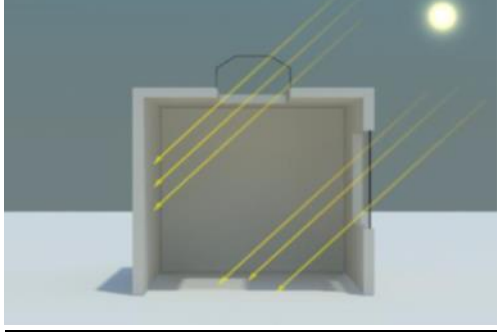
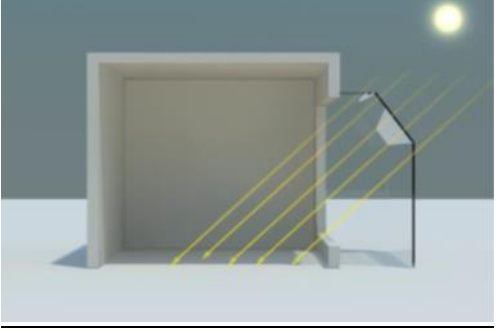
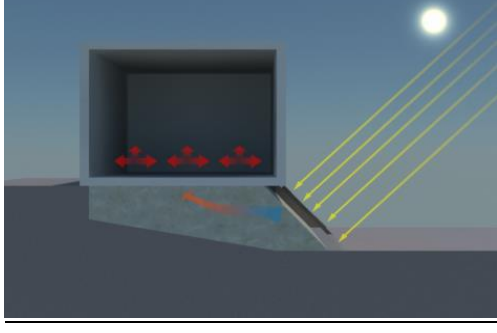
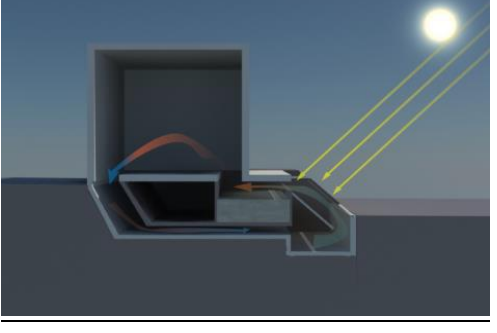
- Evitar penetraciones solares a habitaciones
- Evitando calentamientos de paredes y techos
- Usando sistemas de Protección solar:

- Umbráculos - Aleros o Volados – Pérgolas - Persianas o Celosías

- Toldos - Vegetación.

➤ SISTEMA DE CLIMATIZACION NATURAL

Tabla 16: analisis de diseño de climatizacion

<p>DIRECTOS: Captación directa por ventanas y lucernarios, sistemas de climatización natural donde la energía radiante penetra directamente al ambiente interior.</p>	<p>SEMIDIRECTOS: captación semi directa con invernadero, sistemas donde se interpone un espacio entre el ambiente interior y exterior que capta la energía solar.</p>
	
<p>INDIRECTOS: Sistemas donde la captación se realiza mediante un elemento acumulador que almacena la energía para luego cederla al ambiente interior.</p>	<p>INDEPENDIENTES: Sistemas donde la captación y acumulación de la energía radiante se da fuera del espacio a tratar.</p>
	

8.10.2. ESTRATEGIAS DE DISEÑO

➤ **PREMISAS DE DISEÑO ARQUITECTÓNICO**

a) GENERACION DE VIENTO

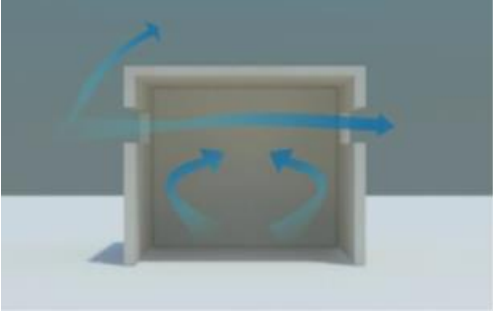
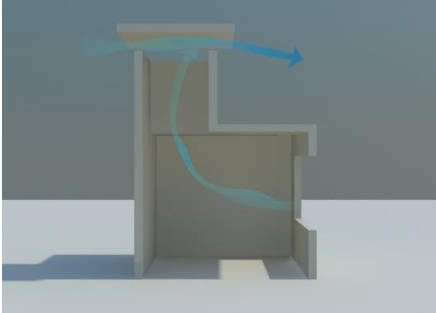
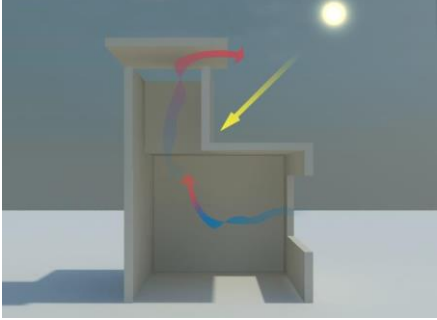
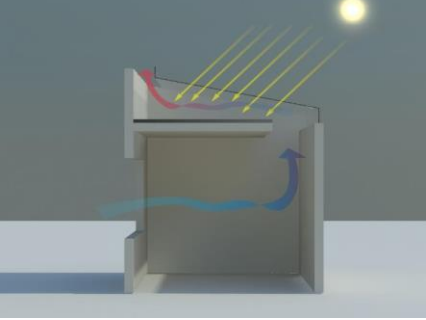
Sistemas que fuerzan el paso del aire por el interior del edificio a partir del aprovechamiento de la diferencia de presiones del aire.

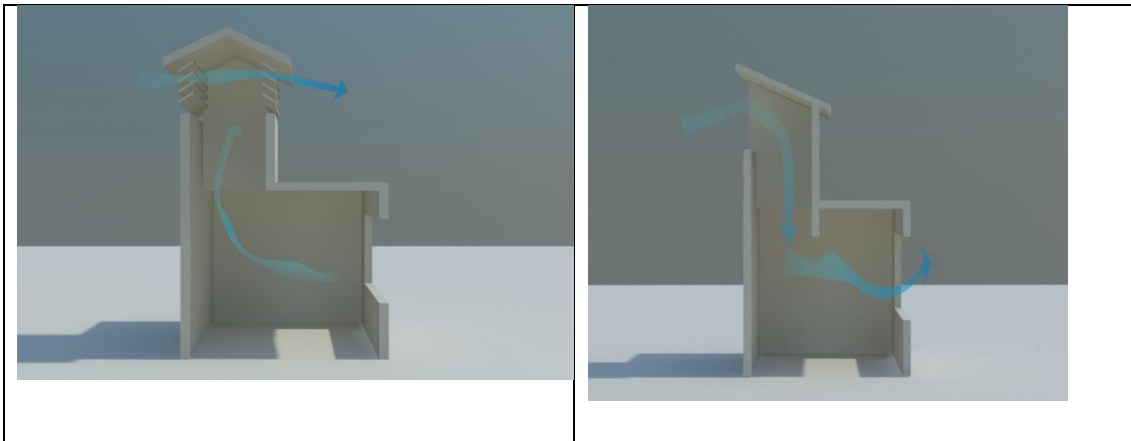
La necesidad de ventilar un ambiente está en función de:

- Remover el calor.
- Proveer oxígeno.
- Remover el dióxido de carbono.
- Controlar la humedad para el confort humano.
- Controlar la velocidad del aire para el confort humano.
- Remover olores.
- Remover microorganismos, moho, hongos y ácaros.
- Remover el vapor de agua para ayudar a prevenir la condensación.
- Remover las partículas como humo y polvo.
- Remover vapores inorgánicos (solventes de limpieza, insecticidas, etc.).
- Remover productos de la combustión de calentar o cocinar.
- Remover el gas ozono de fotocopiadoras e impresoras láser.
- Remover el gas metano y los elementos descompuestos del suelo.

