

UNIVERSIDAD SAN PEDRO

FACULTAD DE INGENIERÍA

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ARQUITECTURA Y
URBANISMO**



TITULO

**CENTRO COMERCIAL INCORPORANDO ÁREAS
VERDES COMO ELEMENTO DE INTEGRACIÓN
ESPACIAL, 26 DE OCTUBRE - PIURA 2021**

Tesis para obtener el título profesional de Arquitecta

Autor

García Quinde, Griselda

Asesor:

Carrera Soria, Edwin Alejandro

ORCID: 0000-0002-1665-4258

Piura – Perú

2022

INDICE GENERAL

Tema	Pág. N°
Índice	3
Palabras claves	7
Título.....	8
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
Metodología.....	40
Resultados.....	44
Análisis y discusión.....	95
Conclusiones.....	99
Recomendaciones.....	101
Agradecimientos.....	102
Referencias bibliográficas.....	103
Anexos y apéndice	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Técnicas e instrumentos de investigación</i>	42
Tabla 2. <i>Frecuencia de la concurrencia dentro del Centro Comercial</i>	53
Tabla 3. <i>Existencia de un lugar adecuado para realizar compras con tranquilidad y seguridad.</i>	54
Tabla 4. <i>Construcción de un centro comercial en el distrito comercial</i>	55
Tabla 5. <i>Actividades que se deben considerar para un centro comercial</i>	56
Tabla 6. <i>Productos que se consumen en un Centro Comercial</i>	57
Tabla 7. <i>Ambientes a considerar en un Centro Comercial</i>	58
Tabla 8. <i>Actividades que se deben considerar para un Centro Comercial.</i>	59
Tabla 9. <i>Tipo perfil y requerimiento del usuario</i>	61

ÍNDICE DE TABLAS

Figura 1. Superficie de Área verde Urbana	29
Figura 2. Áreas urbanas abandonadas el 26 de octubre y su mercado de capullanas durante el estado de emergencia.	32
Figura 3. Localización y Vialidad en el distrito de 26 de octubre	45
Figura 4. Plano de zonificación en el casco urbano del distrito de 26 de octubre	46
Figura 5. Mapa de peligros en el casco urbano del distrito de 26 de Octubre	47
Figura 6. Plano de Ubicación del terreno y perfil urbano de la calle A y la calle B	48
Figura 7. Aspecto sobre la frecuencia de ir a un centro comercial.	53
Figura 8. Aspecto sobre si en el distrito de 26 de octubre existe un lugar tranquilo y seguro	54
Figura 9. Aspecto sobre si es necesario la construcción de un centro comercial en el distrito de 26 de octubre	55
Figura 10. Aspectos sobre las actividades que se deben considerar en un centro comercial	56
Figura 11. Aspectos sobre que tipos de productos son los que consumen en un centro comercial	57
Figura 12 Aspectos sobre que otro ambiente considera que debe tener un centro comercial	58
Figura 13. Aspectos a considerar en las áreas verdes como complemento para el centro comercial.	59
Figura 14. Análisis formal del centro comercial en Bangkok	62
Figura 15. Vista área del centro empresarial y CL/ Brasil	63

Figura 16. Análisis formal de la fachada y volumetría del centro comercial mega plaza norte, lima	64
Figura 17. Análisis espacial del centro comercial ubicado en Bangkok	67
Figura 18. Espacios internos del centro empresarial CL	68
Figura 19. Análisis de zonificación del centro comercial en Bangkok	69
Figura 20. Análisis en el centro comercial en Bangkok	73
Figura 21. Análisis del segundo nivel del centro comercial Bangkok	74
Figura 22. Análisis funcional del centro empresarial CL	75
Figura 23. Análisis de zonas en el centro comercial de plaza norte	76
Figura 24. Concepto del centro comercial propuesto en el distrito de 26 de octubre	79
Figura 25. Análisis formal de la fachada	80
Figura 26. Análisis de la zona comercial	81
Figura 27. Distribución de la sub zona de tiendas por departamentos	82
Figura 28. Distribución del comercio complementario	83
Figura 29. Distribución de la sub zona de tiendas ancla 2	84
Figura 30. Análisis de la zona complementaria	85
Figura 31. Análisis de la distribución de la zona Complementaria y Mac	87
Figura 32. Análisis de la distribución de la zona complementaria	88
Figura 33. Análisis de la zona administrativa	89
Figura 34. Análisis de la zonificación de recreación	90
Figura 35. Corte de distribución A-A y B-B	91
Figura 36. Análisis de la distribución del corte C-C y D-D	92
Figura 37. Ingreso de la distribución con plazuela integrada	94

Figura 38. Área de integración en la parte exterior del centro comercial

94

PALABRAS CLAVES

TEMA	Centro Comercial
ESPECIALIDAD	Diseño Arquitectónico

Keywords

THEME	Business center
SPECIALTY	Architecture and Urbanism

Línea de investigación

Línea de Investigación	Proyectos Arquitectónicos
Área	Humanidades
Subárea	Arte
Disciplina	Diseño Arquitectónico

Nota. Las líneas de investigación se desarrollarán según la codificación OCDE adjunta a la Resolución de Concejo Universitario N° 04201-2019-USP/CU del 03.09.19. Fuente: USP

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado " **CENTRO COMERCIAL INCORPORANDO ÁREAS VERDES COMO ELEMENTO DE INTEGRACIÓN ESPACIAL, 26 DE OCTUBRE EN PIURA 2020** " del (a) estudiante: **GARCIA QUINDE GRISELDA** , identificado(a) con Código N° **2515100149** , se ha verificado un porcentaje de similitud del **10%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 11 de diciembre de 2023

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA: Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

TÍTULO

**Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de
integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021**

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo elaborar una propuesta arquitectónica de un centro comercial, que permita llevar a cabo actividades comerciales, recreacionales, y afines, en espacios confortables, además de incorporar áreas verdes como elemento de integración espacial, todo ello buscando amortiguar el clima que existe en el distrito 26 de octubre en Piura.

Para esta investigación, se realizará un tipo de investigación descriptiva, no experimental, usando técnicas de recolección de datos como encuestas, entrevistas y análisis de datos procesados por medio de programas como Excel y Word para la redacción y los programas de AutoCAD, ArchiCAD, Revit y Lumion para el diseño Arquitectónico.

Como resultado de esta investigación, se logró la elaboración del proyecto arquitectónico de un Centro comercial incorporando áreas verdes; permitiendo así, mayor confort y creando ambiente agradable. Logrando finalmente un proyecto que satisfaga la necesidad de contar con áreas y ambientes adecuados y potenciar la actividad comercial, así mismo crear lugares especialmente cómodos con la posibilidad de tener todo en un solo proyecto permitiendo un beneficio a la población piurana.

ABSTRACT

The objective of this study was to develop an architectural proposal for a shopping center, which allows commercial, recreational, and related activities to be carried out in comfortable spaces, in addition to incorporating green areas as an element of spatial integration, all seeking to cushion the climate that It exists in the 26 de Octubre district in Piura.

For this research, a type of descriptive, non-experimental research will be carried out, using data collection techniques such as surveys, interviews and data analysis processed through programs such as Excel and Word for writing and AutoCAD, ArchiCAD, Revit programs. and Lumion for Architectural design.

As a result of this research, the architectural project of a shopping center was developed incorporating green areas; thus allowing greater comfort and creating a pleasant atmosphere. Finally achieving a project that satisfies the need to have adequate areas and environments and enhance commercial activity, as well as create especially comfortable places with the possibility of having everything in a single project, allowing a benefit to the Piuran population.

INTRODUCCION

Los centros comerciales nacieron a partir de la evolución del mundo dado que las necesidades y forma de vida van cambiando a diario. En la actualidad, los Centros Comerciales son sinónimo de urbanismo e innovación. Se encuentran presentes en sociedades de consumo capitalistas, con el fin de ofrecer a sus clientes y consumidores un espacio donde puedan hacer sus compras y tener un momento de esparcimiento mientras disfrutan de una deliciosa comida o merienda. El centro comercial, se inscribe en el campo de la arquitectura comercial, destinada a captar público de todo tipo y edad. El proyecto se enfoca en generar propuestas de entretenimiento y puntos de reunión, así como comerciales.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo proponer un gran centro comercial que albergue diversos tipos de uso, el comercio como uso principal complementado con otros usos como recreativos y actividades de ocio, y se convierta en un punto de interacción y reunión dentro de la trama urbana en la que estará insertada. En los últimos años la ciudad de Piura se ha visto inmersa en el crecimiento de todos los sectores, por ende, se desarrollará un centro comercial que estará integrado con áreas verdes, mencionado anteriormente para esta investigación, se ha considerado los siguientes antecedentes de algunos autores y sus investigaciones que se mencionaran a continuación:

Como primer antecedente tenemos el realizado por Römer (2021) quien realizó el proyecto de un Centro Comercial en el distrito de Trujillo con el uso de sistemas pasivos de ventilación e iluminación natural que intervienen en el diseño, con el objetivo de establecer como los sistemas condicionan la realización del proyecto. Para ello el autor desarrolló la investigación mediante una esquematización metodológica en 3 fases. El método empleado en la primera fase se basó en la revisión de artículos referentes a investigaciones científicas en un nivel primario con el propósito de identificar las variables del proyecto arquitectónico precisando el tema de estudio, en la segunda fase de análisis de casos se centra en un tipo de investigación descriptiva dada a una muestra poblacional y el comportamiento de una variable en ella, también se toma en cuenta un tipo de investigación cualitativa que se basan en la observación.

Según la manipulación de variables se mantiene una investigación no experimental de igual manera basada en la observación, con el análisis de planos e imágenes de hechos arquitectónicos reales, 4 casos arquitectónicos de índole homogéneo y representativo a la propuesta arquitectónica, que ayuden a dar validez a su funcionalidad y pertinencia. Concluyendo tenemos la tercera fase de ejecución del diseño arquitectónico donde prácticamente se realiza la aplicación en el entorno específico, los indicadores arquitectónicos, de tal manera que se demuestre como influye los aspectos teóricos en un diseño arquitectónico.

Generando mayor consolidación de la información referente a la metodología tenemos a Layme (2021) que su propuesta de diseño arquitectónico de un Centro Comercial para fomentar la modernización del equipamiento comercial en la ciudad de Tacna con el objetivo de analizar las características físico – espaciales de los centros comerciales del distrito identificando los criterios y premisas arquitectónicas modernas de un Centro Comercial a partir de un análisis completo que use la correcta metodología, en este estudio el tipo cuantitativo, al basarse en procesos probatorios y secuenciales, parte de ella se limita a establecer objetivos y realizar preguntas que luego serán establecidas en el marco teórico con hipótesis y variables, se analiza métodos estadísticos que resultan en conclusiones, su alcance conllevará a una investigación descriptiva y proyectual. Se describe la situación del equipamiento comercial de la ciudad actualmente y comparando la propuesta que influye en la calidad de los servicios de interacción social y económico que permita identificar la conexión entre variables, también se proyecta el objetivo del centro comercial bien sea fomentar la modernización o dar solución a una problemática.

Del mismo modo en el análisis contextual, desde el aspecto físico espacial se considera la ubicación y localización del terreno desde el nivel regional, provincial, distrital y sectorial; lo que ayudará a identificar las características de la zona desde un punto de vista general y específico, se estudian también los linderos para identificar las medidas del terreno y las vías de acceso, la topografía, la zonificación y su compatibilidad con el proyecto que indica los parámetros urbanísticos a seguir según las normas legales, indispensable el perfil urbano de la zona bien sean viviendas

consolidadas, áreas verdes que la rodean, la altura de edificación e incluso el estado de edificación sobre todo la materialidad y sistemas que se usan en la zona para ser considerados en el proyecto de tal manera esta se relacione con el entorno, el aspecto vial considera su infraestructura y la conexión que se tiene en la actualidad que son fundamentados con el Plan de Desarrollo Urbano del Distrito, donde nos brinda información de las secciones viales y desde un análisis de campo se obtiene información de transporte, los accesos de servicios viene sean de agua, desagüe, energía eléctrica, telefonía, limpieza pública e incluso algún otro servicio que se brinde en la zona.

Las características físico naturales es otro aspecto importante al estudiar la fisiografía del terreno, es decir las pendientes para identificar las características formales del proyecto, clima para las consideraciones de sistemas, temperatura según las horas del día y su incidencia en los espacios, asoleamiento que influye en la orientación de los vanos, vientos estudiados por el promedio de velocidad por hora, humedad y geología que instruye el método constructivo de los cimientos del proyecto como de indicar prevenciones a posibles intervenciones de fenómenos naturales y la vegetación presente en la zona que puedan ser usadas dentro del equipamiento.

El resultado de estos datos informativos concluye en una propuesta arquitectónica de un Centro Educativo Regular dentro de la ciudad al ser la zona donde se plantean mayormente este tipo de equipamientos y donde más necesitados son debido al aumento poblacional, lo que con el correcto emplazamiento y diseño espacial ayuda a integrar a la ciudad y dinamizarlo.

El antecedente de Pezo y Vela (2021) que propone un Centro Comercial con características bioclimáticas, esquematiza de manera específica los tipos de usuarios que harán uso del centro comercial según los aspectos cuantitativos como los aspectos cuantitativos, se menciona el personal administrativo quienes administran, controlan y supervisan el establecimiento principalmente, los vendedores y clientes quienes realizan la venta y compra de artículos en tiendas, cajeros quienes realizan movimiento y guardado de dinero como atención al público y el público en general que realizan actividades de esparcimiento y socialización.

Del mismo modo el análisis contextual previsto en el estudio realizado por Cavero y De la Cruz (2021) de un centro comercial de segunda generación para el distrito de Parcona está fundamentada por aspectos naturales, legales y costumbristas, todo ello con el objetivo de consolidar en el tema económico, de esparcimiento, funcional y ocio de los usuarios, que genere un crecimiento formalmente laboral, concertación de espacios y sobre todo cubrir las necesidades del usuario, es así que se identifica el contexto del terreno entre vías principales denominadas avenidas para su fácil acceso, cabe mencionar que se debe analizar el estado de las vías donde se encuentren en buen estado y contar con las dimensiones adecuadas, se analiza la topografía del terreno bien sea plana o con pendientes que interferirán en el diseño de proyecto, se incluye en ello la morfología del terreno es decir los linderos del mismo para identificar su forma regular o irregular, que según la trama urbana sigue una determinada forma, y mantiene ciertos equipamientos ya existentes muchos de ellos aportan significativamente como los equipamientos municipales, lozas deportivas, parques, plazas, postas médicas y equipamientos de otros usos.

En el antecedente de Narváez (2019) identifica al usuario a partir de un estudio y definición del mismo, el estudio abarca la selección de la zona a intervenir, el rango de edad de usuario principal que hará uso del proyecto, con el rango de 18-65 años de edad, a partir de ello se plasma los criterios y consideraciones para el objeto arquitectónico a partir de dos tipos de usuarios, usuario permanente que son los consumidores, tanto locales quienes realizan compras constantes y regionales que vienen de otros distritos, los clientes quienes realizan servicios de entidad privada o pública o de un profesional, y los compradores de algún producto o unidad. Otros usuarios permanentes son los agentes, que engloba a los administradores, agentes bancarios, comerciante, vendedores, cobradores, cocineros, personal de limpieza, mantenimiento y seguridad. Mientras que los usuarios Temporales quienes asisten al centro comercial de manera eventual, al considerar el lugar como un punto de encuentro, en busca de información, espectadores, distribuidores e inspectores de calidad y seguridad entre otros.

Según el estudio, las necesidades de los usuarios se basarían en su llegada, el desplazamiento dentro del equipamiento, parqueo de vehículo, principalmente en la compra, selección de productos, alimentación, necesidades fisiológicas, recreación, sociabilización, actividad bancaria, entretenimiento, actividad lúdica y posible emergencia y urgencia, a partir de ello se logra identificar las zonas que se plantearan en el centro comercial y sus ambientes con todos los mobiliarios necesarios. El análisis nos resulta en considerar un rango amplio en el uso de la infraestructura debido a las distintas actividades que se pueden realizar, tanto utilitarias como las de recreación, ya que se puede considerar proponer espacios de sociabilización a partir de la integración de áreas verdes, que le den un distintivo como centro comercial y que genere bienestar a los usuarios que hacen uso del establecimiento.

Prosiguiendo con los antecedentes investigados, en este punto se intenta otorgar al usuario una parte fundamental del desarrollo del proyecto arquitectónico buscando una conformidad y solución a sus necesidades, es por ello Vizcarra y García (2017) proponen un centro comercial que busque un desarrollo dentro del nuevo sector comercial de la ciudad de Iquitos, que proponga diferentes actividades sociales, donde genere una recreación de un comercio minorista y que responda a las necesidades actuales y futuras de la población de Loreto que abarca un total de 23.455 personas donde se estima con la investigación realizada que las familias están conformadas por 4 personas, que da como estudio que solo 1 por familia visitaría el centro comercial y dando pie a repotenciar el empleo y el crecimiento económico. En el criterio funcional se propusieron 3 zonas, Zona comercial, administrativa y de servicio, lo que genera se genera es un cine subterráneo que llegue a predominar dentro del proyecto y generar una atractiva función debido a su ubicación y espacio acogedor, cuenta con una circulación lineal dentro que permita fomentar la mayor cantidad de asistentes dentro de las galerías y comercio interno, como resultado el autor busca las necesidades y las convierte en soluciones dinámicas y fluidas para garantizar un proyecto acogedor y comfortable.

Por otro lado, Rivera (2020) donde con el objetivo de un diseño arquitectónico de un centro comercial, integra un sistema fotovoltaico en la ciudad de Huaraz, donde la conceptualización del diseño arquitectónico se rige en generar elementos circulares que logren conectarse en un tramado que conduce a otros espacios. La composición de la edificación es generar la interrelación con los mismos usuarios permitiéndoles tener un mejor recorrido y así logrando una buena visión dentro y fuera del recinto, el proyecto busca como criterio formal volúmenes que resuelvan una zonificación mas uniforme con todo el conjunto mediante la utilización de sus elementos arquitectónicos que logren representar una propuesta equilibrada.

Así mismo el siguiente autor menciona la forma donde busca proyectar la identidad del Callao mediante su organización y el tratamiento espacial durante en todo el recorrido del complejo, es así que Ochoa (2021) quien considera objetivo principal el diseño de un Centro Comercial en el Sector del Callao como un punto de entretenimiento, de encuentro y diversión. El estudio toma en cuenta la metodología descriptiva que brindara como investigación fundamental para el desarrollo del análisis de un Centro Comercial en la parte norte del Callao, donde la población tiene una identidad muy marcada por la música, su comida, el deporte, el arte urbano y de presentar el mayor puerto marítimo del Perú, fue criterio para la conceptualización de su proyecto, es de esta manera como la forma presenta en la parte central un volumen jerarquizador vidriado para generar el ingreso considerándolo como el Callao Monumental y desde donde salen un tipo de brazos abiertos elevados, al estar suspendidos sobre pilotes con muros cortinas, el tratamiento de esta fachada presenta ondulaciones que se visualizan como soporte hasta el primer nivel, que serían las ondas del mar debido al puerto que tiene el litoral “Chalaco”, que genera cierta armonía entre lo compacto de los volúmenes y el ritmo de las ondulaciones, mientras que los espacios que se van generando en la pared se propuso darle un uso para el arte urbano de la población.

Este tipo de organización espacial central genera la sensación de integración desde la entrada debido a los brazos abiertos que invita a la población ser parte de ella, la entrada del complejo se jerarquiza con un espacio más monumental donde empieza el tratado con áreas verdes y mobiliario urbano para que el usuario se sienta acogido, desde este espacio se relaciona de forma directa con la parte central, de donde parte y organiza los recorridos para dirigirse a 3 zonas planificadas como plazuelas condoble altura en el primer nivel, donde se puedan realizar juegos lúdicos, que brinda una sensación de amplitud con mayor iluminación y ventilado, a pesar de estar techados por motivos climatológicos, los desplazamientos simples en su recorrido generan una fácil orientación para el usuario con zonas de descanso y socialización en todos los pisos con áreas verdes y mobiliario urbano para sentirse acogido durante el recorrido, de esta manera el resultado es establecer de un centro comercial en una zona escasa de equipamientos tanto comercial y de recreación, y ejercer un mayor equilibrio en la distribución del Callao considerando en el proyecto la identidad bien marcada de la población con llamado sabor del Callao y su puerto marítimo de gran importancia, de esta manera se satisface las necesidades existentes tanto comercial y de socialización que acoja a la población mediante su identidad “Chalaca”.

En la misma línea del criterio formal esta Rodríguez (2019) quien plantea el diseño arquitectónico que corresponde a un centro comercial los ferroles utilizando técnicas de arquitectura solar pasiva, dando como resultado un diseño dinámico, convirtiendo la edificación en un lugar más adecuado para el uso comercial, dando un confort en la parte formal, con muros inclinados, muros de formas verticales frente a los espacios de áreas libres, de igual manera dando un mejor aprovechamiento a las visuales con formas inclinadas que conforman el entorno volumétrico de la edificación, generando un parte central, con una tipología de carácter distrital, que se organiza por amplios espacios libres y tiendas a sus alrededores, unidas por pasajes conectores y accesos que se dan de manera horizontal y vertical con una estrategia solar beneficiando a una reducción ambiental, la superficies esculturales corresponden a la forma de diseño y tecnología modular, brindando al edificio una máscara decorativa funcional.

En lo que se refiere a las consideraciones del criterio espacial, se busca proporcionar espacios que sean confortables, proponiendo espacios amplios, espacios que direccionan al patio central, de igual forma utilizando grandes ventanas logrando una óptima iluminación y ventilación de todos los ambientes, logrando una edificación más natural a su contexto, el objetivo del proyecto es construir un equipamiento comercial donde se pueda llegar a cubrir todas las necesidades del público. Espacialmente los ambientes se relacionan con un eje central, logrando poder llegar a cada rincón del proyecto mediante una circulación lineal y poder conectar espacial y visualmente las zonas comerciales, proponiendo una edificación más proporcional en cuanto al contexto y ambientes, así mismo las circulaciones principales de los consumidores se realizó con un mayor esparcimiento y proporción en la escala de jerarquía logrando una circulación más rápida y fluida.

Por otro lado tenemos a De La Cruz (2018) quien propone de igual forma un centro comercial Nuevo Horizonte como crecimiento Endógeno de Pachacutec, de acuerdo a su análisis formal del proyecto arquitectónico, el autor adopta un punto de vista estructural y regular en su proyecto donde se emplaza en el contexto de una forma rectangular, logrando obtener un juego asimétrico y dinámicos en las fachadas que obtiene formas estratégicamente pensadas para su tipología, en cuanto a su conceptualización el autor toma la inspiración de la forma física de un tablero de ajedrez, generando un patio representativo de carácter de forma para el usuario, usando la psicología de las personas obteniendo un volumen regular y completo. La edificación desarrolla un eje en forma de cruz en la parte central del proyecto permitiendo así un eje principal que va a direccionar a las demás áreas, creando alameda recreacional y jugando con las vistas que ayudan al proyecto a poder conectarse con su entorno, haciendo que sus volúmenes puedan tener vistas sorprendentes y proyectándolas a tener una relación con los espacios libres y abiertos.

Ya analizado la parte formal, el autor en su investigación en el criterio espacial en proporción a lo investigado, cuenta con una magnitud de espacios totalmente abiertos, cambiando las áreas y dimensiones dependiendo el uso, generando espacios públicos con áreas verdes logrando mimetizar el espacio con la naturaleza, dando como resultado una sensación de tranquilidad y fluidez dentro del ambiente, las circulaciones son tienen pensando ser prioridad ante el usuario debido a la magnitud de uso, se plantea tener visuales y ventanales amplios dando un mejor flujo de iluminación y confort, dando como resultado a como el autor resuelve los flujos y ambientes, sin perder la necesidad del usuario, integrándolo y haciéndolo participe con las condiciones que va obteniendo dentro y fuera de proyecto.

El siguiente antecedente se enfoca en la relación forma y función para establecer la distribución de los paquetes funcionales a partir de la organización, tenemos así a Céspedes y Montoya (2019) quienes mencionan como objetivo diseñar un equipamiento de uso público brindando servicios de seguridad, confort y calidad en un Centro Comercial de tipo Mall. El autor emplea la metodología descriptiva, llegándose a basar en la recolección y descripción de la información, donde se fundamenta mediante las encuestas a los usuarios, para generar una compatibilidad con el proyecto. En cuanto a la formalidad según los casos estudiados donde la tipología es de contar con volúmenes de gran proporción y compactos para aprovechar de mejor manera los espacios en su interior, el autor planteó de volúmenes regulares y puros, organizados en forma lineal para crear un eje organizados donde se diseñe plazas y propongan mobiliarios como idea rectora debido al concepto de “integración y fluidez” del proyecto, infraestructura presenta un lenguaje arquitectónico compactos pero con grandes ventanales para la exposición de tiendas, la organización de los 4 volúmenes en eje lineal genera un fácil recorrido para los usuarios, para agregarle el equilibrio se tomaron en cuenta coberturas en todo el eje lineal que empieza desde la entrada principal tratado como una plaza con techos en arco que permitan darle mayor altura generando cierta jerarquía formal pero con ligereza y dinamismo.

En cuanto la funcionalidad el autor determina un eje lineal espacial, con tratamiento de plazuelas y mobiliarios urbanos para la estadía de los usuarios, que organizará las distintas zonas funcionales donde considera 07 de ellas, Zona de Supermercado, Z. de comercio, Z. de entretenimiento, Z. de comidas, Z. de servicios y Z. Administrativa que estarían techadas y relacionadas funcionalmente con el eje lineal, mientras que la zona de estacionamientos se ubicaría por el ingreso principal donde están ubicadas también las agencias bancarias y el supermercado al ser ambientes de mayor actividad funcional, el eje lineal, donde se concentraría la mayor frecuencia de uso por los usuarios, se dispuso de tiendas pequeñas hasta la parte central donde se ubica el patio de comidas que al mismo tiempo se relacionan con las tiendas grandes, la sala de cines y gimnasio, mientras que en el segundo nivel se ubican los espacios complementarios a cada tienda ancla. Como resultado se presenta el diseño de un centro comercial moderno que cumpla las expectativas de la población y la gestión privada, basado en la fluidez e integración que involucra los aspectos funcionales, formales y espacial con la simpleza de su diseño al establecer un eje organizador lineal para un seguro y rápido recorrido del usuario sumado a esto una arquitectura colorida para que sea de más atractivo a la vista.

En el siguiente antecedente se toma el criterio de la parte funcional donde Palomino (2018) tiene como objetivo realizar un diseño de centro comercial con una certificación Leed revalorando los espacios públicos, que tiene como propósito generar ocho zonas para poder lograr una mejor acogida del usuario a toda la edificación, donde en primer lugar coloca la zona de comercio frente a las avenidas generado una mejor ubicación de gran tamaño para sus tiendas, convirtiendo tener una mejor relación con el exterior, de igual forma colocando la zona administrativa en la parte central generando una mejor función de atención para el público, produciéndose una conexión con la zona de servicios generales y zona comercial, los ejes que se tomaron en cuenta tanto interna como externamente en el proyecto arquitectónico proporcionan que los habitantes y comerciantes puedan tener un punto de encuentro más fluido y evitando accidentes.

Así mismo como resultado conlleva a que el autor analice cada punto de las zonas, cada ambiente generando que cada uno pueda llegar a tener una mejor comunicación con otras zonas, emplazando así áreas relativamente más funcionales, integrando al usuario con la edificación, obteniendo una ordenada y eficiente distribución de las zonas.

Prosiguiendo con el siguiente antecedente, encontramos a Luna (2017) que tiene como objetivo el confort del usuario dentro del centro comercial y busca lograrlo por medio del control de temperatura y un ambiente óptimo con espacios de esparcimiento y ocio para el desarrollo de sus actividades en la ciudad de Catamayo, Ecuador. En cuanto a la función, cuenta con 2 pisos y una planta subterránea, los espacios están planteados alrededor de un espacio central, en la zonificación de la planta subterránea encontramos entrada de parque y parqueadero, local comercial, áreas de servicio, vestíbulos y circulación vertical, en la primera planta cuenta con, locales comerciales que se encuentran alrededor del vestíbulo y espacio central, y por último en el último piso, encontramos áreas de esparcimientos y recreación, todos los espacios antes mencionados se conectan por medio del vestíbulo y espacio central que en los pisos superior crea doble y triple altura dando la sensación de libertad por encontrarse en un espacio amplio y abierto, la circulación la encontramos nucleada en la parte inferior del espacio central, cuenta con ascensores y escaleras, uno frente a otro. En cuanto a la forma, tiene como partido arquitectónico la trayectoria solar y de vientos, siguiendo la forma del terreno, es así que se obtiene un volumen rectangular con 2 sustracciones, una en la parte del ingreso y otra en el centro que terminaría siendo el patio central, es así que el proyectista obtuvo la forma. Este proyecto toma en cuenta el confort lumínico y de temperatura, teniendo elementos de control de temperatura, en la parte superior del espacio central, ya que la incidencia solar es mayor por ese espacio, así como por los amplios ventanales que se encuentran en el centro comercial, y también gracias a esto, cuenta con una buena iluminación, lo que a su vez reduce el consumo de energía eléctrica.

Este proyecto tiene como resultado el diseño de un centro comercial, que aplico criterios de función y estética, además de principios bioclimáticos, los que aumentaron el confort dentro de este, usando diferentes técnicas como amplios ventanales y elementos para el control de la incidencia solar y de vientos.

A continuación, veremos el siguiente antecedente, donde se analizará el contexto y la forma en el que se realizó el proyecto para observar la relación que existe entre ambos, es así que Dordan (2017) tiene como objetivo elaborar la infraestructura de un centro comercial que tiene como objetivo contribuir al proyecto inmobiliario que se proyecta a sus alrededores, ya que se encuentra en una zona prestigiosa del Perú, siendo una está entonces una importante inversión, profundizando entonces un poco más en su contexto, el terreno se encuentra ubicado en Miraflores, en una esquina frente a 2 vías importantes del lugar, esta zona está clasificada como R4, que se considera en un desarrollo acelerado, en cuanto al entorno, podemos encontrar zonas residencial y comerciales, como lo son el Conjunto residencial Santa Cruz, Espacio de esparcimiento de Golf, así como los edificios de lujo ubicado alrededor de estos de unos 15 a 20 pisos, y zonas comerciales de Miraflores que pueden alcanzar hasta 10 pisos, en cuanto a los edificios que se encuentra en el entorno inmediato al terreno, encontramos un hotel 5 estrellas, y el terreno de un centro empresarial, el terreno tiene forma de polígono de 5 vértices, formando una punta para el lado que se encuentra en la vía principal, aunque el terreno es recto por todos sus lados, la propuesta formal del proyecto busca romper con esto, por ellos la forma tiene concepto en un diagrama, que da como resultado una forma ovalado con un centro libre en él y dejando dos elementos que sobresalen de este hacia los accesos al terreno, este proyecto cuenta con 8 niveles, podemos observar que la jerarquía de nivel se encuentra en el centro de este, con un volumen elevado sobre el centro del anterior, que da la sensación de estar hecho solo de cristal, y con una torre dentro de este, mientras que los volúmenes más bajos los encontramos en los extremos, que serían los brazos que salen de la forma mediana, que cuenta con techos verdes.