b) SISTEMA DE VENTILACION

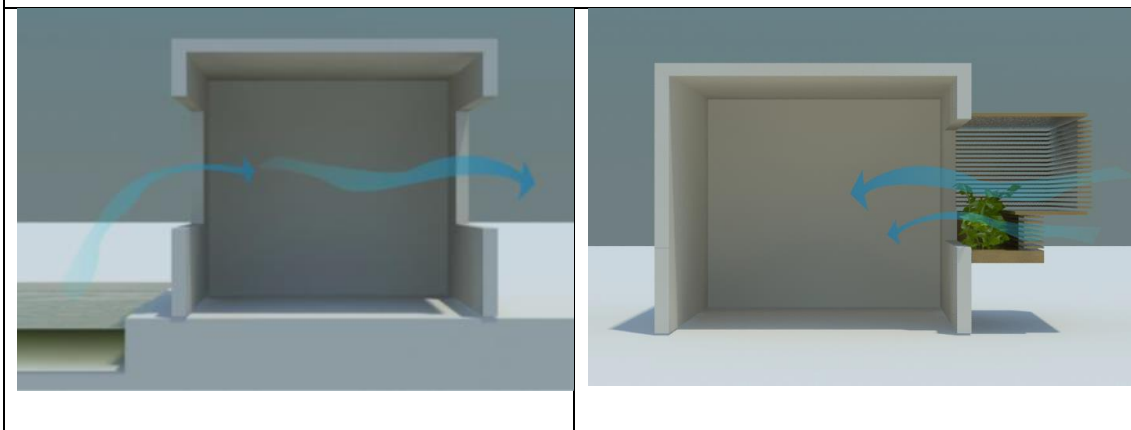
Tabla 17 analisis de diseño de ventilacion

<p>SISTEMAS DE VENTILACIÓN – VENTILACIÓN</p> <p>CRUZADA: Sistemas donde se favorece el movimiento de aire a partir de la colocación de aberturas en dos fachadas opuestas.</p>	<p>EFFECTO CHIMENEA: Sistema de generación de movimiento de aire a partir de la presencia de aberturas en la parte superior del espacio, conectadas a un conducto de extracción vertical</p>
	
<p>CHIMENEA SOLAR: Sistema que potencializa el efecto chimenea a partir de la absorción de la radiación solar en las superficies del conducto vertical (se refuerza la convección).</p>	<p>CÁMARA SOLAR: Sistema de principio similar a la chimenea solar, aunque a partir de un espacio horizontal (cámara solar).</p>
	
<p>ASPIRADORES ESTÁTICOS: Sistema de extracción de aire a partir de la generación del “Efecto Venturi” (La presión del aire disminuye cuando aumenta su velocidad) en la parte alta Del dispositivo colocado para este fin.</p>	<p>CAPTADORES DE VIENTO: Sistema que permite la entrada de aire exterior a partir de su “captura” en las partes altas, donde los vientos son más intensos.</p>



TRATAMIENTO DE AIRE POR EVAPORACION

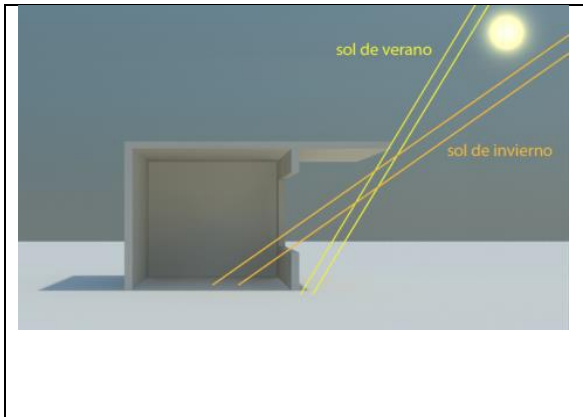
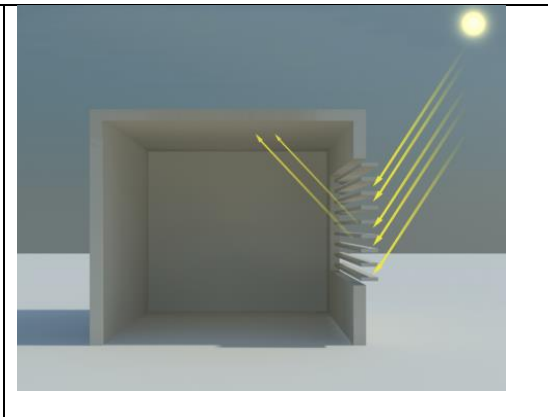
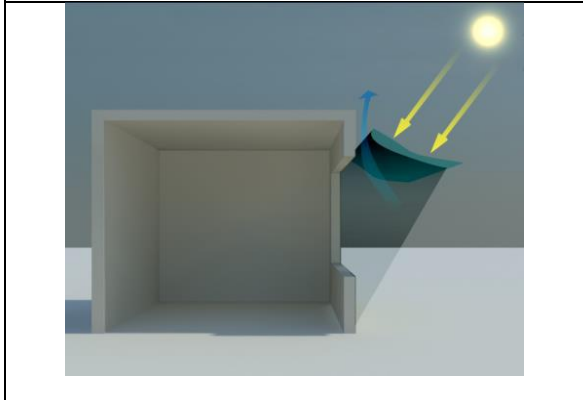
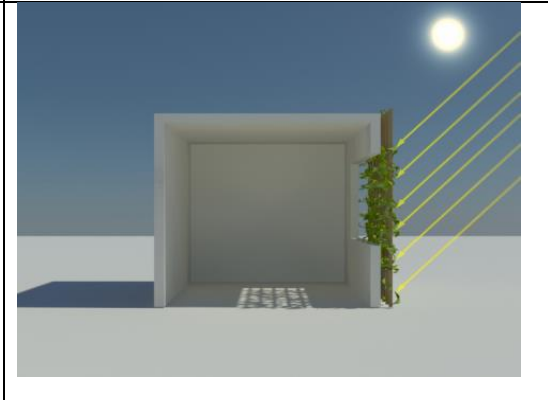
Sistemas que se caracterizan por el cambio que producen en las condiciones del aire que entra al ambiente interior, normalmente la temperatura o la humedad del mismo. Son ideales para climas cálidos secos y el funcionamiento depende básicamente de la relación existente entre la superficie de agua y el volumen de aire..



c) PROTECTORES DE PIEL

Tabla 18: analisis de diseño de iluminacion

<p><u>ALERO O VOLADIZO:</u> Son elementos arquitectónicos fijos a la fachada que sobresalen en horizontal protegen de la radiación solar y de la lluvia. Normalmente son construidos en materiales opacos. Su proyección al exterior ha sido diseñada considerando el ángulo solar, permiten el acceso del sol en invierno y protegen del mismo en verano.</p>	<p><u>PERSIANAS O CELOSÍAS:</u> Son elementos que se adicionan a la fachada o se colocan al interior para dar protección de la radiación solar. Normalmente son construidos en materiales opacos.</p>
---	--

	
<p>TOLDO: Son elementos móviles y flexibles situados verticalmente o con cierta inclinación delante de las aberturas que protegen. Dejando aberturas permiten cierta ventilación, además pueden recogerse para regular el paso del sol.</p>	<p>VEGETACIÓN La vegetación adherida a la piel o sobrepuesta a una estructura, protege a la pared de la radiación y permite la ventilación entre la pared y las hojas.</p>
	

8.11. ZONIFICACION:

8.11.1. ESQUEMA DE RELACION

Es un esquema organizado de intercomunicación entre los ambientes arquitectónicos planteado en función espacial, éstos son representados por figuras geométricas regulares de un mismo tipo (Círculos, Cuadros, etc.) los cuales se ordenan de acuerdo a la relación que exista o debe existir entre ellos.

5.1.- ESQUEMA DE RELACION

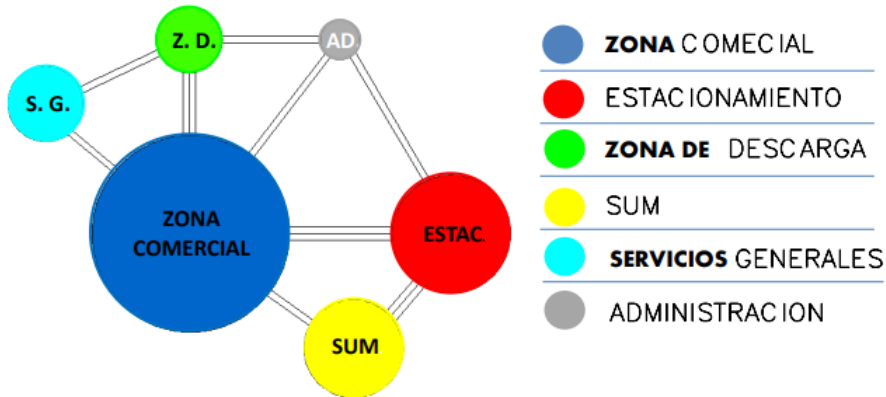


Ilustración 27 análisis de flujograma:

8.11.2. ORGANIGRAMA DE RELACION

El organigrama es un gráfico o diagrama que muestra la estructura de una organización, representando al mismo tiempo los elementos que la conforman y sus relaciones y jerarquías respectivas.

5.2.- ORGANIGRAMA GENERAL

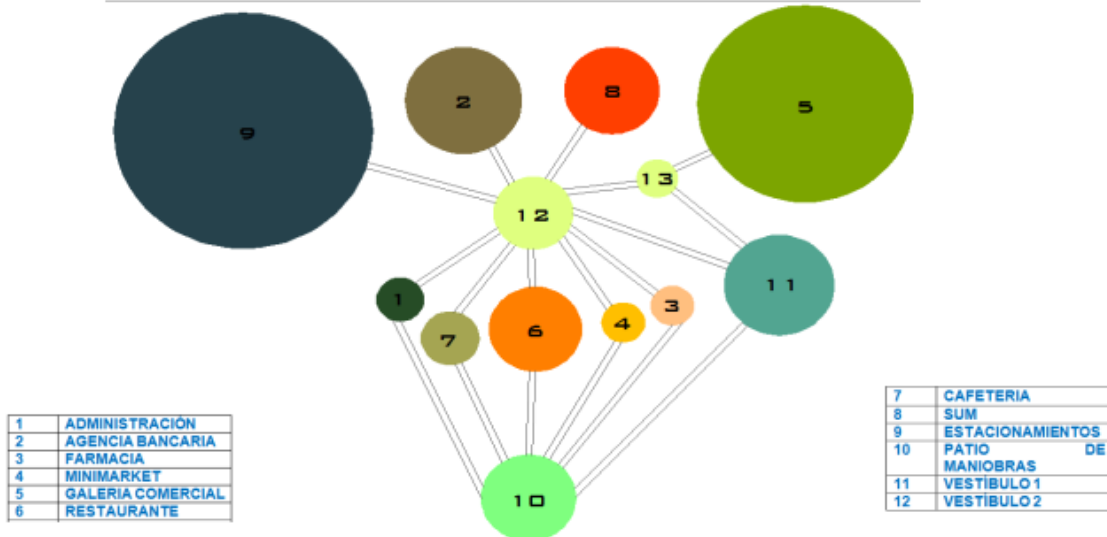


Ilustración 28: organigrama

8.12. RESUMEN DE PROGRAMA ARQUITECTONICO

El **programa arquitectónico**, es el resultado de un profundo trabajo de análisis del tema-problema, objeto de estudio, "tipología" **arquitectónica**. Las etapas a que deben

haber sido desarrolladas con anterioridad, es la de profundizar estudios, o análisis de casos pertinentes o referentes del tema.

Tabla 19: programa arquitectonico:

PROGRAMA ARQUITECTONICO		
ZONA	N° DE AMBIENTES	AREA TOTAL
ZONA COMERCIAL	56	2822
ZONA DE ENTRETENIMIENTO	5	676
ZONA GASTRONOMICA	7	649
OFICINA	7	345
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	13	792
ESTACIONAMIENTOS	42	1704

Tabla 20: cuadro de areas n°1

CUADRO DE AREAS TOTALES	
AREA DE TERRENO	9,366.63
AREA CONSTRUIDA	9,424.00
AREA LIBRE	4,225.68

VERIFICACION DE LAS VIAS DE ACCESO



Ilustración 29: analisis de vias de acceso

8.12.1. ZONIFICACION DEL TERRENO N° 1

el terreno se encuentra ubicado en una zona estratégica la cual es una avenida de bastante flujo vehicular que conecta a las demás zonas de la ciudad. es un punto de acceso para la propuesta arquitectónica. area :9,250.00 M2 y perímetro: 385.00 ml



Ilustración 30: area del terreno

6. PROGRAMA ARQUITECTONICO

Tabla 21: programa arquitectonico 1

ZONA COMERCIAL	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
TIENDAS	56.00	643.00	46.00	11.00	2,576.00
TIENDAS INDEPENDIENTES	4.00	80.00	61.67	27.00	98.67
RESTO-BAR	2				

Tabla 22: programa arquitectonico2

ZONA DE ENTRETENIMIENTO	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
CINE (RECEPCION)	1	50	100	30	130
SALADE JUEGOS	1	45	118	27	145.36

Tabla 23: programa arquitectonico 3

ZONA GASTRONOMICA	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
RESTAURANTE	1	90	75	23	98
STANDS DE COMIDA	3	30	30	9	98.75
PATIO DE COMIDAS	1	195	338.93	145.25	484.18

Tabla 24: programa arquitectonico 4

OFICINA	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
AGENCIA BANCARIAS	4	35	70	21	360
ADMINISTRACION	1	10	20	6	26
GERENCIA	1	10	20	6	26
SECRETARIA	1	12	25	6	31
SALA DE REUNIONES	1	12	25	6	31

Tabla 25: programa arquitectonico 5

ZONA DE SERVICIOS GENERALES	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
SUB ESTACION ELECTRICA	1	10	65	19	84
CUARTO DE BOMBAS Y CISTERNA	1	10	80	24	104

CUARTO DE VIGILANCIA	1	5	10	3	13
ALMACENES	8	27	55	16	456
AREA DE EMPLEADOS (vestuario y ss.hh.)	1	45	90	27	117
CUARTO DE MAQUINAS	1	7	14	4	18

Tabla 26: programa arquitectonico 6

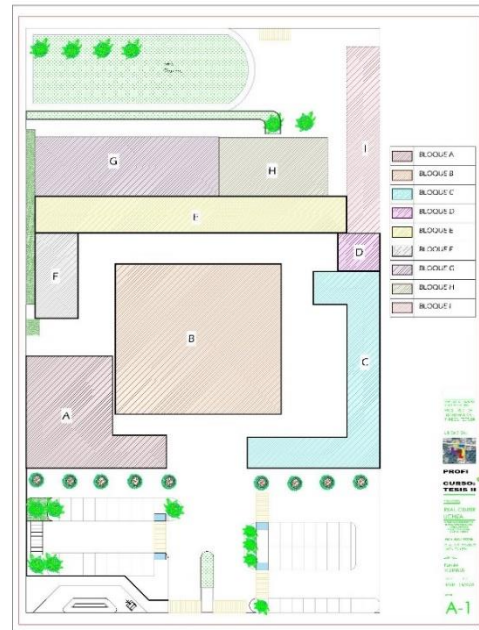
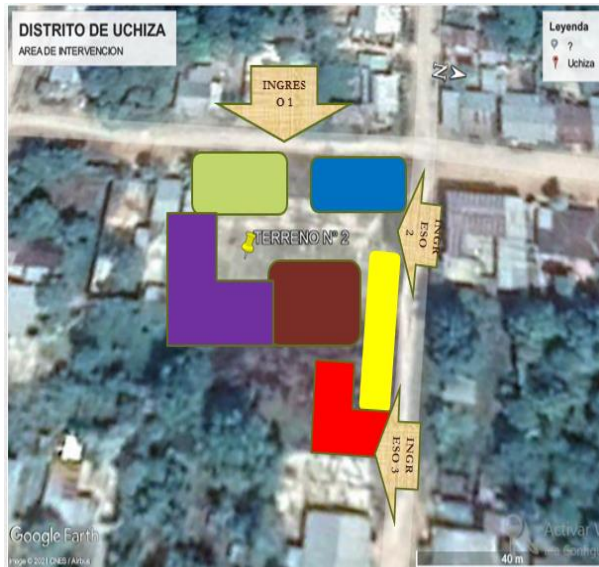
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
SUB ESTACION ELECTRICA	1	10	65	19	84
CUARTO DE BOMBAS Y CISTERNA	1	10	80	24	104
CUARTO DE VIGILANCIA	1	5	10	3	13
ALMACENES	8	27	55	16	456
AREA DE EMPLEADOS (vestuario y ss.hh.)	1	45	90	27	117
CUARTO DE MAQUINAS	1	7	14	4	18