Se concluye de este proyecto que además de cumplir con los requerimientos para el estilo de vida que se lleva en la zona y relacionándose con la zona de comercio que se encuentra en el contexto, este aportaría para la venta de los proyectos inmobiliarios que se encuentran en los terrenos aledaños a el proyecto, dándoles además de un mayor costo inmobiliario, el cumplimiento de las necesidades de equipamientos para un proyecto de urbanización.

En el siguiente antecedente, se analizará la función que cumple el área verde en este, así como el emplazamiento e importancia que se le dio dentro de este proyecto, es así que Sono y Uchoa (2019) tiene como objetivo el diseño de un centro comercial, que también ayude con mejoras en la zona propuesta, por ello se consideró a el paisajismo con áreas verdes uno de estos aportes de mejora, además de dar atractiva dicha infraestructura por los interesantes recorridos y vistas que se crearan alrededor de este, llamando así la atención al usuario y mejorando la vista del sector. En cuanto a la forma de este proyecto, tuvo su conceptualización en un diagrama con un espacio central y 3 líneas que convergen en este, es así que se obtuvo la forma, dejando dicho centro como espacio de socialización, gracias a esto, la forma tiene una organización radial, siendo los volúmenes los que se encuentran alrededor de dicho espacio, creando de esta forma, con las líneas antes mencionadas en el concepto, los espacios de circulación, lo que 3 ejes de circulación peatonal. Entre los diferentes volúmenes podemos observar un juego de niveles, lo que le da movimiento al proyecto, y teniendo como volumen principal, al que se encuentra de cara a la avenida principal, dando jerarquía en el nivel, siendo este mayor a los demás. En cuanto al área verde para la creación del paisajismo, podemos encontrar al terreno rodeado de estos, creando espacios dinámicos para el usuario, estos van siguiendo la forma del terreno, así como de la volumetría, y dejando entre si alamedas para una circulación recreativa, podemos encontrar la mayor concentración de área verde en el ingreso, que es un espacio amplio, así como también en la alameda que conecta al estacionamiento con el resto del centro comercial.

De este proyecto se obtuvo como conclusión, que fue de gran importancia los estudios previos de la zona y el terreno, para plantear un proyecto que se adecue a las necesidades y requerimientos de este, además de la ubicación, el aporte del paisajismo con áreas verdes está pensado para la afluencia del usuario al centro comercial, tratando de esta manera de asegurar el éxito de este, así como el mejoramiento de la zona donde se encuentra.

La investigación busca recopilar información necesaria para el desarrollo formal y espacial para el proyecto, donde se pueda llevar conocimientos estratégicos en cuanto a la organización y las relaciones que se podrían generar y brindar en el estudio. Así mismo Villena y Cangalaya (2017) en su tesis para optar el título profesional de arquitectura proponen el diseño de un proyecto arquitectónico de un Centro Comercial y de Entretenimiento en San Juan de Lurigancho, para poder llegar a satisfacer la demanda existente del consumidor en el distrito. De igual manera en la investigación del análisis formal sustentan que el proyecto está basado en la conceptualización de un eje estructural central donde los ambientes comerciales o tiendas jerarquizan posicionándose a los extremos y locales comerciales en el intermedio que llegan a generar 3 niveles escalonados, que permiten la creación de algunos espacios públicos y terrazas. Se organiza con elementos principales que forman una Plaza Central ayudando a la volumetría a generar espacios amplios y permitiendo una planeación urbana de un boulevard en la berma central y es por ello que la infraestructura cuenta con desniveles donde brindan áreas de reunión.

Por consiguiente, en el criterio espacial los autores argumentan que los flujos tanto vehiculares como peatonales son de manera vertical y lineal en donde consideran corredores amplios debido a las tiendas a su alrededor, generando una organización transitada linealmente, pensada para los usuarios puedan llegar a sentirse en ambientes más abiertos y puedan llegar a recorrer todo el centro comercial y con un entretenimiento en su totalidad. Los autores obtienen como resultado la elaboración de una propuesta arquitectónica con puntos de implementación en el criterio del diseño proceso de formación en el estudio.

En este antecedente se propone el mejor entendimiento de poder llegar a la representación formal de la edificación mediante puntos principales que ayudaran a la conceptualización y un lenguaje arquitectónico de un Centro Comercial. Es por ello que Sinticala y Paye (2019) proponen una infraestructura relacionada a un Centro Comercial Norte Akto Puno que brinde las necesidades y actividades para los pobladores del Centro de Alto Puno, donde se analizó una de los criterios del autor es análisis formal donde utiliza formas que tenga una mínima utilidad de tamaños, colores y que pueda dar pie a un funcionamiento y conservación del proyecto basándose en rasgos y características que puedan tener una teoría de la arquitectura Minimalista, donde utiliza formas regulares y horizontales permitiendo un equilibrio con el entorno y a su vez usando colores que simbolicen los colore primarios y la suavidad en ellos, el emplazamiento de los volúmenes responde a la iluminación y ventilación que llegara a brindar ubicando la parte principal frontalmente debido a la iluminación directa a las habitaciones, el volumen 2 de forma incrustada permite que se encuentre directamente alineado con el nacimiento del sol, permitiéndole a la edificación llegar a un punto de una relación adecuada entre la superficie ocupada y libre, logrando espacios abiertos y compatibles con el terreno y el proyecto arquitectónico.

Siguiendo con otro punto específico es el análisis espacial que el autor plantea una organización donde los accesos se organizan mediante un conjunto estableciendo una totalidad del dominio del terreno generando así, un recorrido que llegue al total de las instalaciones del centro comercial y a los estacionamientos sin tener un tipo de conflicto, los ambientes son ventanas cubiertas frente al clima existente de la ciudad de Puno, donde consiguen una sensación de fluides en cuanto al recorrido de la iluminación natural.

El resultado que se llega a obtener es el compromiso de intercambio arquitectónico y ecológico de la edificación buscando el entorno natural y un confort para el usuario.

Es importante analizar antecedentes con la segunda variable que son Áreas Verdes, puesto que se pretende ver la integración de esta variable en los equipamientos, es así que tenemos como antecedente a Piaggio (2014) que propone un proyecto que se desarrolla a partir de una definición objetiva de generar un centro de capacitación con la finalidad de promocionar y llegar a generar conciencia al usuario la práctica de la agricultura urbana, produciendo una mejor calidad de vida para los habitantes urbanos y poder mejorar el paisaje urbano generando beneficios ambientales, económicos, salud y nutrición, el proyecto formal está desarrollado a partir de la idea de las zanjas de campos de agricultura, es por ello que se plantea una parte de zanjas generando ejes paralelos bien definidos que ayudaran a crear un relación constante en el proyecto, obteniendo una entrelazamiento entre el parque y proyecto generando una relación entre ambos. A si mismo generan zonas que serán destinadas para áreas verdes abriendo paso a una trama lineal más marcada donde plantea una plaza hundida que brindara al proyecto una plaza hundida que llegara a servir como un espacio intermedio entre el parque y el proyecto, generando una plataforma de techo verde.

Otro de los criterios fundamentales que se tomaron en cuenta en es el análisis espacial donde genera un fluido y una conexión de los ambientes interiores con el espacio exterior, donde genera visuales amplios y flexibles con el entorno y llegando a brindar espacios de acondicionamiento adecuados y permitiendo un confort y sensación más amplio debido a la ventilación e iluminación natural con techos y paredes verdes. El autor obtuvo como resultado de este proyecto el diseño centro de capacitación y Producción de Agricultura que guía a criterios arquitectónicos de los cuales enfatiza en lo formal y espacial conociendo su conceptualización y su criterio fundamental para el desarrollo de esta investigación.

En el siguiente antecedente tiene como proyecto el diseño de un complejo residencial estudiantil que toma en cuenta el uso de espacios verdes que será factor para una mayor calidad ambiental, en esa línea tenemos a Llampén (2016) quien tiene como objetivo identificar como el uso de los espacios verdes se va a relacionar a los aspectos de calidad ambiental al realizar el diseño de este complejo en el sector de San Isidro. de esta manera el proyecto se concibe como un establecimiento de integración

y reunión, donde todas las partes estén en equilibrio, se conviva y socialice para ello la función de los espacios se ve zonificado principalmente por 7 zonas: donde la zona social y privada son las de mayor relación, junto a la Zona Recreativa donde se encuentran las áreas verdes de uso recreativo activo y pasivo tanto para los usuarios del complejo y para la población, para ello se marcan las circulaciones tanto abierta que permite el recorrido público y la circulación interna semipública tanto para un público autorizado y los estudiantes donde se puede realizar este tratamiento de espacios verdes tanto en el primer nivel con plazas y jardines como en los demás pisos dándoles un tratado de área verde en sus techos que le agregaría un uso a estos espacios para relacionarse entre usuarios.

Para el tratamiento espacial de acuerdo a la variable de espacios verdes que se relaciona con los aspectos de calidad ambiental por cada habitante que hace uso del complejo, se propuso de diseños de plazas verdes de gran tamaño que son aprovechados como espacios de encuentro permitiendo distinguir las zonas recreativas y públicas con tratamiento ajardinado, vías arboladas, y para la parte interna agregarle jardines interiores como techos verdes para los pisos superiores que genera cierto encuentro e integración durante todo el recorrido dentro del equipamiento que disminuye el ruido ambiental otorgando mayor confort a los usuarios durante su estadía que podrán sentir la relación de lo común y privado en el complejo, es por ello que el autor recomienda tomar en cuenta en análisis tanto del usuario como del exterior para tener un tratamiento más homogéneo, es decir ser más integrador y pertenecer al mismo. De esta manera el resultado al que llegó el autor es de como los espacios verdes ofrece mayor calidad ambiental a los usuarios que hacen uso del complejo, esta variable permite ser aprovechado tanto para los usuarios principales como a la población mediante el tratamiento de plazas y vías arboladas durante el recorrido, además de agregar un mejor aspecto estético al sector de San Isidro.

Para la siguiente tesis también se recurrió a la fundamentación científica, que complementa a esta investigación, es así que con respecto a la variable Centro comercial es en donde se busca de una entidad establecida en los Estados Unidos de América donde ICSC International Council of Shopping Centers (2008) define un

Centro Comercial como un grupo de negocios que son minoristas y otros establecimientos comerciales, llegan a ser desarrollados, planificados, pertenecen y son administrados por una sola propiedad. Que busca una orientación de centro y en lo general determina como las características de un mercado y de espacios que influenciados y busquen prestar servicios a la comunidad o al centro. Se divide en las 3 configuraciones, cerrado, abiertos y los centros híbridos.

Con respecto a la segunda variable de esta, que son las áreas verdes, estas han formado parte fundamental del urbanismo y arquitectura en los últimos años, son importantes para considerar que un proyecto cumple con las características para una buena calidad de vida de los usuarios, es por ello que Ebrard (2010) nos dice que, actualmente las áreas verdes, se encuentran provistas de diferentes tipos de vegetación y se busca que garanticen sustentabilidad en zonas urbanas donde se encuentren localizadas, de este modo, se ha basado el concepto anterior, de que las áreas verdes solo cumplían un rol estético en el urbanismo, igualmente comenta que, por consecuencia del aumento de calidad de vida donde se encuentran áreas verdes, las propiedades alrededor de estas, aumentan su valor económico, otro beneficio de este se encuentra en el campo psicológico, ya que el ambiente que crean las áreas verdes con los arbolados repercute de una manera directa en el ánimo del usuario, dando una sensación de tranquilidad, por ende disminuyendo el estrés. Y es por ello que el autor recalca de igual manera la importancia de fomentar la cultura, respeto y cuidado de estas áreas, ya que favorecen a toda la población.

Así mismo, la **justificación** de la presente investigación plantea el crecimiento poblacional en la ciudad de Piura, las actividades comerciales y el aumento de parques automotores, están generando un equilibrio negativo para la propia ciudad, debido a que no está se está considerando espacios para el área verde, que puedan ayudar a tener un ritmo entre el área verde y la demanda de oxígeno. Mundialmente hay 1m² por persona de área verde, lo cual el premio que indica la Organización Mundial de la Salud (OMS) debe existir y de recomienda entre 9 y 12 m² de área verde por habitante. Expertos indican que la ciudad de Piura no se encuentra con el estándar que indica la OMS, debido a que la ciudad cuenta con 500 000 habitantes, lo cual el área verde solo

llega a 1.75m², esto indica que es 8 veces menos que el promedio mundial dando como efecto que los pulmones no son suficientes para cubrir toda la población piurana.

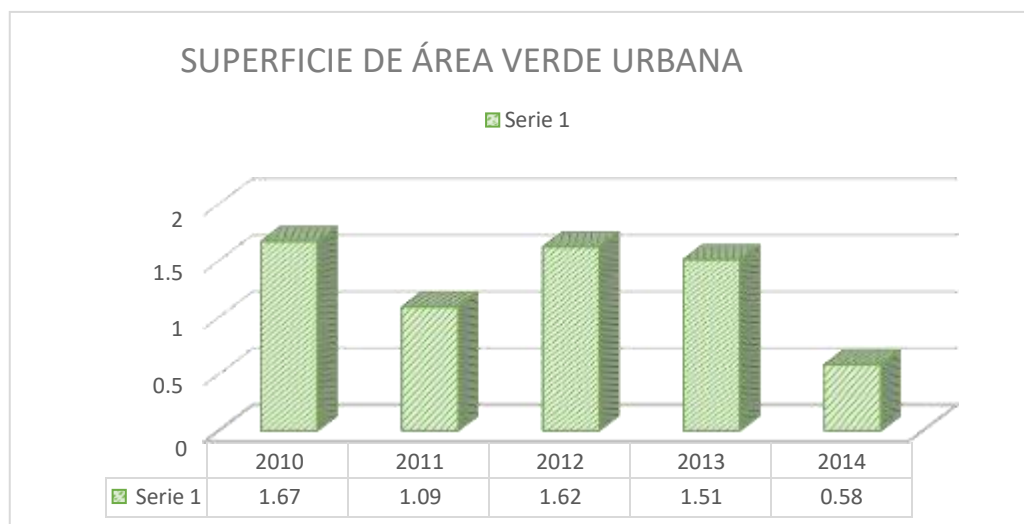


Figura 1. Superficie de área verde urbana.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Piura en la actualidad cuenta con 45 000 m² de Áreas verdes, 2800 plantones ornamentales instalados y 40 mil especies forestales, así mismo la gerencia del Medio Ambiente, población y salud de la municipalidad de Piura indica que los ciudadanos deben aprender a valorar la importancia que tiene las Áreas Verdes, de igual manera se debe implementar a fin de maximizar y generar la integración con el diseño de redes de espacios destinados a usos verdes, de tal manera se pueda llegar a desarrollar índices de biodiversidad para generar porcentajes de un confort urbano sostenible, ayudando a satisfacer y mejorar la calidad de aire, el agua , dar una protección para la biodiversidad, reduciendo la erosión, diseñando espacios seguros y bien mantenidos con la finalidad de proporcionar a los habitantes y a la comunidad.

Por otro lado, el aporte científico de la investigación y del proyecto como tal radica en ser una fuente de reflexión y consulta de tal manera que profesionales, ya sea en el rubro del diseño arquitectónico u otra profesión, que estén en la búsqueda de una propuesta referida a la implementación de áreas verdes como un elemento sostenible tanto para un centro comercial en la ciudad de Piura, como también para ser llevado a cabo en otro proyecto, que ofrezcan espacios confortables dentro de un equipamiento

de gran concurrencia de personas además de diseñar elementos arquitectónicos que no necesiten de gran mantenimiento como el de agregar puntos estéticos interesantes, todo ello a partir de una fuente de investigación a base de análisis y recolección de datos fiables con el uso de fichas de observación y análisis, encuestas y entrevistas como instrumentos de recolección de datos.

De esta manera el proyecto se contempla como una propuesta para el gobierno local, a fin de que se estime proyectar respuestas concretas y objetivas ante una problemática de la falta de áreas verdes para la población como lo recomienda la OMS como para el bien sostenible del medio ambiente, ser planteadas en centros comerciales al ser de mayor uso en la ciudad de Piura tantos por la población y extranjeros, que como lo menciona el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial durante el IV Foro Interetail 2019, el aumento de números e inversión en los siguientes 3 años para centros comerciales para provincias presenta un 25%, y que dentro de ellos Piura es considerado la tercera provincia con más centros comerciales en el país, lo que plantea dar un mayor énfasis en el tratamiento para este tipo de equipamientos con soluciones confortables y sostenibles con soluciones arquitectónicas en el proceso de diseño de espacios verdes en un centro comercial de Piura.

Ante lo mencionado, La **problemática** nos brinda el desarrollo de generar nuevos centros comerciales, llega a dar nuevas oportunidades de negocios en todo el país, de igual manera abre las puertas a un crecimiento económico, restaurando nuevas marcas y generando nuevos centros comerciales que lleguen a elevar estándares de competencia en bodegas, en donde las necesidades de generar una reinversión para poder ser atractivas para el usuario o consumidor brindando un mejor servicio, pero al no existir un equipamiento los trabajos laborales para los habitantes están en un crecimiento deficiente, generar empleos informales, sin ganar experiencias laborales y una disminución del desarrollo de los negocios que se encuentran alrededor de la zona, el pensar de un centro comercial es ideal para que, de igual manera en el sector urbano aporta un dimensionamiento de revalorización urbanístico y evitando su degradación y ayudando a la dimensión ambiental urbano generando una calidad de vida urbanística y así ayudando al distrito de 26 de octubre pueda generar una mejor actividad social,

que brinde y atraiga miles de visitantes y compradores, que usen el comercio y el servicio para su bienestar, pero se está perdiendo el querer reforzar así las funciones urbanas de la misma ciudad, compactando y favoreciendo a su alrededor urbano, como los equipamientos; edificios, viviendas y locales aumenten en la red de espacio y las edificaciones públicas.

Otra causa directa que influye en la problemática es la inexistencia de equipamientos con los requerimientos arquitectónicos óptimos para un Centro Comercial en el distrito de 26 octubre, donde se proyecta al comercio como principal promotor en la dimensión económica debido a pequeñas empresas y talleres de cerrajería, carpintería y mecánica, muchos de ellos informales, en un distrito de proceso de formación y constante expansión que cuenta de gran área para su crecimiento urbano, un tanto desordenado, pero que implicaría el incremento poblacional constante y la influencia industrial y comercial, considerado uno de los mejores distritos debido a su ubicación y cercanía a la capital que deberán ser aprovechados con la inversión para equipamientos como un centro comercial pero sin seguir este patrón desordenado de la ciudad si no que se genere una gestión o planificación correcta en el diseño urbano, ya que la inexistencia de estos planes generan que equipamientos como la propuesta de un centro comercial sean aplazados o no desarrollados de manera correcta y perjudique a un distrito que es considerado de las más densificadas poblacionalmente en la ciudad de Piura debido a las proyecciones de expansión según su PDU 2023.

Por lo tanto debido a las necesidades de la población y el contexto en las que se encuentra el distrito fue necesario proponer una solución arquitectónica, que evite de alguna manera el deterioro de equipamientos o infraestructuras urbanas, tal el caso del Mercado Mayorista de Las Capullanas de ser el único mercado calificado para albergar gran cantidad de personas pero que debido a la situación que se va viendo hoy en día como eventos de la pandemia e incluso del aumento poblacional, ocasionan necesario implementar de otro centro comercial para abastecer a la población y de brindar un equipamiento con requerimientos arquitectónicos de calidad, integrándolo de espacios de esparcimiento y verdes para evitar el comulgo de personas, dando un uso a áreas

urbanas que se encuentran en abandono que existen pero no se les da un uso bien sea por una mala gestión o poca inversión, y terminan siendo “fumaderos” según los pobladores.



Figura 2: Áreas urbanas abandonadas en 26 de octubre y su mercado Las Capullanas durante el estado de emergencia. Fuente: Diario el Correo

Es por ello que para la siguiente causa directa se hace mención del poco apoyo del desarrollo de obras privadas por parte de las autoridades, quienes son parte importante en el proceso ya que intervienen en el poder local y las decisiones de los grupos sociales, como la misma Municipalidad Distrital de Veintiséis de Octubre (2016) lo menciona en su plan de desarrollo local, que identifica tanto los intereses y conflictos de este grupo de actores y agentes privados y públicos locales, de tal manera incentiven e incorporen procesos que generen alianzas estratégicas y compromisos que permitan el desarrollo de la localidad, ciertos proyectos que no son apoyados, en muchos casos se ve causado por el poco presupuesto que se tiene el distrito para este tipo de equipamientos, que desde los inicios de la creación del distrito los pobladores se veían insatisfechos por este tipo de problemas, que consideran que no se les brinda un buen servicio por lo que no están de acuerdo en el pago de tributos, estar en constante reclamos, etc.

Ahora bien, mientras que estos planes de inversión, ya sea por parte del gobierno, empresas públicas o privadas, no se consoliden ocasiona que proyectos o propuestas arquitectónicas no sean ejecutadas, claramente siempre se van priorizando los equipamientos más necesitados en una zona y la proyección de un centro comercial

generaría avances positivos dando empleo a muchos pobladores y cubrir la necesidad de demanda de la población con servicios de primera necesidad, recreación con zonas de esparcimiento y áreas verdes que ayudaran también a consolidar en el desarrollo de identidad y formación de estos pobladores hacia su distrito, elevando la calidad de vida de las personas y asociarse al Acuerdo de Paz con Ecuador, que vela por los aspectos comerciales con el país vecino, gracias al Plan Binacional de Desarrollo Fronterizo articulando proyectos y programas que integren la economía de la región acelerando su desarrollo social y productivo.

De esta manera, la propuesta de un centro comercial considerando áreas verdes, beneficiaría en muchos aspectos a una localidad en formación, y evitaría que áreas urbanas se queden en total abandono, si no de aportar un uso a los terrenos y aprovechar el impacto económico de la región sobre todo al estar ubicado estratégicamente cerca de Piura y Castilla, que otorgue empleo mediante una inversión privada al no haber o muy pocas industrias presentes, además de ser un lugar para cumplir con los servicios necesarios y de recreación para los pobladores.

Otra problemática que se pudo encontrar en el sector, fue la falta de organización de la población de comerciantes, lo que provoca el comercio informal en diferentes puntos del distrito de 8 de octubre, según el economista Loayza (2007) en el estudio económico de causas y consecuencias de la informalidad en el Perú, para el BCRP, estos comerciantes, además de no contar con los beneficios que brinda la legalidad, tampoco tienen las oportunidades para el crecimiento de sus negocios o empresas, además de dar condiciones de trabajo no óptimas para sus empleados, es decir, estas empresas informales, no construyen con los atributos impuestos por ley, lo que ocasiona un déficit en la administración pública, generando una menor productividad, es decir, menos inversiones privadas en el sector. Aunque este comercio informal busca satisfacer la necesidad de un centro comercial en la zona, se consideró a esto una problemática, ya que la población se conforma con este tipo de comercio, y aunque se considere que el equipamiento de un centro comercial es necesario, no consideran que este se necesite de una manera urgente, es decir, la posibilidad de desarrollar este equipamiento en un futuro cercano disminuye por la falta de interés de los mismos

pobladores, creciendo de espacios que estén dedicados al tratamiento de áreas verdes perdiendo una mejor condición medioambiental para los habitantes y la ciudad, causando bajos índices de calidad de vida en torno al aspecto económico y ambiental donde busque que los equipamiento de la zona produzcan una inseguridad e incomodidad dentro y fuera del equipamiento, los espacios que no cumplan con un confort digno para los pobladores, y dejando al descubierto un aspecto de estudio que genere una imagen urbana deficiente e improvisado y perdiendo la identidad de la zona. A partir de todo lo descrito es como llega al problema de la investigación: *¿Cómo es el diseño de un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021?*

Continuando con el desarrollo de la investigación, se presenta la **conceptualización** de las variables intervinientes para el estudio, así mismo brinde poder desarrollar y poder entender mejor el proyecto arquitectónico y tener una sustentación de la investigación, se realizó la recopilación de fuentes diversas, que permitan darle una coherencia y un mejor sustento a las variables que se desarrollaran en el proyecto de investigación. Se cita a diversos autores que brindaran un mejor entendimiento necesario de las variables. El primer concepto que se tomara en cuenta es Centro Comercial donde Vizcarra y García (2017) lo definen como una edificación o construcción que tiene la finalidad de poder tener varios edificios de gran tamaño, y teniendo en cuenta las funciones de cada espacio, donde albergaran servicios, oficinas y locales comerciales determinándolos con una mayor cantidad de clientes que cuenten potencialmente para la edificación, logando trascender y convertir la edificación en integración con varios puntos de usos y garantizando una originalidad interna como externa.

Desde años atrás las zonas de esparcimiento han sido tomadas como áreas de descanso dentro de la ciudad para Valle (1997), responde a cumplir con una necesidad vital desde el momento en que embellece un lugar, hasta de generar sensaciones de armonía, integración y estímulos; desde la creación de espacios para juegos de niños y niñas en un barrio, como también el de establecer espacios para pensar y comunicarse

ante la vida agitada de la ciudad. Ahora actualmente se sigue manteniendo esa definición pero su importancia a aumentado, ante el crecimiento de las ciudades, las planificaciones territoriales tienen en su deber generar más espacios esparcimientos que cuenten con áreas verdes, lúdicos, entre otros; donde la población pueda despejarse y tener una mejor calidad de vida, la coyuntura que se vivió ante la pandemia de COVID – 19 en el año 2020 nos demostró la importancia de considerar estos espacios en nuestra comunidad, para evitar la aglomeración de personas como lo fue en el caso de mercados, centro comerciales, lugares de trabajo, etc.

Ahora bien, en el caso del usuario o cliente es suma importancia para la arquitectura sin ella está la considera desgraciada según Guayasamín (2004), donde el usuario en el rubro de la arquitectura es quien se encuentra de tras de toda obra, ya que cada cliente tiene sus propios gusto, estéticas y sueños por su forma de ser y vivir de cada persona, si esta persona tiene entendido lo que quiere y sobre todo que lo que quiere sea lo correcto se genera un proceso sin ser tortuoso, entonces mientras más intensa sea la relación entre arquitecto y usuario, desde el inicio hasta el término del objeto arquitectónico, de la misma forma la población quienes son parte del análisis del usuario, al ser identificados como un conjunto de personas que habitan en cierto lugar con sus propias, costumbres, necesidades y aspectos socioculturales, de esta en cuestión de la investigación podemos hacer uso de la muestra de determinado grupo bien sea definido por su edad, género e incluso necesidad, es por ello que en cuestión de estadística esta población sería a quien investiguemos bien sea con objetos, situaciones, acontecimientos o grupo de personas.

Continuando con el espacio, usamos mucho esta palabra en arquitectura, hablando de diferentes tipos de espacios en un ambiente o estructura, pero, como se definiría el espacio arquitectónico, según diversas fuentes es este el lugar donde se proyecta un objeto arquitectónico, donde se proyecta la arquitectura, que según Pergolis y Moreno (2009) en la revista de arquitectura de la Universidad Católica de Colombia, estos espacios tienen una capacidad de comunicación es decir de transmitir sensaciones a los usuarios y esto se puede percibir a través de dos maneras. Una sería la forma y como esta genera sensaciones y emociones, y otro podría ser como el

usuario establece relaciones prácticas en dicho espacio. El espacio trasladado a las ciudades se podría percibir como estructuras y ejes que organizan a esta misma y comunican a la ciudad. Por otro lado, también tenemos a De Stefani (2009) que nos dice que en concepto de espacios en la arquitectura se puede denominar como relativamente reciente ya que fue a finales del siglo 19 en Europa donde se encuentra la primera mención a esto, entre los más destacados observamos a Alois Riegl, Heinrich Wofflin y August Schmarsow, estos definían a la arquitectura como *el arte del espacio*, es decir, el arte de organizarlo y darle forma. Y específicamente para Schmarsow, el espacio interior era *la esencia de la creación arquitectónica*. Podemos concluir entonces que el espacio es el origen de la arquitectura, ya es esta la que trabaja estos espacios y crea en ellos las condiciones para habitarlos.

Siguiendo con el contexto, según la RAE, esto significa el entorno, ya sea físico o situacional ya sea histórico, político, cultural o de cualquier otro tipo en el que se haya considerado un hecho. Podemos observar que existen tipos de contexto para situaciones, pero en cuestión arquitectónica, tenemos entendido al contexto a todo lo que rodea al diseño, como la parte urbana, social, ecológica, climática, es así que Camacho (1998) nos define al contexto como la unión de cosas, y o situaciones que se entrelazan entre sí, que pueden ser diferentes situaciones que entrelazan al diseño con el mundo real de las diferentes maneras ya antes mencionadas. Estos diferentes tipos de contextos son analizados ya que se deben tomar en cuenta al momento de diseñar tanto el objeto arquitectónico, como el contexto físico próximo que lo rodeara, es decir el espacio público.

Continuando con el siguiente concepto, continuamos con emplazamiento, se puede definir en como el objeto arquitectónico se vincula con el terreno, y que este es único para cada edificación que se construya, es así que según Baker (1985) el emplazamiento es el vínculo por el cual la arquitectura busca comunicarnos los diferentes fenómenos visuales que sean atractivos a la vista, esto mediante movimiento, tensión, crecimiento, etc. También nos habla que el emplazamiento se debe establecer con diferentes consideraciones, que pueden ser el hecho de la ubicación, de la forma del terreno, si se establece en un colina o terreno llano, la

trayectoria solar, las vías de acceso a este terreno, así como las vistas que se tengan desde esta, y claramente estos aspectos deben influir directamente en la forma del objeto arquitectónico.

Por otro lado tenemos a las áreas verdes, un término muy usado en el planeamiento urbano, y que actualmente se busca incluir en el 100% de objetos arquitectónicos, es decir, hoy en día se ha vuelto imprescindible que todos los espacios sean públicos o privados cuenten con áreas verdes según Baten (2005) nos dice que el término área verde es comúnmente usado en el ámbito del planeamiento urbano y este se refiere a reserva o protección de espacios abiertos y públicos que cuenten con vegetación y una función recreacional, ambiental y social es decir este término se refiere no solo al espacio sino también al tema ecológico que este comprende.

Desde años atrás las zonas de esparcimiento han sido tomadas como áreas de descanso dentro de la ciudad para Valle (1997), responde a cumplir con una necesidad vital desde el momento en que embellece un lugar, hasta de generar sensaciones de armonía, integración y estímulos; desde la creación de espacios para juegos de niños y niñas en un barrio, como también el de establecer espacios para pensar y comunicarse ante la vida agitada de la ciudad. Ahora actualmente se sigue manteniendo esa definición pero su importancia a aumentado, ante el crecimiento de las ciudades, las planificaciones territoriales tienen en su deber generar más espacios esparcimientos que cuenten con áreas verdes, lúdicos, entre otros; donde la población pueda despejarse y tener una mejor calidad de vida, la coyuntura que se vivió ante la pandemia de COVID – 19 en el año 2020 nos demostró la importancia de considerar estos espacios en nuestra comunidad, para evitar la aglomeración de personas como lo fue en el caso de mercados, centros comerciales, lugares de trabajo, etc.