Tabla 27: programa arquitectonico 7

ESTACIONAMIENTOS	N°	AFORO	AREA PARCIAL	CIRCULACION EN MUROS (30%)	AREA TOTAL (m2)
ESTACIONAMIENTO (autos)	40	-	1000	300	1821.63
ESTACIONAMIENTO (camiones)	2	-	40	24	104
patio de maniobras	-	-	200	60	260

8.13. INTERPRETACIÓN DE LA PROPUESTA ARQUITECTONICA

8.14.1. ZONIFICACION Y MODULACION DE BLOQUES



8.14.2. INGRESOS PRINCIPALES Y AMBIENTES EXTERIORES

El proyecto cuenta con un ingreso principal, uno que conllevara al 2do piso, paralelo a la Av. Jorge Chávez, cuenta con 2 caras más las cuales están ubicadas por la av. Huáscar el cual permite el ingreso de los camiones para el descargo de las



Ilustración 31: imagen exterior de 3d

mercaderías y el jirón bolívar queda ubicado por la parte perpendicular a dichas avenidas, en los que están ubicados las agencias bancarias y también se ubica una salida de escape. Este proyecto se encuentra cercado, por brindar la seguridad a la población y sus usuarios.

Los ambientes exteriores constan de: una explanada para el área de estacionamiento, en espacios abiertos, al proponer áreas verdes frondosas que disminuyan el sonido de la calle y una plazuela, como área de descanso, el ingreso principal consta con el suficiente retiro, donde se propuso: calzada del propio centro comercial y una vía auxiliar, para que de este modo no se produzca ningún tipo de congestión.



Ilustración 32: imagen 3d 2



Ilustración 33: imagen 3d 3

8.14.3. PROYECTO: AMBIENTES INTERIORES

En cuanto a los servicios de entretenimiento, puesto que la mayoría de población, tanto a nivel de ciudad, como a nivel regional, son Adultos, adolescentes y jóvenes, se desarrolló, un cine que consta de 2 salas de video, y a la vez con una zona amplia para máquinas de juegos. El



Ilustración 36: imagen 3d interior 1

proyecto otorga espacios interiores, como: tiendas de ropa, calzado, agencias de telefonía,



Ilustración 35: imagen 3d interior 2



Ilustración 34: imagen 3d interior 3

jugueterías, patio de comidas, cafeterías, heladerías y oficinas como almacenes para el descargue de mercaderías.

8.14.4. PROYECTO: ESTRUCTURAS

El proyecto cuenta con el sistema convencional dual (pórtico y muros estructurales), Se integra al relieve topográfico, al poseer cimentaciones que conforman 2 plataformas a desnivel y muros de contención, que guardan una secuencia armónica con la pendiente



Ilustración 39 imagen 3d estructural 1

natural del terreno. Seguidamente, el sistema estructural está conformado por 9 bloques estructurales, de losas aligeradas que poseen luces de cálculo, de 8 a 9 m, en general.

CUADRO DE COLUMNAS LOSA NIVEL 2			
TIPO	NOMENCLATURA	FORMA-DIMENSION	CANTIDAD
C-1	COLUMNA CÁLCULO	1.30 0.80	82
C-2	COLUMNA CÁLCULO		12
P-1	PLACA ESTRUCTURAL	2.50 0.30	04

Ilustración 40: imagen estructural 3



Ilustración 38 imagen 3d estructural 2

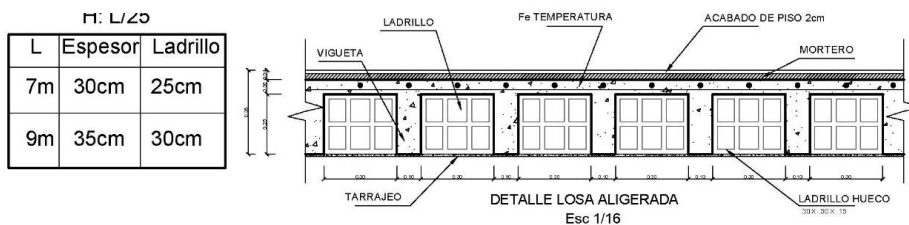


Ilustración 37 imagen estructural 4

8.14.5. PROYECTO ELECTRICAS

El sistema eléctrico del proyecto, se realizó con un cálculo de cargas, llegando a 166.31 KW, por lo que se propone un cuarto para sub estación, con grupo electrógeno, y cuarto de tableros, correctamente ventilado. Además, se propuso cuartos de tableros y 2 montantes, ubicados en cada nivel, para la distribución de tableros a áreas comunes y tableros independientes para cada puesto de ventas.

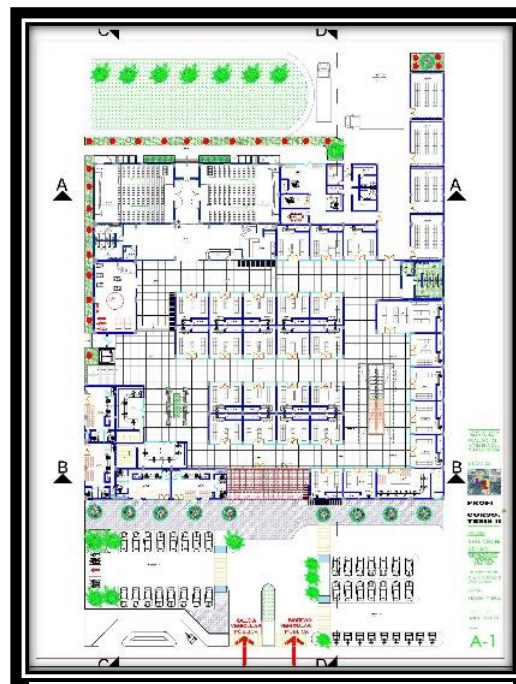


Ilustración 41: imagen electricas 2

CUADRO DE CARGAS DEL SUB - TABLERO DE DISTRIBUCION N°1 (Tg-1) SUB ESTACION					
	AREA m ²	C.U. W/m ²	P.I. (W)	F.D. (%)	M.D. (W)
ALUMBRADO Y TOMACORRIENTES AREA TECHADA	9424.07	25	235,601.75	75%	176,701.31
CARGAS MOVILES			1500	35%	525
CARGAS ADICIONALES			600	25%	150
TOTAL		MAXIMA DEMANDA	237,701.75		177,376.31

SOLICITAR:
1 MEDIDOR PARA UNA DEMANDA MAXIMA(W) = 166.39(kw)

Ilustración 42: imagen 3d electricas 1

8.14.6. INSTALACIONES SANITARIAS

Las instalaciones sanitarias, cuentan con dos cisternas, (CD y CI), cuarto de bombas, con redes de agua, desagüe y alcantarillado, ubicados perimetralmente a la infraestructura, para un asequible mantenimiento, se desarrolló un sistema de drenaje pluvial, que desemboca a una canaleta perimetral que llevara el agua pluvial, proveniente de los sumideros del techo, hasta la canaleta pública.