Ahora bien, en el caso del usuario o cliente es suma importancia para la arquitectura sin ella está la considera desgraciada según Guayasamín (2004), donde el usuario en el rubro de la arquitectura es quien se encuentra de tras de toda obra, ya que cada cliente tiene sus propios gustos, estéticas y sueños por su forma de ser y vivir de cada persona, si esta persona tiene entendido lo que quiere y sobre todo que lo que quiere sea lo correcto se genera un proceso sin ser tortuoso, entonces mientras más

intensa sea la relación entre arquitecto y usuario, desde el inicio hasta el término del objeto arquitectónico, de la misma forma la población quienes son parte del análisis del usuario, al ser identificados como un conjunto de personas que habitan en cierto lugar con sus propias, costumbres, necesidades y aspectos socioculturales, de esta en cuestión de la investigación podemos hacer uso de la muestra de determinado grupo bien sea definido por su edad, género e incluso necesidad, es por ello que en cuestión de estadística esta población sería a quien investiguemos bien sea con objetos, situaciones, acontecimientos o grupo de personas.

En el diseño arquitectónico se anticipa el espacio habitable para los usuarios, es decir será abordada tanto artística y técnicamente, la primera se basa en la percepción, inspiración y creatividad para realizar el diseño arquitectónico, y la segunda en el conocimiento técnico riguroso y analítico para tener soluciones óptimas, como lo mencionan Romero et al. (2004) donde considera que para un buen resultado es de gran importancia realizar un adecuado desempeño prefigurando el objeto arquitectónico obteniendo la suficiente información tanto de datos constructivos como de datos del usuario y contexto. Dar forma a la concepción del diseño, inicia desde el concepto que según Rosales (2002), es un proceso donde se van generando ideas para producir el diseño arquitectónico tangible, pero que no solo debe estar limitado a la forma, si no a otras características del edificio, ya que existen múltiples conceptos que se le pueden dar a un proyecto, pero al final cada objeto tiene su propia peculiaridad, si bien desarrollar la idea de un concepto no es así de fácil, ya que esta nos debe permitir crear elementos compositivos para poder captar este concepto de un edificio que funcione, y funcione correctamente.

Porque a pesar que el edificio responda a múltiples aspectos, siempre se supone la idea de responder a la belleza, solidez y al uso, que no siempre son verificables científicamente como lo dice Díez (2012), por lo que el arquitecto para el proyecto tiene que realizar lo que son sistemas de organización, apropiados y lógicos que puedan responder a lo que los usuarios exijan o sean su modo de vida, para ello el programa arquitectónico realizado responderá a esta función del edificio, ya que se considera distintos ámbitos donde realizan sus actividades los usuarios y poder realizar

la jerarquía que este sistema tendrá y el papel que cada elemento va a tener que permita solucionar el aspecto constructivo, espacial, que aliente la forma y expresión del edificio, previamente organizador con una circulación que sirva de vertebra, sistema articulador. Es por ello que la función que tendrá cada ambiente y su equipamiento, para definir su área ocupada dentro de cada ambiente muy a parte de la antropometría del usuario, aquello estará determinado según el programa arquitectónico como también la normatividad, basados en las necesidades del usuario y sus interacciones socioespaciales entre los usuarios que ocuparan el ambiente que otorguen estacalidad de vida como lo dice Muntañola (2015).

En lo que concierne a este estudio, su **Hipótesis** se encuentra en un estudio implícita, debido a que el tipo de investigación empleada fue descriptivo, donde posee un diseño no experimental con un corte transversal. Así mismo compartiendo una relación con los objetivos definidos para la investigación, que cuenta con un objetivo general y seis objetivos específicos, que se serán presentados a continuación.

El objetivo general de la presente investigación es Diseñar un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de Octubre- Piura 2020. De igual forma se presentaran los objetivos específicos:

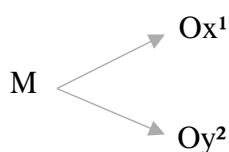
- Analizar el terreno y las características de su contexto para el diseño de un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial.
- Identificar el usuario específico y sus requerimientos para el diseño de un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial.
- Determinar las características formales para el diseño de un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial
- Determinar las características espaciales para el diseño de un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial
- Determinar las características funcionales para el diseño de un

Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial

- Elaborar el proyecto arquitectónico de un Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial

METODOLOGIA

En el presente estudio, enfocado al criterio del propósito que persigue la investigación, es de tipo DESCRIPTIVO, dado que la investigación descriptiva es un tipo de pregunta de investigación, diseño y análisis de información que aplica a un tema determinado. Respecto al diseño es NO EXPERIMENTAL porque no se manipulan variables de la investigación ya que la información se toma tal como se encuentra en campo; la investigación es de corte transversal ya que se recolectarán datos, mediante instrumentos de investigación, en un tiempo único. El esquema empleado es el siguiente:



Dónde:

M: Muestra

O: Observación

x¹: variable Estudio

y²: variable Interviniente

La población objetiva está compuesta por los residentes del distrito de 26 de octubre, que está conformado por 165 779 habitantes según el censo hecho por el INEI el año 2017, teniendo una muestra de 96 personas. El muestreo es mixto, con la combinación de una muestra probabilística aleatoria simple y no probabilística dirigida.

El tamaño de la muestra está constituido por 96 personas, calculado bajo la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{165779(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(165799-1)(0.10)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{159214.15}{1,658.94 + 0.9604}$$

$$n = \frac{159214.15}{1,659.9008}$$

$$n = 95.92 = 96 \text{ personas}$$

Dónde:

n = Tamaño de Muestra a ser estudiada.

Z = Nivel de confianza considerado (para 95% de confianza Z=1.96).

E = Error permitido (precisión) (E=0.10).

P= Proporción de unidades que poseen cierto atributo (P=0.50).

Q= Q=1-P (Q=0.50)

Obteniendo como resultado una muestra de 96 personas, respecto al total de habitantes del distrito de 26 de octubre.

Posteriormente a la realización de la fórmula presentada, se logra obtener un resultado de muestra de 96 personas en relación a los habitantes del distrito de Piura, una vez definido la muestra que se empleara, se presentó diversas técnicas de investigación que se tuvieron en cuenta, para poder determinar el diseño de los instrumentos que se utilizaran, dichos instrumentos están relacionados a cada técnica a emplear. Así mismo, la primera técnica fue la encuesta que ayudo a la identificación y al análisis de la respuesta de un grupo de personas que pertenecen a la muestra.

El siguiente instrumento usado para esta técnica, fue el cuestionario donde de diseño a base de interrogantes que fueron validadas por un profesional del tema. Por ende, se tuvo en la entrevista a 3 expertos con la carrera de Arquitecto, las que se les entrevisto mediante un conjunto de preguntas relacionadas al tema de estudio a tratar. Al mismo tiempo se seleccionó 3 casos análogos los cuales fueron investigados desde sus 3 perspectivas, el análisis formal, funcional y espacial.

Cada instrumento que se tuvo en cuenta y ya mencionados, fueron aplicados de manera que los datos obtenidos en dichos instrumentos nos permitan tener un mejor respaldo para la investigación. En primer lugar, los cuestionarios que fueron empleados a la muestra obtenida, en algunos casos debido a la distancia fueron entregados de manera virtual, enviados al correo, algunos otros se logró mediante el recojo de información en la misma ciudad de Piura, De igual manera, se tiene las entrevistas, las mismas que se logró obtener con los especialistas en el ámbito de la investigación, lo cual se dieron a través de comunicaciones virtuales mediante la plataforma de Zoom y así mismo llamadas telefónicas.

Tabla N°1 – *Técnicas e Instrumentos de Investigación*

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Cuestionario	Encuesta: compuesto por un conjunto de ítems que serán aplicados a la muestra obtenida.
Entrevista	Guía de entrevistas a los expertos en el tema de estudio abordado.
Observación	Fichas de observación de campo, elaborado para recolectar datos de campo o de la realidad. Complementado con: Libreta de campo, Cámara fotográfica, etc.
Análisis y recolección de documentos	Ficha de análisis para la recolección de datos de los diferentes documentos técnicos con el fin de elaborar toda la documentación previa que nos servirá de base para el inicio del trabajo decampo. Complementado por: Ficha de trabajo, Ficha de resumen, Ficha bibliográfica, Registro fotográfico, Registro de antecedentes

En referencia al procesamiento y análisis de la información Los datos recopilados durante la investigación fueron procesados utilizando los siguientes programas: Microsoft Word, aplicación informática orientada al procesamiento de textos, Microsoft Excel, aplicación informática caracterizada por ser un software de hojas de cálculo. Además, se emplearon diversos análisis gráficos, tablas estadísticas y cuadros de barras; así como también programas de diseño como AutoCAD, Sketchup y V-ray. Y por último para poder procesar y analizar los datos recopilados durante la investigación, estos fueron procesados utilizando programas como Microsoft Word, Microsoft Excel.

RESULTADOS

En el siguiente apartado se muestra los resultados, donde se abarcará en este nuevo capítulo los resultados que están relacionados a los diferentes objetivos que están propuestos en la presente investigación. Los cuales fueron conseguidos a través de diferentes tipos de herramientas de recolección de datos e información, donde nos permitió analizar puntos de análisis del contexto urbano, donde se utilizó las fichas de observación en campo, lo cual nos da información de la ubicación, zonificación, nivel de peligro, accesibilidad y vialidad, puntos de análisis del perfil urbano, los servicios básicos y factores climáticos del terreno, identificación del usuario y las características formales, espaciales y funcionales. Cada uno de los resultados fueron obtenidos y detallados con estricta concordancia con cada indicador planteado en las dimensiones que son expuestas en la matriz de la operacionalización de la variable. De igual forma para la realización de resultados, se consultó con el Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Piura, Planos de lotización de la Comisión de Formalización de la Propiedad informal (COFOPRI), los cuales forma parte de las principales fuentes de información.

Todo lo especificado fue contemplado y respaldado por las opiniones que fueron emitidas por los profesionales especialistas en sus entrevistas, que fueron validadas. De tal manera se inicia el resultado que está vinculado al objetivo específico que se analizara el contexto urbano para el diseño de un Centro Comercial con las variables de áreas verdes como elemento integrador. Como primer punto para este objetivo se elaboraron fichas de observación de campo, donde se detallan las principales características geográficas de acuerdo al terreno donde se emplazará la propuesta arquitectónica y las cualidades que este presenta como el entorno mediato e inmediato.

Así mismo cabe resaltar que cada y resultado fue respaldado y fortalecido con las opiniones emitidas por los 3 especialistas de rubro del tema planteado. Permitiendo así, determinar aspectos que logren contribuir con el avance del desarrollo de la investigación y poder proponer diferentes puntos de un análisis profundo de los objetivos.

Siguiendo con la investigación, dentro de los indicadores tenemos a la dimensión de contexto, donde se puede observar en la figura 3 la localización donde se está estableciendo el proyecto arquitectónico, la misma que está ubicada en el departamento al norte del Perú, de la provincia de Piura, un distrito que hoy en día se encuentra ya constituido con el nombre de 26 de octubre, teniendo principales actividades empresariales, económicas y comerciales.

En cuanto a la viabilidad, el proyecto este marcado por una avenida principal, la avenida Sánchez Cerro, lo cual al estar el proyecto ubicado en una esquina, esta avenida logra ser una vida directa para lograr acceder al terreno, así mismo cuenta con 2 vías que logran ubicarnos de manera accesible, como la vía principal, que viene hacer las calle B, que se logra conectar con la avenida principal, de igual forma como se muestra en la figura tenemos a la línea celeste que es generada una via secundaria, vendría hacer la calle A, donde logra conectarse de manera directa, generando una accesibilidad mas fluida, por ende el terreno a unos metros logra llegar a conectarse por la avenida con el centro de la ciudad, donde se puede reconocer y dando un mejor desarrollo del equipamiento que logra ser un centro comercial, lo cual esto viene siendo un aporte de mayor concurrencia para las distintas avenida del casco urbano del distrito de Piura, a su vez generando un flujo vehicular fluido en todo el día



Figura 3. Localización y vialidad en el distrito de Piura Fuente: Plan de desarrollo urbano de Piura (Municipalidad Provincial de Piura)

En el estudio de igual forma tenemos otro de los indicadores de la dimensión contexto, como se muestra en la figura, se logra exponer el mapa de zonificación de usos de suelo del plan de desarrollo urbano de la ciudad de Piura, en donde se indica que el terreno esta calificado como otros usos, y a sus alrededores se encuentran zonas industriales, y comercial zonal, dando pie al proyecto arquitectónico sea compatible con el uso de uso que se desea desarrollar, debido a la zona urbana que ya está establecida y designada a nivel metropolitano y así pueda albergar edificios comerciales con el fin de potenciar el área urbana.

De igual manera la ubicación del terreno, cumple con los requisitos y parámetros establecidos por el Plan de Desarrollo Urbano como se muestra en la figura 4, done la zonificación que ayudara a resaltar y predominar será el Comercio Zonal debido a que se encuentra cerca de una avenida principal, que brindara una mejor jerarquización en cuanto al eje de la ciudad, Por ende el proyecto logra una compatibilidad con la zonificación establecida, ayudando así pie a los otros usos compatibles como son (RDM) Residencial de densidad Alta (RDM) Residencial de densidad Media, de igual forma con puntos tratados para las Zonas de Recreación pública (ZRP). Con respecto al uso de suelo actual, el terreno se encuentra totalmente vacío, en cuanto a sus alrededores se encuentran equipamientos como Nissan, entidad de venta de carros,



Figura 4: Plano de zonificación en el casco urbano del distrito de Piura Fuente: Plan de desarrollo urbano de Piura

Grifo y un Max Market, donde permitirán el continuo desarrollo comercial y empresarial del sector.

Otro de los indicadores que está vinculado con la dimensión del contexto, en la figura 5 tenemos al mapa de Peligros en la ciudad de Piura, que considera al terreno en una zona peligro bajo, por ende, se encuentra fuera de peligro debido a que se encuentra en un área alta de la ciudad sobre un relieve que le permite por la topografía ser plano y ondulado, se encuentra alejado de las influencias de los cursos de agua y lluvias, así mismo en donde no ocurren inundaciones superficiales en lluvias que puedan ser extraordinarias, don drenaje moderado a fácil. El sector donde se logra emplazar el proyecto arquitectónico donde presenta una altitud de 36 m.s.n.m, cuenta con edificaciones existentes a sus alrededores de material noble, Asimismo con un perfil urbano que puede proponerse una edificación según lo establecido en los parámetros urbanísticos de la ciudad.



Figura 5: Mapa de Peligros en el casco Urbano del distrito de Piura Fuente: Plan de desarrollo urbano de Piura

Siguiendo con el análisis, se logra evaluar el predio desde una vista más técnica y específica, como se muestra en la figura 6 se encuentra el plano de ubicación donde se determina el proyecto del Centro Comercial en donde según el Catastro que se realizó por la municipalidad de Piura, el predio pertenece a la propiedad municipal con la partida N° 110139.36, específicamente con la intersección por la Calle B que logra conectarse de igual manera por la calle A.



Figura 6 : Plano de Ubicación del terreno y perfil urbano de la calle A y calle B Fuente: Catastro de Piura, elaboración propia

Lo que nos da el plano de ubicación es el área del terreno que cuenta con 61798.22 m² y teniendo un perímetro de 1106.40ml, cuyos colindantes tienen las medidas de un terreno accidentado, desde el punto P1 con una línea recta de 76.87ml, de igual forma dibujando el terreno y entrando a la calle sin nombre el P2 con una medida de 127.10ml, así mismo tenemos en la calle A que inicia con el P3 con 44.86, siguiendo el P4 con 71.52, P5 36.55 y terminando con esta calle del P6 al P7 con 131.35, luego tenemos a la calle B que se rige de manera lineal con el terreno donde proporciona una medida del P7 con 226.36 siguiendo tenemos a la calle sin nombre donde el punto P8 con 343.33 y dando por último punto el P9 y P1 con 48.48. La ubicación y forma del terreno es irregular donde se encuentra a unos km de la parte céntrica de la ciudad, pero con una cercanía a otros equipamientos, al estar cerca de una avenida el proyecto logra enriquecer el proyecto arquitectónico.

Finalmente, para englobar y consolidar el desarrollo del indicador de la dimensión contexto urbano, se presenta la guía de entrevista que se complementara con las diversas opiniones que fueron obtenidas por los 3 especialistas en el tema, con el conocimiento que ellos obtuvieron a lo largo de su carrera profesional. La información obtenida se realizó mediante algunos medios de comunicación, lo cual en ese aspecto se utilizó la plataforma virtual a través de Google Meet, Zoom y en algunos casos fueron mediante llamada telefónica. Por ende, se tiene como primer experto entrevistado al Arq. Nilson Montalbán Carrasco quien nos brindó sus conocimientos referentes al aspecto contextual.

Para ello se tomó la primera pregunta sobre su opinión de como considera el que el distrito de 26 de octubre sea viable la propuesta de un Centro Comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración, a lo cual respondió que si sería viable poder generar una propuesta arquitectónica comercial, debido a que es necesario por la demografía de demandante de productos y espacios de interacción, de igual forma con espacios recreativos que sirvan para la ciudad de Piura una ciudad que se sabe que tiene 38 grados centígrados y cabe resaltar que es una ciudad desértica. Ante esto al preguntarle por el impacto social y económico que causaría por la construcción de esta edificación, donde el arquitecto considera que el impacto social es buscar mas que todo buscar un área estratégico donde esta pueda desarrollarse y confluir, y en cuanto al impacto económico que este generaría, sería de manera positiva debido a que habría mas trabajo y debido a la necesidad pueda crecer de manera económica la ciudad. Siguiendo con el mismo punto del contexto, se le pregunta sobre que elementos cree que se deba considerar o tomar en cuenta a la hora de poder plantear la propuesta, a lo que respondió que se debe tener cuidado con el punto urbano y al área estratégica donde se va a emplazar para que en un futuro esta no pueda generar un caos vehicular en hora punta, el entorno desde el inicio debe ser pensado para generar varios accesos y de igual forma pensar en el área que se le dará a la población donde esta debe ser armoniosa tanto con el elementos que se piensa colocar para poderse mimetizar con el entorno urbano.

Como segundo especialista tenemos a la Arq. Sahara Gabriel Alvarado Marchan quien nos brindara su amplio conocimiento referente al estudio que se está realizando, con el proyecto desde el aspecto analítico y proyectual, de igual forma se le realizó las 3 preguntas referente al contexto urbano.

Ante la primera pregunta considera que, si es viable poder desarrollar un centro comercial en el distrito de 26 de octubre, debido al equipamiento y el desarrollo que este va a influir en esta zona, y de acuerdo con la variable de áreas verdes, cree que sería de mucha ayuda para poder generar un mejor reencuentro entre la población de Piura con la naturaleza, ayudando a mimetizar y controlar las temperaturas altas que esta ciudad mantiene. En cuanto al aspecto social y económico que causaría esta construcción, la Arq. Considera que sería de un impacto positivo que esta brindaría al distrito, donde los ingresos para los usuarios serían beneficiosos, ya que no solo será un beneficio para la propuesta si no, esta generaría un rendimiento de precios flexibles para los usuarios. En cuanto a la tercera pregunta sobre los elementos que consideraría para elaborar un centro comercial, donde responde que se debe pensar y tomar en cuenta el sistema vial en primer lugar, que esta no genere un caos o haya una congestión vehicular al momento de poder ingresar a dicho centro, que se vea el espacio de verde integrado con la propuesta, tener en cuenta que la variable que son las áreas verdes sea una propuesta que genere mayores desafíos para que la búsqueda de estrategias posibiliten la regeneración de los tejidos urbanos para poder tener en cuenta que el contexto urbano no se enfrente o no se convierta en una problemática en la ciudad, si no, todo lo contrario que esta logre dibujarse de manera flexible e interrumpida.

Por concluyente con el desarrollo de este resultado y con las opiniones de los especialistas, tenemos al experto Arq. Mario Bojórquez Gonzales, quien cuenta con una larga trayectoria de más de 50 años trabajando tanto en el sector público como privado como arquitecto de proyectos de gran envergadura, que con su conocimiento nos responde a la primera pregunta de ser viable el proyecto arquitectónico, que responde que es conveniente este tipo de edificación pero siempre pensando en el

movimiento que ayude a fortalecer a la comunidad y logre esta estar más desarrollada y ya no solo sea por la población.

A la segunda interrogante de como considera que sería el impacto social y económico para el distrito de 26 de octubre, debido a que no cuenta con un centro comercial más cercano, en donde responde que, sería de manera positiva debido en primer punto al nivel económico, donde la población pueda contar con un servicio que sea accesible, y en cuanto a las áreas verdes vendría a ser un plus para que los usuarios puedan sentirse más cómodos dentro y fuera del proyecto. Y por última pregunta de los elementos contextuales que tendría en cuenta para la realización de dicho establecimiento, respondiendo, que se debe pensar en la zonificación de usos desuelo y que este estratégicamente posicionado para obtener un fácil acceso y de manera accesible en cualquier momento del día sin perjudicar de manera peatonal y vehicular.

Continuando con la redacción del informe, empezamos con el desarrollo de la investigación, donde se procese a la redacción de los resultados que se obtuvieron en el segundo objetivo específico, donde se analiza directamente a las necesidades del usuario y sus requerimientos que se tomaron en cuenta para la realización del diseño comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial. Es por ello para obtener los resultados se realizaron trabajos en campo, en el cual se utilizaron uno de los instrumentos de la recolección de datos, donde se aplicó la encuesta, la misma donde se consideran interrogantes de interés del estudio desarrollado. La encuesta fue aplicada a la cantidad de usuarios que se obtuvieron por la muestra, los resultados obtenidos se rigen en base a cada uno de los indicadores de la matriz de la operacionalización de la variable, donde se identificaron al usuario directo o indirecto, el grupo de edad y sus requerimientos que necesitan para el proyecto. Para obtener los resultados, en primer lugar, se tuvo que definir cada uno de los usuarios que se intervinieron en el centro comercial.

Es por ello que fue necesario dar la clasificación de usuario directo, quienes era los que permanecían mas tiempo en la edificación, donde tendrán una interacción total y siendo ellos los que serán los principales intervinientes, a los que trabajan en las empresas comerciales del distrito de 26 de octubre. De igual manera en cuanto a

los usuarios indirectos, fueron definidos a quienes no permanecen o transcurren mucho tiempo en el edificio, como los compradores o visitantes en la ciudad de Piura.

De igual manera, es necesario establecer una clasificación del usuario en cuanto a las actividades que van a desarrollar y rango de edad. Tal clasificación, denota de dos grupos, en el primer lugar las actividades activas, donde esta considerado a los usuarios que ejercen algún tipo de acción o prestan algún servicio; quienes lo conforman los trabajadores y profesionales. En cuanto al otro grupo se considera a las actividades pasivas, en donde esta considerado a los clientes y publico en general, para o cual se tuvo en consideración, donde el rango que se tiene en cuenta se estableció de 20 años a 60 años según la data estadística.

Otro de los puntos que se consideraron de importancia es poder reforzar la identificación de cada característica que demanda cada usuario donde se logra intervenir mediante sus requerimientos o necesidades, lo cual se aplica los instrumentos ya mencionados referidos a la matriz de operacionalización de variables. La encuesta fue aplicada en algunas circunstancias debido a la distancia y coyuntura pasada, de manera virtual enviados al correo y en otros casos mediante reojo de información que fue realizado en el distrito de 26 de octubre, esto tuvo un plazo de duración de 10 días para poder recolectar las 96 personas encuestadas de acuerdo a la muestra ya sean usuarios directos o indirectos. Para un mejor análisis y entendimiento la encuesta fue procesada y tabulada en Microsoft Excel.

Para la recolección de mayor información sobre las necesidades del usuario, se realizó una serie de interrogantes a los pobladores de la ciudad de Piura en el distrito de 26 de octubre donde la encuesta realizada fue obtenida con la principal recolección de información. La encuesta fue realizada a 96 ciudadanos de la zona, donde veremos a continuación.

Tabla 2.

Frecuencia de la concurrencia dentro del centro comercial

1. Con que frecuencia vas a un Centro Comercial		
Respuesta	VA	VR
SIEMPRE	5	5.21%
CASI SIEMPRE	47	48.9%
A VECES	44	45.8%
NUNCA	0	0%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia

La primera interrogante que se realizó es sobre con que frecuencia asisten a un centro comercial en la ciudad de Piura, en donde se le dieron 4 alternativas, como se muestra en la figura, dando como respuesta que solo el 5.21% de usuarios que equivale a 5 personas dijeron que siempre o son constantes de ir a un centro comercial, de igual manera con el mayor porcentaje el 48.9% que son la cantidad de 47 encuestados indican que casi siempre van a esta edificación que tiene diferentes actividades, en cuando al 45.8% que equivalen a 44 usuarios indican que a veces suelen ir a un equipamiento como este, destinado al comercio o actividades recreativas, y por ultimo el 0 % indico que nunca va aun centro comercial, dando como resultado que debido a la distancia que existe del centro comercial para los usuarios es necesario para poder realizar alguna u otra actividad.

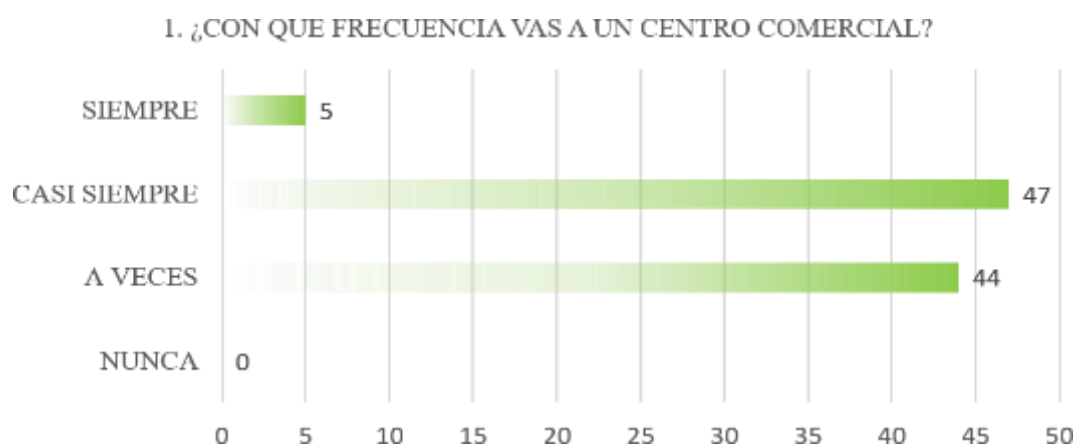


Figura 7: Aspecto sobre la frecuencia de ir a un centro comercial Fuente: Elaboración Propia

Como segunda interrogante a las personas se les hace la pregunta sobre si existe en el distrito de 26 de octubre un equipamiento adecuado para poder realizar compras con tranquilidad y seguridad, donde como se muestra en la figura se logra identificar un rango preocupante debido a los resultados, dado como alternativa el si y no, donde el 35.46% que equivale a 34 usuarios indican que si existe un lugar seguro y en cuanto al otro porcentaje de 64.58% que vendría hacer la mayor cantidad de usuarios con un equivalente de 62 personas donde el total es de 96 personas que son el 100% indican que no existe un equipamiento adecuado o seguro para el distrito de 26 de octubre donde ellos puedan realizar sus compras o puedan estar libremente sin temor a que suceda o pase algo, es por ello que de acuerdo a la problemática los pobladores están de acuerdo que si es necesario un centro comercial cerca a su zona y donde ellos puedan estar seguros.

2. ¿Existe en 26 de octubre un lugar adecuado para poder realizar compras con tranquilidad y seguridad?		
Respuesta	VA	VR
SI	34	35.42%
NO	62	64.58%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia

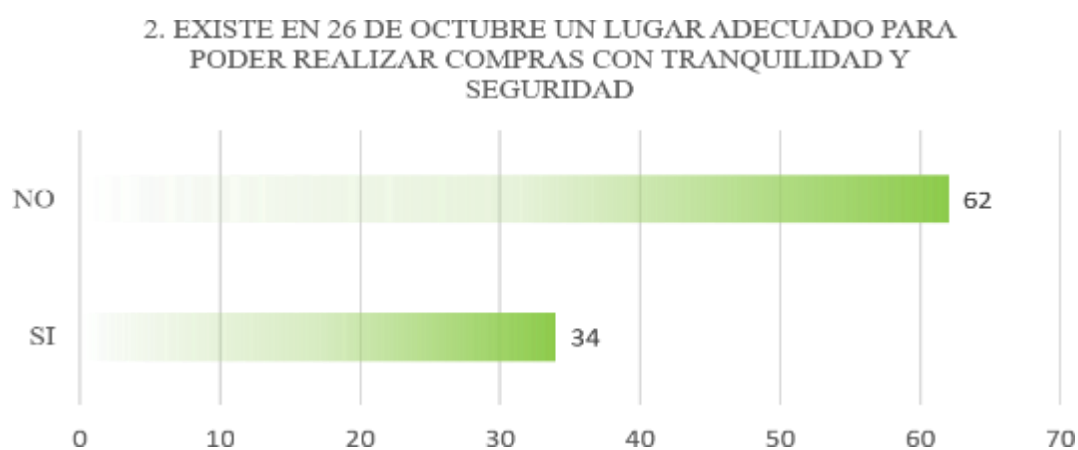


Figura 8: Aspecto sobre si en el distrito 26 de octubre existe un lugar tranquilo y seguro Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4.

Construcción de un centro comercial en el distrito de 26 de octubre

3. ¿Considera que es necesario la construcción de un centro comercial en 26 de octubre?		
Respuesta	VA	VR
SI	96	100%
NO	00	0.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia

Como tercer interrogante donde a los 96 usuarios encuestados donde equivalen al 100% de la muestra obtenida, le es pregunta si es necesario la realización o construcción de un centro comercial en el distrito de 26 de Octubre, como se muestra en la figura logrando un 100 % indican que si desean un equipamiento destinado para las diversas actividades que ofrece un centro comercial, dando su opinión en donde algunos coinciden el por que de la respuesta que dan, donde indican si es oportuno debido a la distancia que se encuentra una edificación como esta en el distrito, de igual manera es tener en cuenta que muchas veces te ayuda a sacar de apuro, así mismo ayuda de manera positiva a un tipo de recreación tanto para los adultos como para los

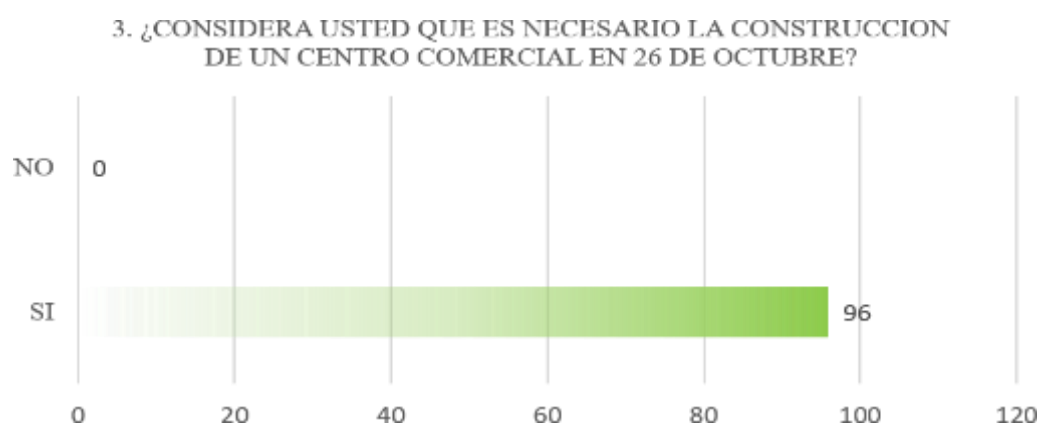


Figura 9: Aspecto sobre si es necesario la construcción de un centro comercial en 26 de octubre
Fuente: Elaboración Propia

menos de la casa, de igual manera necesitan lugares donde ellos puedan estar libremente y sin correr algún peligro.