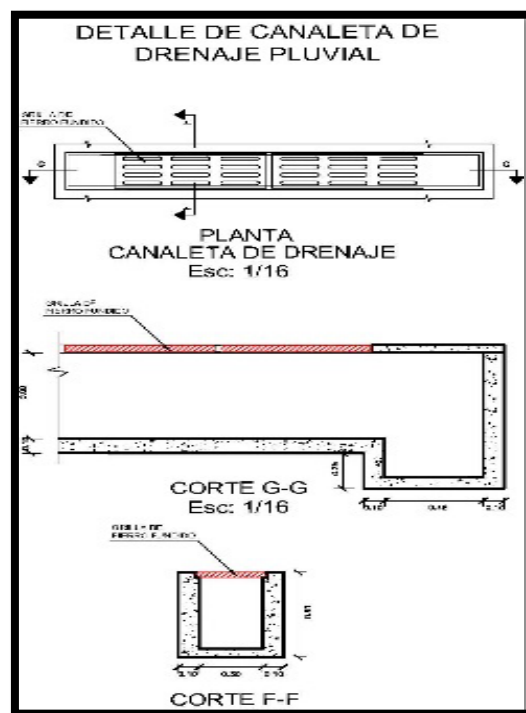


Ilustración 43: imagen cunetas sanitarias 1

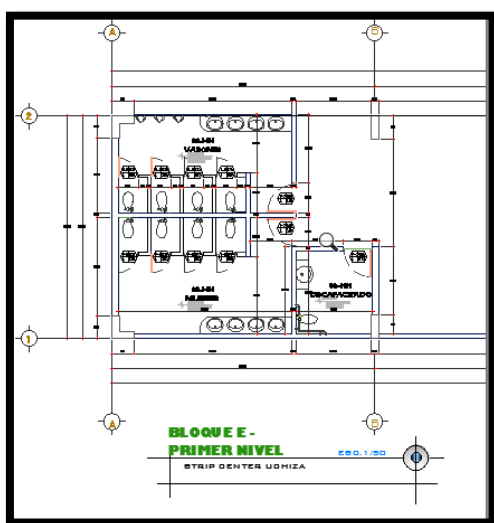


Ilustración 45: imagen ss.hh. 1

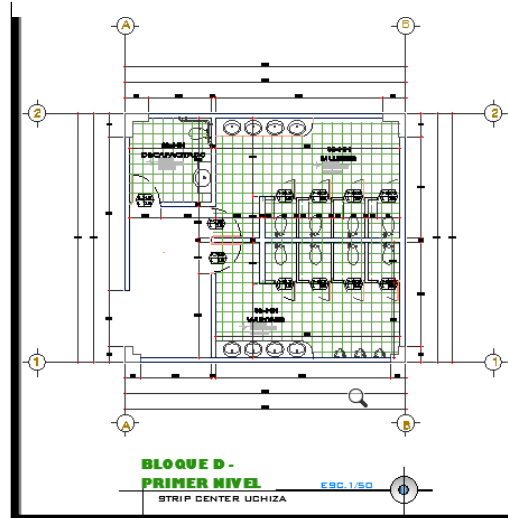


Ilustración 44 imagen ss.hh. 2

8.14. COSTO DEL PROYECTO

CUADRO DE COSTOS POR MODULOS							
ITEM	MODULOS	AREAS		VU/m2	NIVELES		TOTAL DE COSTO DE EDIFICACION
		1° piso	2° PISO		COSTO DE 1° PISO	COSTO DE 2° PISO	
1	BLOQUE 1	457.34	494.2	S/. 2,226.07	S/. 1,018,070.85	S/. 1,100,123.79	S/. 2,118,194.65
2	BLOQUE 2	852.19	852.19	S/. 2,116.07	S/. 1,803,293.69	S/. 1,803,293.69	S/. 3,606,587.39
3	BLOQUE 3	479.03	479.03	S/. 2,116.07	S/. 1,013,661.01	S/. 1,013,661.01	S/. 2,027,322.02
4	BLOQUE 4	143.18	143.18	S/. 2,226.07	S/. 318,728.70	S/. 318,728.70	S/. 637,457.41
5	BLOQUE 5	444.38	496.52	S/. 2,116.07	S/. 940,339.19	S/. 1,050,671.08	S/. 1,991,010.26
6	BLOQUE 6	199.47	212.48	S/. 2,116.07	S/. 422,092.48	S/. 449,622.55	S/. 871,715.04
7	BLOQUE 7	492.16		S/. 2,226.07	S/. 1,095,582.61	S/. -	S/. 1,095,582.61
8	BLOQUE 8	253.79		S/. 2,226.07	S/. 564,954.31	S/. -	S/. 564,954.31
9	BLOQUE 9	280.02		S/. 2,116.07	S/. 592,541.92	S/. -	S/. 592,541.92
	TOTAL	3601.56	2677.6		S/. 7,769,264.77	S/. 5,736,100.83	S/. 13,505,365.60

Ilustración 48: imagen de cuadro de costos por modulos



Ilustración 46: imagen del proyecto

costo por modulos	S/. 13,505,365.60
costo de obras exteriores	S/. 666,400.80
costo directo	S/. 14,171,766.40
gastos generales 5.00%	S/. 708,588.32
sub total	S/. 14,880,354.72
igv (18%)	S/. 2,678,463.85
costo total de proyecto	S/. 17,558,818.57

Ilustración 47: cuadro de costos y rentabilidad

8.15. RENTABILIDAD Y PRESUPUESTO

VIABILIDAD ECONOMICA		MESES												TOTAL	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
INGRESOS		S/. 280,000.00	S/. 286,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 352,000.00	S/. 4,086,000.00
1	TIENDAS (56)	S/. 130,000.00	S/. 130,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 196,000.00	S/. 2,220,000.00
2	TIENDAS INTERMEDIAS (4)	S/. 18,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 24,000.00	S/. 282,000.00
3	CINE (2)	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 360,000.00
4	AGENCIA BANCARIAS (4)	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 30,000.00	S/. 360,000.00
5	STAND DE COMIDA (4)	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 40,000.00	S/. 480,000.00
6	RESTO-BAR	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	S/. 240,000.00
7	ESTACIONAMIENTO ALMACENES	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 144,000.00
EGRESOS		S/. 1,623,239.75	S/. 134,000.00	S/. 138,000.00	S/. 136,000.00	S/. 138,000.00	S/. 134,000.00	S/. 140,000.00	S/. 134,000.00	S/. 138,000.00	S/. 134,000.00	S/. 139,000.00	S/. 166,227.00	S/. 166,227.00	S/. 3,154,466.75
ANEXO 1 TERRENO	RECIBO DE TERRENO	S/. 1,383,972.00													S/. 1,383,972.00
	ALCABALA	S/. 184,050.00													S/. 184,050.00
	ESTUDIO DE TERRENO	S/. 2,180.75													S/. 2,180.75
ANEXO 2	ESTUDIO DE PERFIL DE INVERSION														S/. -
ANEXO 3 ELABRACION DEL PROYECTO	ANTEPROYECTO	S/. 5,168.00													S/. 5,168.00
	COSTO DE ARQUITECTURA	S/. 15,000.00													S/. 15,000.00
	COSTOS DE ESPECIALIDADES	S/. 15,000.00													S/. 15,000.00
ANEXO 4 DERECHOS	TRAMITES MUNICIPALES	S/. 3,400.00													S/. 3,400.00
	LICENCIA Y PERMISOS DE SEGURIDAD	S/. 256.00													S/. 256.00
	FACTIBILIDAD DE SERVICIOS	S/. 863.00													S/. 863.00
	INSCRIPCION DEL INMUEBLE												S/. 227.00	S/. 227.00	
ANEXO 5 EDIFICACION	COSTO POR OBRA		S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 120,000.00	S/. 1,320,000.00
	SUPERVISOR DE OBRA		S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 110,000.00
	SANEAMIENTO DE PROYECTO												S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00
ANEXO 6	GERENTE DE PROYECTO	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 48,000.00
ANEXO 7 VENTAS DEL PROYECTO	PUBLICIDAD Y MARKETING	S/. 4,000.00			S/. 2,000.00			S/. 2,000.00				S/. 1,000.00		S/. 1,000.00	S/. 9,000.00
	COMISION POR VENTA			S/. 4,000.00		S/. 4,000.00		S/. 4,000.00		S/. 4,000.00		S/. 4,000.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	S/. 30,000.00
	POST VENTA												S/. 18,000.00	S/. 18,000.00	S/. 18,000.00
ANEXO 8	SANEAMIENTO LEGAL	S/. 5,350.00													S/. 5,350.00
SALDO MENSUAL		S/. -1,343,239.75	S/. 152,000.00	S/. 214,000.00	S/. 216,000.00	S/. 214,000.00	S/. 218,000.00	S/. 212,000.00	S/. 218,000.00	S/. 214,000.00	S/. 218,000.00	S/. 213,000.00	S/. 185,773.00	S/. 185,773.00	S/. 931,533.25