Tabla 5.

Actividades que se deben considerar para un centro comercial

4. ¿Qué otras actividades consideran que se deben considerar en un centro comercial?		
Respuesta	VA	VR
OTROS	10	10.42%
TRAMITES	5	5.21%
BELLEZA	18	18.75%
COMER	27	28.13%
RECREACION	36	37.5%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 10: Aspectos sobre qué actividades se deben considerar en un centro comercial

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al cuarto interrogante, se les pregunta a los usuarios de 26 de octubre sobre que otras actividades considerarían para que este contemplado dentro del diseño de un centro comercial, donde la muestra nos indica en total de 96 encuestados donde llega a ser un 100 % donde el 10.41 % que equivalen a una cantidad de 10 usuarios indican que les gustaría que otras actividades se deban considerar en el proyecto, donde comentan que puede ser como espacios para alguna feria o espacios para interacción social, de igual manera 5 personas indican que debe ver espacios para que se puedan

realizar tramites como temas bancarios, de igual manera el 18.75% que vienen a ser 18 personas indican que otra de las actividades que debe prevalecer en la edificación es de espacios destinados a la belleza, como algún espacio de spa, maquillaje, estética. Otra parte del usuario que equivale al 28.13% indica que tener actividades de alimentos, como el patio de comida, donde comentan, que tener mayor proporción debido a que muchas veces los fines de semana es donde ellos buscan donde comer, y por último la mayoría con un voto de 36 personas indican que debe darse prioridad a espacios para actividades de recreación social, debido a que muchos van en familia.

Tabla 6.

Productos que se consumen en un centro comercial

5. ¿Qué tipos de productos son los que consumen más en un centro comercial?		
Respuesta	VA	VR
ROPA	21	21.9%
ZAPATOS	18	18.75%
ABARROTES	27	28.13%
COMIDA	20	20.83%
OTROS	10	10.42%

Fuente: Elaboración propia

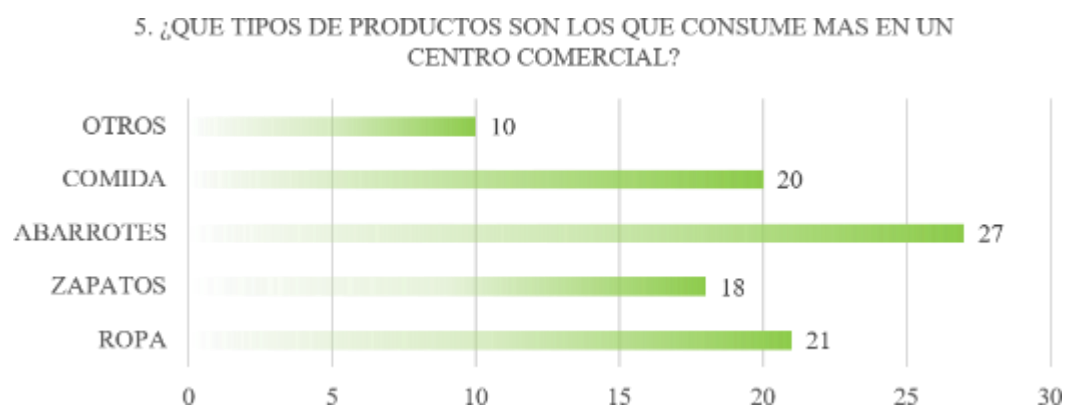


Figura 11: Aspectos sobre que tipos de productos son los que se consumen en un centro comercial

Fuente: Elaboración propia

Para la quinta interrogante se les hace la pregunta sobre que tipos de productos son los que mas consumen en un centro comercial, dando como resultado que el 21.9% que son 21 personas indican que deben vender mas productos de ropa, de igual manera

como se muestra en la figura 18 personas de los 96 encuestados indican que debe darse un espacio para que exista la venta de calzado o zapatos, en cuanto al mayor porcentaje que es de 28.13% equivalente a 27 usuarios indican que los abarrotes son los productos que deben tener prioridad en el centro comercial debido a que en algunos casos se venden por mayor ayudando al tema económico de las familias, otro de los productos que tuvieron mayor votación son los productos de comida, donde 20.83% de personas indican que la venta de comida rápida o productos de comida debe tener un espacio que permita desarrollarse como principal punto, y por ultimo el menos votado es de 10.42 % donde indican que deben consumir otros productos.

Tabla7.

Ambientes a considerar en un centro comercial

6. ¿Qué otros ambientes consideran que debe tener un centro comercial?		
Respuesta	VA	VR
SALON DE EVENTOS	23	24%
SALON DE BELLEZA	6	6.25%
CINE	49	51.04%
BANCOS	18	18.75%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia

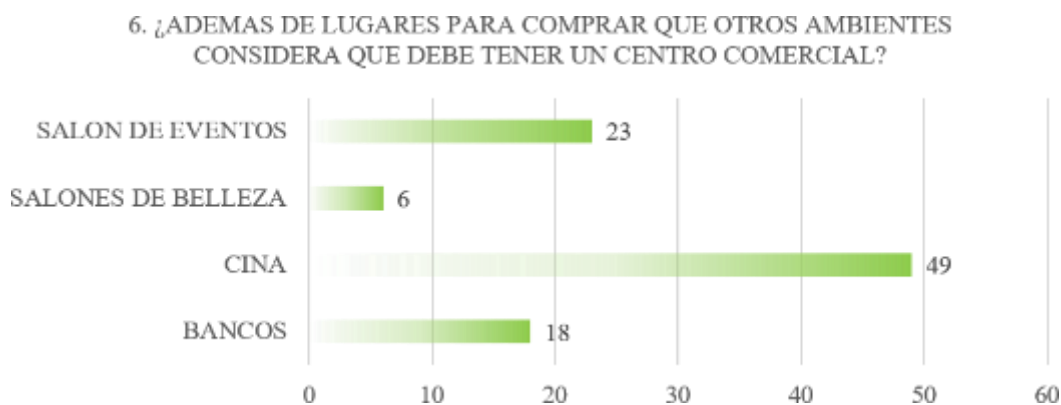


Figura 12: Aspectos sobre que otro ambiente considera que debe tener un centro comercial

Fuente: Elaboración propia

En otra de las preguntas para saber las necesidades del usuario, se les hace la pregunta que otros ambientes consideran que debe existir dentro de un centro comercial, donde nos comentan que el 24 % que vendría a ser 23 personas indican que les gustaría que exista ambientes como salón de eventos, para poder realizar temporadas de cumpleaños, en cuanto al 6.25% que simboliza unas 6 personas comentan que debe pensarse en colocar un ambiente para salón de belleza, así mismo la mayoría de usuarios donde el 100% que equivale a 96 personas como se muestra en la figura, el 51.04% que son 49 pobladores del distrito de 26 de octubre comentan que seria muy beneficioso tener un cine dentro del centro comercial para poder generar una recreación activa debido a la distancia que existe del cine actual en la ciudad, y en otro lado tenemos al 18.75 % que indican que seria de mucha ayuda colocar un banco para poder tener mayor seguridad a la hora de poder retirar dinero.

Tabla 8.

Actividades que se deben considerar para un centro comercial

7. ¿Considera que las áreas verdes son un buen complemento para un centro comercial?		
Respuesta	VA	VR
SI	96	100%
NO	00	0.00%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia

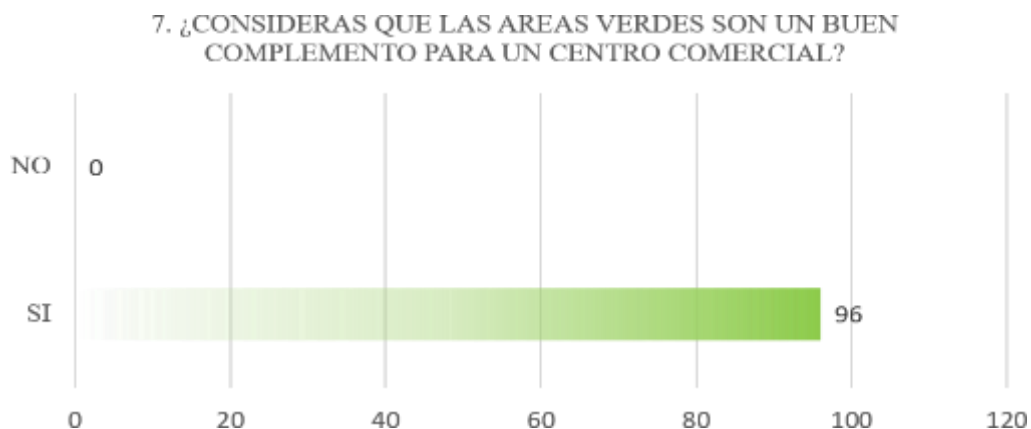


Figura 13: Aspectos a considerar en las áreas verdes como complemento para el centro Comercial
Fuente: Elaboración Propia

Como última pregunta a los usuarios del distrito de 26 de octubre sobre si es necesario o creen ellos de manera importante incorporar o complementar en un centro comercial las ares verdes, donde al 100% siendo la cantidad de la muestra de 96 personas indican que si es de mucha ayuda incorporar áreas verdes dentro de la edificación , donde todos concuerdas que estos vendrían a darle vida al proyecto y generar que exista un mejor recorrido y se logra ubicar en un mayor rango dentro de la edificación, así mismo los pobladores comentan que sería genial que exista diversos tipos de plantas o arboles para poder generar en espacios abiertos sombras para que ellos puedan estar más tiempo dentro.

Tabla9.

Tipo, perfil y requerimiento del usuario

Tipo de usuario		Perfil del Usuario	Requerimientos del Usuario
Usuario Directo	Personal de Venta	Son los que más tiempo permanecerán dentro del proyecto.	Requiere espacios destinados para sus descansos, y ocio.
	Administrativo	Personal que tiene la labor de gestionar los tratos y gestiones realizando las tareas administrativas.	Requieren ambientes que contengan el fin de atender y requiere oficinas de administración, archivo, etc.
	Personal de Servicio	El personal tiene la finalidad de mantener el proyecto listo y eficiente en cuando a su limpieza y vigilancia.	Necesitan espacios donde puedan guardar sus pertenencias, máquinas y limpieza
Usuario Indirecto	Proveedores	La función es tener el centro comercial abastecido con los productos y alimentos.	Requiere espacios para descarga.
	Consumidores	Serian el usuario familiar, publico que no permanezca mucho tiempo en la edificación	Requieren espacios para circular con comodidad, estacionamientos, y área de interacción

Fuente: Elaboración Propia

Continuando con la investigación, se procede al desarrollo del 3 objetivo específico, donde está vinculado con los casos análogos, procediendo a determinar las características formales del proyecto que se analizara, es por ello que se tocaran 3 edificaciones con la tipología de un centro comercial, permitiendo así un mejor criterio e indicadores para el estudio. El primer caso que se investigo está ubicado en Tailandia es un centro comercial que está dentro de la zona residencial en la parte oriental en Bangkok, que generalmente tiene un clima caliente y húmedo la mayor parte del año. La composición formal como se muestra en la figura 14 se utiliza una serie de estrategias de curvaturas que logran definir y enmarcar el recorrido conectando con los diferentes volúmenes que se van armando de acuerdo al eje central, el objetivo es crear espacios comerciales que logren vincularse entre si con una serie de jardines exteriores y espacios pensados para el usuario. Los volúmenes esta dividido en 9 bloques separados con un área comercial de 300 metros cada uno donde logran abrirse paso generando un recorrido limpio y entendible, dejando que las áreas verdes tengan su protagonismo donde estas se mimetizan y penetran los volúmenes sólidos, teniendo en si un constante equilibrio con su clima.



Figura 14: Análisis formal del Centro Comercial en Bangkok Fuente: ArchDaily

De igual forma se observa como los planos verticales rectos son tratados con una textura que permite tener un mejor control de lo áspero y el oscuro que ocurre por el concreto mismo, de igual forma las fachadas frontales son curvas y tienen un tratado de cristales que están de piso a techo, con árboles existentes que fueron conservados para generar terrazas y estas permitan tener sombra y puedan definir el comedor principal del proyecto.

La concepción volumétrica aprovecha la morfología de la topografía como se muestra en la figura 15, se desarrolla a un bajo costo, muestra eficiencia energética y mantiene conexión con su entorno. Por ello, el emplazamiento del proyecto y como solución para el desnivel preexistente se manifiesta una volumetría dispuesta en seis módulos comerciales de dos pisos agrupados de dos en dos, con una alineación lineal. Estos módulos tienen la capacidad de integrarse entre sí, adaptándose a la topografía de la acera y ofreciendo versatilidad en términos de su disposición y uso.



Figura 15: Vista área del Centro Empresarial CL / VAGA, Brasil. Fuente: Archdaily

En términos de la construcción, el proyecto se ajusta a las limitaciones de costos previamente establecidas y presenta una estructura sencilla y de bajo

mantenimiento. Esta elección se refleja en la utilización de una estructura convencional de armado de hormigón y lasas prefabricadas, complementada con sellos de bloque de cerámica. En cuanto al techo, se compone de cobertizos con una estructura de metal ligero y tejas termoacústicas. Estos techos inclinados permiten la entrada constante de luz natural y la ventilación natural en los conjuntos, lo que reduce la necesidad de depender en gran medida de recursos artificiales para mantener la comodidad de los edificios. Además, se ha dado prioridad a la apertura y amplitud de las vitrinas en la planta baja y las ventanas en la planta alta, con vistas a una zona verde que rodea un arroyo, mejorando así la conexión con el entorno natural.

Con relación al indicar propiamente ligado a la tipología continuamos con el tercer caso análogo que sería el Centro Comercial Mega Plaza – Norte, que está ubicado en la panamericana norte, con una vía principal de acceso para el transporte público y vehicular, el equipamiento une varios distritos como los olivos, independencia, Comas y San Martín de Porres, generando una accesibilidad mediante una importante arteria comprendida en las zonas influenciadas.



Figura 16: Análisis Formal de la fachada y volumetría del Centro comercial Mega Plaza Norte, Lima Fuente: Elaboración Propia

Cuenta con un área de 96 mil metros cuadrados, como se muestra en la figura 16 la primera imagen lo podemos observar de manera volumétrica utilizando un eje organizador llegando a un centro que va a direccionar a las otras áreas, a sus costados cuenta con volúmenes sólidos que responden la forma del contexto, del mismo modo se puede observar la fachada en la mano derecha enmarcado de líneas discontinuas

color amarillo donde debido al alto este invita a ingresar y saber exactamente el ingreso principal de este centro comercial, del mismo modo utilizando una estructura metálica mimetizándose con el color de este establecimiento, así mismo cuenta con muros ventanales forradas en su totalidad de la fachada, generando un matiz entre el interior y exterior.

Para poder lograr una mejor consolidación con la investigación debemos tener en cuenta la opinión de los expertos, donde nos indicaran debido a su experiencia que obtuvieron durante los años de carrera, en este aspecto tendremos de las opiniones de acuerdo a las consideraciones formales, como primer experto tenemos al Arq. Nilson Montalban Carrasco (Comunicación vía telefónica, 8 de Junio, 2023) donde se le da como primera pregunta sobre que concepto considera oportuno para poder realizar un centro comercial, respondiendo que las forma volumétrica debe llegar a tener armonía y tranquilidad, donde se debe tener que buscar una mejor funcionalidad, permitiendo conseguir diferenciar de un espacio a otro, en cuanto a la segunda, de métodos tomaría en cuenta a la hora de plantear una organización formal, respondiendo en primer lugar, la accesibilidad, el flujo de personas que estarían visitando en proyecto, tener en cuenta espacios donde ocurrirá el mayor flujo tránsito en toda la edificación como son los patios de comida y los stand de ventas, y las tiendas por departamentos que conforman esta unidad, en cuanto a la tercera pregunta, si considera que la forma y el volumen del centro comercial causaría un impacto en el perfil urbano, a lo que el Arq. Considera que las forma deba tener una integración con los volúmenes, pero a la vez se logre una mejor unidad dentro del entorno, donde deba estar integrada como una sola, y pueda leerse de manera incluida, pero teniendo en cuenta que también esta deba diferenciarse por la función que tiene.