Ilustración 49: cuadro de rentabilidad

Se hizo un estudio, de mercado, mediante una encuesta, donde la totalidad de 150 personas requirieron, servicios como cine, patio de comidas, tomando en cuenta dicha información, se realizó la viabilidad económica, optima, aproximada, en el periodo de un



Ilustración 50: imagen de 3d proyecto

año, del proyecto, llegando a una rentabilidad del 24%, si se tuviera una inversión, equivalente al costo total del terreno.

RENTABILIDAD	
INGRESO TOTAL	S/. 4,314,000.00
EGRESO TOTAL	S/. 3,154,466.75
UTILIDAD	S/. 931,533.25
RENTABILIDAD	22%

Ilustración 51: rentabilidad

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMBIENTE, M. D. (2013). *Lineamientos de Política para el ordenamiento territorial*. Mitsuaki SAC. Obtenido de <https://sinia.minam.gob.pe/documentos/lineamientos-politica-ordenamiento-territorial-segunda-edicion>
- BORJA, J. y. (2003). *procuraduria ambiental y de ordenamiento territorial del D.F. MEXICO*.
- BRYAN, V. (2020). *"CENTRO COMERCIAL Y DE ENTRETENIMIENTO, EN LA CIUDAD DE ABANCAY, APURIMAC"(TESIS PREGRADO)*. UNIVERSIDAD RICARDO PALMA, PERU.
- Galán, J. S. (2016). *servicio*. Obtenido de *economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Gardey, J. P. (2010). *DEFINICIONES*. Obtenido de CIUDAD: (<https://definicion.de/ciudad/>)
- Gardey, J. P. (2021). *definiciones de*. Obtenido de tipologia: (<https://definicion.de/tipologia/>)
- JOSE, F. L. (2019). *Actividad económica*. *Economipedia.com*. Obtenido de ACTIVIDAD ECONOMICA: <https://economipedia.com/definiciones/actividad-economica.html>
- LUIS, A. S. (2002). EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN PEQUEÑAS CIUDADES HISTORICAS: EL CASO DE NOROESTE MURCIANO. *EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN PEQUEÑAS CIUDADES HISTORICAS*, 30.
- LUNA, K. (2017). *"DISEÑO ARQUITECTÓNICO DEL CENTRO COMERCIAL ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES 24 DE MAYO "LA BAHÍA" DE LA CIUDAD DE CATAMAYO PROVINCIA DE LOJA CON CARACTERÍSTICAS BIOCLIMÁTICAS" (TESIS PREGRADO)*. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR LOJA, ECUADOR.
- MALDONADO, A. (2018). *"MEJORAMIENTO DEL ESPACIO PUBLICO MEDIANTE LA INTEGRACION DE PARQUE Y EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN EL DISTRITO DE MOLLENDO-ISLAY" (TESIS PREGRADO)*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA, AREQUIPA.
- Mazurek, H. (2022). *ESPACIO Y TERRITORIO*. Obtenido de Capítulo 3. El territorio o la organización de los actores: <<http://books.openedition.org/irdeditions/17843>>.
- Sepúlveda, A. (2019). *parques alegres dale vida a tu parque*. Obtenido de equipamiento urbano: <https://parquesalegres.org/biblioteca/blog/que-es-el-equipamiento-urbano/>
- STEFANO, T. (2018). *Espacio Social y su relación con el Equipamiento Urbano en tres ciudades del país: Antofagasta, Santiago y Puerto Montt.* (TESIS PREGRADO). UNIVERSIDAD DE CHILE, CHILE.
- VALDIVIA, G. (2016). *"COMPLEJO COMERCIAL Y FINANCIERO CIUDAD-MOQUEGUA"*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN, MOQUEGUA.

INEI (2007). Censos Nacionales 2007: XI de población y VI de vivienda. Recuperado en: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_di

- ACCEP (2016), Los centros comerciales en el Perú, oportunidades de inversión. Recuperado en: <http://preciso.pe/wp-content/uploads/2016/06/ACCEP.pdf>.
- <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1125631.pdf>

10. ANEXOS

10.1. ANEXO 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 28matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA: "MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN"									
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	METODOLOGÍA	ÍTEM
<p>Problema general</p> <p>¿CUÁL ES EL MODELO DE INTEGRACIÓN URBANA Y EQUIPAMIENTO COMERCIAL EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>PROPONER UN MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACIÓN URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA, - SAN MARTIN.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>SI PROPONEMOS UN MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL SE OBTENDRA LA INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN.</p>	<p>Variable independiente</p> <p>EQUIPAMIENTO COMERCIAL</p>	<p>ESPACIOS COMERCIALES</p> <p>CARACTERISTICAS DEL COMERCIO</p> <p>Aspecto socio cultural</p>	<p>X1 TIENDAS</p> <p>MERCADOS</p> <p>X2 RECURSOS DE LA ZONA ECONOMIA</p> <p>NIVEL DE VIDA</p> <p>X3 PROMEDIO DE ASISTENCIA.</p> <p>ASPECTO SOCIAL</p>	<p>OBSERVACION</p> <p>OBSERVACION</p> <p>OBSERVACION</p> <p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA</p> <p>ENCUESTA</p> <p>OBSERVACION</p> <p>OBSERVACION</p>	<p>CARTOGRAFÍA /</p> <p>GOOGLE EARTH</p> <p>FICHA DE CAMPO</p> <p>CUESTIONARIO</p>	<p>metodología científica</p> <p>Tipo de investigación.</p> <p>Cuantitativo cualitativo</p> <p>Nivel de investigación.</p> <p>analítico</p> <p>Diseño</p> <p>Descriptivo correlacional</p> <p>No experimental</p> <p>Población</p> <p>distrito de uchiza de:</p> <p>Pampa yacu</p> <p>uchiza</p> <p>barro blanco</p> <p>pampa</p> <p>san juan</p> <p>bajo porongo</p>	<p>Numero de equipamiento de comercio</p> <p>Tipología de comercio (mercado. Vecinal)</p> <p>Industria predominante</p> <p>Hito (Equipamiento característico) del lugar</p> <p>M2 Área a proyectar</p> <p>Tipo de estructura urbana predominante</p>
<p>Problema específico</p> <p>¿CÓMO SE IDENTIFICARA EL TIPO DE LOS CENTROS COMERCIALES PARA SU INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN 2021-2031. ?</p> <p>¿CUÁL ES EL TIPO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL URBANO EXISTENTE EN LA CIUDAD DE UCHIZA-SAN MARTIN?</p> <p>¿CUÁLES SON LAS ESTRATEGIAS PARA PROPONER UN MODELO DE INTEGRACION URBANA CON RESPECTO A LA CIUDAD DE UCHIZA?</p>	<p>Objetivo específico</p> <p>DETERMINAR EL TIPO DEL CARÁCTER PUBLICO DE LOS CENTROS COMERCIALES, PARA LA CIUDAD DE UCHIZA - SAN MARTIN</p> <p>IDENTIFICAR LAS DIFERENTES ACTIVIDADES COMERCIALES EXISTENTES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA - SAN MARTIN.</p> <p>IDENTIFICAR ESTRATEGIAS PARA PROPONER UN MODELO DE EQUIPAMIENTO PARA LA CIUDAD DE UCHIZA.</p>	<p>HIPOTESIS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> CONOCER BAJO LA OBSERVACION LA TIPOLOGIA DE LOS CENTROS COMERCIALES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN. CONOCER LAS DIFERENTES ACTIVIDADES COMERCIALES EXISTENTES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA CONOCER LAS ESTRATEGIAS PARA PROPONER UN MODELO DE INTEGRACION URBANA BAJO UN EQUIPAMIENTO COMERCIAL PARA LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA. 	<p>Variable dependiente</p> <p>INTEGRACION URBANA</p>	<p>TIPOLOGIA</p> <p>OFERTA Y DEMANDA</p> <p>ESTRATEGIAS DE INTEGRACION URBANA</p>	<p>Y1 ACTIVIDAD COMERCIAL</p> <p>TIPO DE CONSUMIDOR</p> <p>Y2 RECURSOS</p> <p>PROMEDIO DE ASISTENCIA</p> <p>SERVICIOS</p> <p>Y3 ACCESIBILIDAD</p> <p>VISUALIZACION</p> <p>TIEMPO DE TRASLADO</p> <p>Longitud de vías</p> <p>Ancho de vías principales, secundarios.</p>	<p>ENCUESTA</p> <p>OBSERVACION</p> <p>ENCUESTA</p> <p>OBSERVACION</p> <p>OBSERVACION</p> <p>OBSERVACION</p>	<p>FICHA DE CAMPO</p> <p>CUESTIONARIO</p> <p>CARTOGRAFÍA /</p> <p>GOOGLE EARTH</p>	<p>muestra</p> <p>SECTOR UCHIZA</p>	<p>Tipo de ciudad saludable</p> <p>Tiempo de traslado entre núcleos</p> <p>Ancho de vía principal que une los núcleos</p> <p>Ancho de vía secundaria dentro de los núcleos</p> <p>Núm. de habitantes / ha</p> <p>Distancia de separación entre núcleos</p>

10.2. ANEXO 02. OPERACIONABILIDAD DE VARIABLES

Tabla 29 dimensiones e indicadores

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ESCALA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	METODOLOGIA
V.I. MODELO DE PLANIFICACION Y EQUIPAMIENTO URBANO	CUALITATIVA Y CUANTITATIVA	CIUDAD MENOR	CARACTERÍSTICAS (N° DE HABITANTES,AREAS,. ETC.)	ORDINAL NOMINAL	TECNICAS: Observación, Encuestas, Entrevistas. INSTRUMENTOS: Fichas, Cedula de cuestionario, Hojas de evaluación, Tablas de identificación y conteo, Tablas de crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • TIPO DE INVESTIGACION : - CUALITATIVA Y CUANTITATIVA - Observacional - Prospectivo - Transversal (Las variables son medidas en una sola ocasión) - Descriptivo (El análisis estadístico es univariado)
		INTEGRACIÓN TERRITORIAL	SEGÚN PDU:SECTORES PRODUCCION AGRICOLA, COMERCIO, INDUSTRIA, ZONAS TERRITORIALES	NOMINAL		
		UN EQUIPAMIENTO URBANO	SEGÚN PDU SALUD ,EDUCACION , INDUSTRIAS, MUSEOS, OTROS.	NOMINAL		
V.D. INTEGRACION Y DESARROLLO TERRITORIAL	CUALITATIVA Y CUANTITATIVA.		RESPETO A LOS LÍMITES	NOMINAL	TECNICAS: Observación, Encuestas, Entrevistas. INSTRUMENTOS: Fichas, Cedula de cuestionario, Hojas de evaluación, Tablas de identificación y conteo, Tablas de crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • NIVEL DE INVESTIGACION - Descriptiva EXPLICATIVA
			VIVIR DE LAS FUENTES DE ENERGÍA RENOVABLES	NOMINAL		
		PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD DEL LOGRO URBANO	PRODUCIR Y CONSUMIR CERRANDO LOS CICLOS MATERIALES	NOMINAL		
			EVITAR LOS PRODUCTOS XENÓBIOTICOS	NOMINAL ORDINAL		
			RESPETAR LA BIODIVERSIDAD NATURAL	ORDINAL NOMINAL		
			REDUCCIÓN DE LA DESIGUALDAD EN EL USO DE LOS RECURSOS EN ESCALA GLOBAL	NOMINAL		
			AUMENTAR LA ECO EFICIENCIA	NOMINAL		

ANEXO 03. INSTRUMENTO DE ENCUESTA



..... INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

VARIABLE: EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACIÓN URBANA.



Cuestionario de Observación UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres:

Telefono: _____

DNI: _____

Cargo:

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA- SAN MARTIN 2021-2031”.

• INSTRUCCIONES

El presente instrumento está estructurado en (23) ítems, cuyos datos de la información suministrada servirán para la presente investigación.

ENCUESTA REALIZADA A LOS COMERCIANTES EXISTENTES DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA.

Tabla 30herramiento de encuesta

VARIABLE N° 01 DIMENSION	EQUIPAMIENTO COMERCIAL ITEM	ESCALA	
		SI	NO
ESPACIO COMERCIAL	1. ¿TIENE CONOCIMIENTO LO QUE ES UN CENTRO COMERCIAL?		
	2. ¿UCHIZA CON LAS TIENDAS COMERCIALES QUE CUENTA, SATIFASCE SUS NECESIDADES DE COMPRA?		
	3. ¿CRÉE USTED QUE ES NECESARIO UNA INFRAESTRUCTURA DE UN CENTRO COMERCIAL CON MULTIPLES SERVICIOS EN LA CIUDAD DE UCHIZA?		
CARACTERISTICAS DEL COMERCIO	4. ¿LE GUSTARIA ENCONTRAR SERVICIO DE VENTA DE ROPA, CALZADO, FARMACIAS Y SERVICIOS DE BANCO EN UN CENTRO COMERCIAL EN LA CIUDAD DE UCHIZA?		
	5. SE LE HACE MENCIÓN DE LOS SIGUIENTES CENTROS COMERCIALES PARA UNA CIUDAD MENOR COMO UCHIZA: a).- POWER CENTER (cuentan con hipermercado y mejoramiento del hogar.) , ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?		
	b).- STRIP CENTER (cuenta con supermercado y farmacias.) ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?		
	c).- LYFE STYLE CENTERS (Cuentan con un entorno al aire libre, con restaurantes y distintos locales de entretenimiento.) ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?		
	d).- FACTORY OUTLET (Se trata de aquellos comerciales con tiendas de descuento). ¿CONSIDERA USTED QUE ES ADECUADO POR LA CIUDAD?		

	6. ¿LE GUSTARIA QUE LOS PARQUES DE JUEGOS Y ORNAMENTACION VEGETACIONAL SE INTEGREN EN LA PARTE EXTERNA DE LOS CENTROS COMERCIALES?		
ASPECTO SOCIO CULTURAL	7. ¿USTED FRECUENTA UNA VEZ A LA SEMANA A LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA?		
	8. ¿USTED FRECUENTA MAS DE DOS VECES A LA SEMANA A LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA?		
	9. ¿CREE USTED QUE LOS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA BRINDAN LOS SERVICIOS ADECUADOS A SUS CLIENTES?		
	10. ¿CREE USTED QUE UN CENTRO COMERCIAL, SERIA UN BUEN SITIO PARA SOCIALIZAR CON TUS FAMILIARES Y AMIGOS ?		
VARIABLE N° 02	INTEGRACION URBANA		
DIMENSION	ITEM	SI	NO
TIPOLOGIA	11. ¿LE GUSTARIA QUE LA CIUDAD DE UCHIZA CUENTE CON UNA INFRAESTRUCTURA MODERNA PARA UN CENTRO COMERCIAL?		
	12. ¿USTED CUANDO VA A UN CENTRO COMERCIAL, REALIZA COMPRAS DE VESTIMENTA, COMIDA RAPIDA, PRODUCTOS DE BELLEZA Y STILERIA?		
	13.¿ USTEDCUANDO VA A UNCENTRO COMERCIAL MAYORMENTE REALIZA COMPRAS DE FERRETERIA, MUEBLES UTILES Y ALIMENTOS PARA SU HOGAR?		
OFERTA Y DEMANDA	14.- ¿LE GUSTARIA QUE UN CENTRO COMERCIAL CUENTE CON AREAS DE JUEGO, DIBUJO Y PITURA PARA LOS NIÑOS DE LA CIUDAD DE UCHIZA?		
	15. ¿LE GUSTARIA QUE UN CENTRO COMERCIAL CUENTE CON AREAS DE PATIO DE COMIDAS, CINE Y TIENDAS DE VENTA DE ROPA, PARA LOS JOVENES DE LA CIUDAD DE UCHIZA?		
	16. ¿LE GUSTARIA QUE UN CENTRO COMERCIAL CUENTE CON AREAS DE PATIO DE COMIDAS, CINE Y TIENDAS DE VENTA DE ROPA, GYMNASIO DE YOGA, PARA LOS ADULTOS DE LA CIUDAD DE UCHIZA?		
	17. ¿CREE QUE CON LA EXISTENCIA DE UN CENTRO COMERCIAL SE GENERARIA MAS TRABAJO EN LA CIUDAD DE UCHIZA?		
ESTRATEGIAS DE INTEGRACION URBANA	18. ¿DESDE SU HOGAR HASTA LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE UCHIZA, TARDE EN LLEGAR MAS DE 15MINUTOS.?		
	19. ¿SU HOGAR SE ENCUENTRAN DE 300 -700 METROS DE LAS TIENDAS COMERCIALES MAS CERCANAS DE SU SECTOR?		
	20. ¿LE GUSTARIA QUE EXISTIERA UN CENTRO COMERCIAL EN SU SECTOR VIVENCIAL?		
	21. ¿LE GUSTARIA QUE EL COMERCIO AGRARIO DE LA ZONA SE INCORPORE EN LAS TIENDAS DE UN CENTRO COMERCIAL DE LA CIUDAD DE UCHIZA ?		
	22. INCLUIR BANCAS, ACERAS ANCHAS, REFORESTACION CON ARBOLES. ¿SERIA UNA OPCION PARA MEJORAR LA IMAGEN DE LAS CALLES, DURANTE SU RECORRIDO HACIA LAS TIENDAS COMERCIALES?		
	23.¿LE GUSTARIA QUE EN LAS CALLES SE MUESTRE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA CIUDAD DE UCHIZA ?		

10.3. ANEXO 04. CONSENTIMIENTO INFORMADO

10.4. VALIDACIONES

10.5. PLANOS



ACTA DE SUSTENTACION VIRTUAL DE TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO DE ARQUITECTO

En la ciudad universitaria de Cayhuayna, a los 01 días del mes de setiembre de 2022, siendo las 11:00 am, se dará cumplimiento a la Resolución Virtual N°669-2022-UNHEVAL-FICA-D (Designando a la Comisión de Revisión y sustentación de tesis) y la Resolución Virtual N°844-2022-UNHEVAL-FICA-D, de fecha 23.AGO.2022 (Fijando fecha y hora de sustentación virtual de tesis), en concordancia con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura, para lo cual, en virtud de la Resolución Consejo Universitario N° 0734-2022-UNHEVAL (Aprobando el procedimiento de la Sustentación Virtual de PPP, Trabajos de Investigación y Tesis), los Miembros del Jurado van a proceder a la evaluación de la sustentación en acto publico presencial o virtual de tesis titulada: **MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACION URBANA DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN 2021-2031**, para optar el Título Profesional de Arquitecto del Bachiller **JACK EDINSON CLAUDIO GONZALES** de la carrera profesional de Arquitectura, a través de la plataforma virtual del Cisco Meeting Webex.

Finalizado el acto de sustentación virtual de tesis, se procedió a deliberar la calificación, obteniendo luego el resultado siguiente:

APELLIDOS Y NOMBRES	DICTAMEN	NOTA	CALIFICATIVO
CLAUDIO GONZALES JACK EDINSON	APROBADO	15	APROBADO

Dándose por finalizado dicho acto a las: 13:00 hpras del mismo día 01/09/2022 con lo que se dio por concluido, y en fe de lo cual firmamos.

OBSERVACIONES:

.....

RICARDO SANCHEZ MURRUGARRA
PRESIDENTE

XENIA ROSARIO VERDI CHAHUA
SECRETARIO

BETHSY LILIANA SERRANO MARIÑO
VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

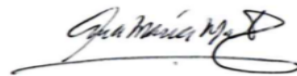
N° 047-2022- DI/FICA

La directora de investigación de la Facultad de ingeniería Civil y Arquitectura de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huánuco

HACE CONSTAR que:

La Tesis titulada **“MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACION URBANA DE LA CIUDAD MENOR DE UCHIZA-SAN MARTIN 2021-2031”** del (os) Bachiller (es) en Arquitectura : **CLAUDIO GONZALES JACK EDINSON**, Cuenta con un índice de similitud del 27 % verificable en el Reporte de Originalidad del software antiplagio Turnitin. Luego del análisis se concluye que, cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio, por lo expuesto la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias, además de presentar un índice de similitud menor al 35% establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Huánuco, 23 de setiembre del 2022



.....
Dra. Ana María Matos Ramírez
Directora de Investigación FICA

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES		
VICERECTOR DE INVESTIGACIÓN	RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA	PAGINA
	OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0		1 de 2

ANEXO 2

AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE PREGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: JACK EDINSON CLAUDIO GONZALES

DNI: **44612867**

Correo electrónico: jackclaudio@hotmail.com

Teléfonos: **968874284** Casa: urb. Huayopampa mz d lote nº 4 Celular: **968874284**

Oficina:

2. IDENTIFICAR DE LA TESIS

Pregrado	
Facultad de :	INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
E. P. :	ARQUITECTURA

Título profesional obtenido:

ARQUITECTO

Título de la tesis:

**“MODELO DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL E INTEGRACION URBANA EN LA CIUDAD MENOR
DE UCHIZA 2021-2031”**

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN		REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES		
VICERECTOR DE INVESTIGACIÓN		RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL	VERSION	FECHA
		OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL	0.0	
				PAGINA 1 de 2

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor(es):

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción del Acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, más no al texto completo.

Al elegir la opción “público”, a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web **repositorio.unheval.edu.pe**, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas paginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción “Restringido”, por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

- () 1 año
- () 2 años
- () 3 años
- () 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasara a ser de acceso público.

Fecha de firma:

12 DE SETIEMBRE DEL 2022

Firma del autor y/o autores:



JACK EDINSON CLAUDIO GONZALES