Continuando con las opiniones de los expertos, tenemos al segundo especialista, Arq. Sahara Gabriel Alvarado Marchan, (Comunicación vía telefónica, 13 de junio, 2023) quien se le hizo la misma pregunta con respecto a las consideraciones formales, de acuerdo a que si considera que el concepto tengo algún tipo de relación con el proyecto arquitectónico y su aspecto formal, dando como respuesta, todo tipo de elemento arquitectónico tiene siempre relación de alguna u otra

manera, debido a que la edificación tiene que verse establecido un lenguaje arquitectónico. Referente al segundo interrogante como elementos tomaría en cuenta para poder lograr un planeamiento formal dentro de un centro comercial, donde indica que lo primero que se debe pensar es en la fluidez del usuario, en las tiendas de primera necesidad, en los juegos recreativos que el proyecto está proponiendo. De igual manera a la tercera interrogante sobre la forma y el volumen que estos 2 puntos como se adaptarían en la edificación y si causaría un impacto en el perfil urbano, recalca el Arq. Que de alguna manera si causaría un impacto en la línea que se leerá en el perfil urbano, debido a los volúmenes que se piensa establecer y que llegará a romper quizás con los cuadrículado de las viviendas.

Como tercer especialista tenemos al Arq. Mario Bojórquez Gonzales (Vía telefónica 13 de Junio, 2023) que, sabiendo de su experiencia en el campo de la arquitectura, nos brindara sus conocimientos referentes al tema formal y se realizó las 3 preguntas ya mencionadas. La primera pregunta si considera que el concepto tiene alguna relación con el aspecto formal, respondiendo que cualquier proyecto arquitectónico siempre va a tener una determinada forma y responde de acuerdo a su tipología, ya que la idea que se plantea corresponde y tiene un carácter que logre diferenciarse y pueda leerse como tal. Siguiendo con las interrogantes, tenemos la segunda pregunta, que tomaría en cuenta al momento de poder diseñar o plantear una organización formal dentro de un centro comercial, el Arq. Concuera con los dos especialistas donde se le debe dar prioridad en primer lugar al usuario y la misma necesidad que se tomara en cuenta a la hora hacer el planteamiento, tener en cuenta realizar un estudio de mercado para tener en cuenta y ver más allá de la proyección actual que tiene la ciudad, así mismo tener en cuenta el lugar que sea agradable y poder integrar el exterior con el interior. Por última pregunta relacionada al aspecto formal, se le indica si considera que a forma y el volumen que va a adoptar en el centro comercial causaría un impacto en el perfil urbano, a lo que responde que se debe tener en cuenta el volumen que se propone y que tenga proporción de acuerdo a dicho proyecto.

Siguiendo con los casos análogos tenemos el criterio espacial, donde se tendrán en cuenta los aspectos espaciales de la edificación, donde tenemos el centro comercial de Bangkok, que de acuerdo al desplazamiento de los volúmenes, estos permiten generar sensaciones de amplitud, como se muestra en la figura 17 la imagen 1 y 3, los espacios se mimetizan con el área verde, brindando un mejor estado de tranquilidad para el usuario o personas que estén recorriendo el proyecto, así mismo el estudio de arquitectos busco amenizar especialmente un mejor atractivo con la madera, donde la madera de acuerdo con su instalación este viaja en torno a la circulación del proyecto manejando una mejor accesibilidad peatonal en toda la edificación proporcionando nuevos intereses visuales.

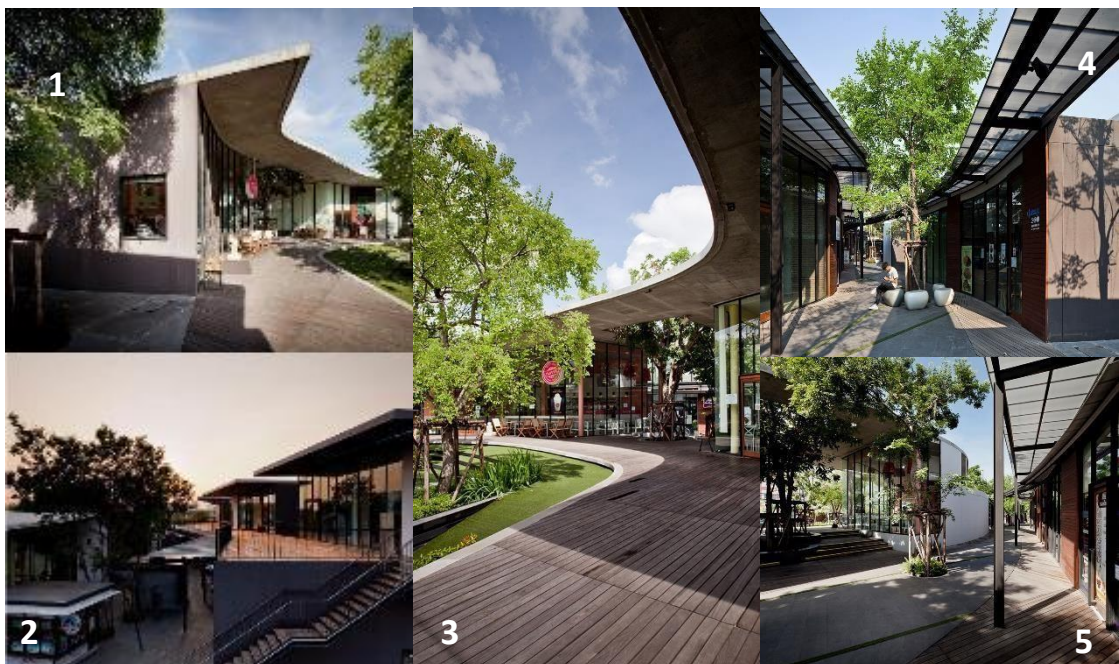


Figura 17: Análisis espacial del centro comercial ubicado en Bangkok Fuente: ArchDaily

El proyecto como se muestra en la imagen 2 se generan terrazas al aire libre sin algún tipo de cobertura para poder integrar lo exterior con lo interior, donde la iluminación natural toma un factor importante en todos los espacios, proyectando un espacio amplio y provocando una permanencia entre la naturaleza y el usuario. Los volúmenes como se muestran en la imagen 4 y 5 estos responden a una relación de áreas comunes que permite un mejor desplazamiento en todo el recorrido, abriendo

paso a tener de manera fluida y visualmente conectada con los volúmenes de al frente con un grado de cerramiento casi nula para poder proporcionar una mejor jerarquización de escalas. Así mismo el proyecto crea junto con el plano de curva una tira de acceso, que logran formar tres curvas que definen el enfoque principal y crean un espacio íntimo convirtiendo este en un anfiteatro al aire libre y un jardín para el usuario.

El objetivo principal al crear este complejo era respaldar el crecimiento económico del municipio, que está estrechamente relacionado con la agricultura e industria, y al mismo tiempo, contribuir al desarrollo urbano proporcionando espacios que puedan alquilarse para empresas y oficinas en un área que carecía de este tipo de instalaciones. Por lo tanto, se planteó como un reto esencial la creación de una estructura de diseño sencillo pero atractivo, que pudiera mejorar la vida de la calle, convirtiéndola en un lugar no solo de paso, sino también de estancia y convivencia cívica. El diseño del edificio consta de espacios flexibles y adecuados para albergar pequeños negocios de diferentes tipos, principalmente orientados a actividades comerciales y de servicios.

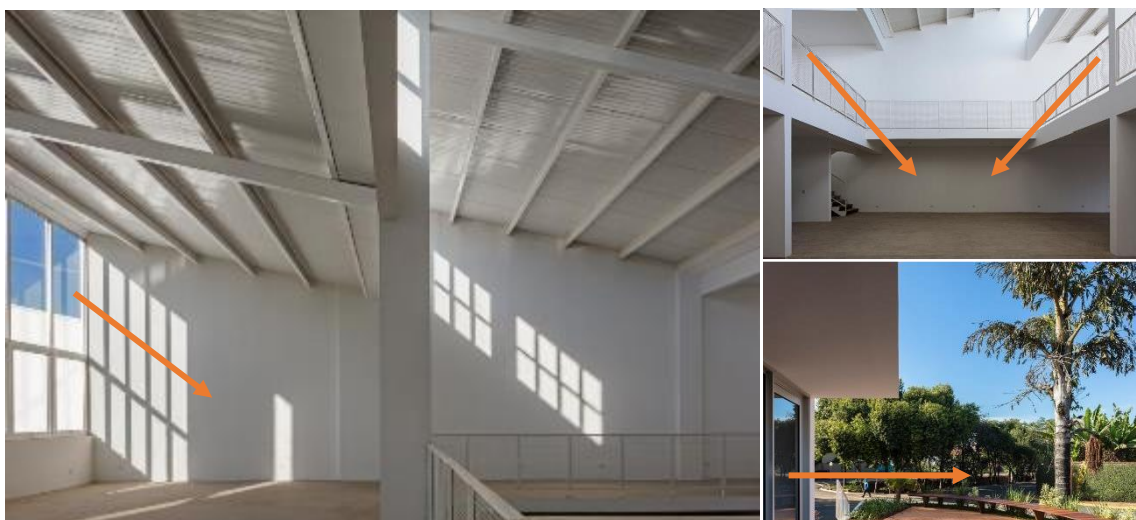


Figura 18: Espacios internos del Centro Empresarial CL / VAGA. Fuente: Archdaily.

Al combinar áreas destinadas a la vivienda colectiva con espacios comerciales, se desarrolla una relación beneficiosa entre lo público y lo privado. Dado que el terreno estaba en una esquina, se consideró pertinente crear dos frentes con visibilidad que

fomentaran la interacción directa entre la calle y el programa previsto, lo cual era fundamental para el funcionamiento óptimo de los usos previstos. En la esquina se diseñó una plaza elevada por encima del nivel de la calle, creando un punto de conexión entre los complejos comerciales, la avenida principal, el arroyo y la plaza de almacenes en la esquina adyacente, formando así un espacio de encuentro.

Se diseñaron los espacios de manera que pudieran acomodar fácilmente una amplia variedad de usos y permitieran, a través de ajustes menores, cambios en la función sin necesidad de complicadas modificaciones estructurales.

Como ultimo caso analogo tenemos en Centro comercial de Plaza Norte, ubicado en lima, los espacios de esta edificacion como se pueda observar en la figura 19 iniciando con la Imagen A es en primer lugar lo que llam la atencion las escalera electricas que estan en el centro de la edifiacion debido al punto estrategico que une las distintas zonas de la edifiacion permitiendo dirigirse al segundo y tercer nivel, no cuenta con una covertura generando una sensacion de fluidez y amplitud al ser un espacio de encuentro.



Figura 19: Imágenes interiores del Centro Comercial Plaza norte, lima. Fuente: Mega plaza

Del mismo modo en la siguiente imagen B podemos observar los pasillos y circulación que estos nos dirigen a las tiendas que están a su alrededor no teniendo mucha altura pero si considerando un espacio para un mejor tránsito, considerando al usuario y sus compras sin estar interrumpiendo el paso de otro comprador, en cuanto a la imagen C tenemos uno de los espacios con más pronunciamiento debido a la actividad que vendría a ser el patio de comida, este debe contar con dobles alturas dando una sensación de libertad, del mismo modo en cuanto a la imagen D dentro de las zonas complementarias también se cuenta con ascensor que estos solo dirigen al segundo nivel, con una articulación lineal recurrente en toda la edificación, considerando un vínculo de manera directa con los espacios.

Para lograr una consolidación de información respecto al desarrollo de este estudio de cada uno de los indicadores de la dimensión espacial, se lograron diversas opiniones que fueron obtenidas por 3 especialistas, que con los conocimientos que fueron recopilando en su carrera se logró hacerles un cuestionario con la finalidad de poder obtener un grado de recolección de experiencias de acuerdo a sus años en la carrera.

Para ello se realizó a nuestro primer especialista (Comunicación vía telefónica, 09 Junio, 2023) la primera pregunta con relación al análisis espacial donde se le da como interrogante que tipos de espacios cree que deban predominar en un centro Comercial, respondiendo que debido al equipamiento lo que más resalta serían las galerías, stand de ventas, los patios de comida donde tendrá mayor concurrencias de los usuarios, estacionamiento para poder evitar aglomeraciones vehiculares fuera del proyecto y el espacio para un patio de maniobras que pueda controlar todo el proyecto, así mismo con la siguiente pregunta qué tipo de organización espacial debe tomarse en cuenta para el equipamiento, a lo cual responde que los espacios en primera instancia debe estar pensado para los usuarios, donde lo que se proponga debe estar al alcance de todos como serían los espacios de servicios, espacios de integración social y por ende espacios destinados netamente al área administrativa del centro comercial, en cuanto a la tercer interrogante, va relacionado a la variables de cómo lograr un planteamiento de áreas verdes en el proyecto, El Arq. De acuerdo a sus conocimientos

indico que los espacios de que son relacionados a las áreas verdes o que estén destinados para ese uso, deban ser espacios de transición al área comercial que logren guiar en todo el recorrido o poder estar inmersa en el propio equipamiento y poder convertirse en espacios para reposo donde el usuario deba sentirse a gusto a la hora de comprar o desee descansar unos momentos.

Con respecto a nuestro segundo especialista (Comunicación vía telefónica, 13 de junio, 2023) quien se le realizo las mismas preguntas que están relacionadas al aspecto espacial, que de acuerdo a su experiencia desarrollando proyectos arquitectónicos, se le hace la primera interrogante sobre que espacios deben predominar en un Centro comercial, indicando que los espacios más frecuentados de acuerdo a la tipología vendría hacer las tiendas, los patios de comida, y generando un eje espacial de los diferentes volúmenes, permitiendo una mejor conexión con las accesibilidad, de igual manera siguiendo con el objetivo espacial y las interrogantes, la segunda pregunta nos lleva a saber qué tipo de organización como experto se debería tener en cuenta para este proyecto, respondiendo que los espacios se encuentran relacionados entre si y la forma con la organización no sea accidentada, sino todo lo contrario que pueda ocurrir un recorrido sin complicaciones y directo. En cuanto a la tercera pregunta que va de la mano con la variable, de qué manera debería plantearse las áreas verdes en el proyecto, la Arq. Propone que las áreas destinadas al uso natural deban ser siempre correcto y pensada para el usuario, para que estas puedan darle vida al equipamiento y pueda verse de manera armoniosa y logrando una integración de ambas partes para tener un óptimo desarrollo arquitectónico.

Como tercer especialista (Comunicación vía telefónica 13 de junio, 2023) en el desarrollo espacial. Quien al tener más años en la profesión, nos ayuda con su opinión lograr enfatizar y entender el estudio que se está planteando, es por ello que de igual manera se le hizo las mismas preguntas, como primer interrogante se le indico que tipos de espacios deben predominar en el proyecto arquitectónico, el Arq. Logra entender los espacios de manera que sean agradables para el usuario, donde llegue la gente a reunirse, que vea una combinación con el área verde y se logre como un elemento de integración, ya que habrá fluidez en el desplazamiento de las personas.

En cuanto a la segunda pregunta de qué tipo de organización espacial se debe tener en cuenta para el diseño de un centro comercial, respondiendo que el espacio es un ambiente que necesita comunicación tanto de un análisis horizontal como vertical que todos los ambientes sean accesibles. Tiene que haber una secuencia lógica de un organigrama de función y desarrollarse de manera que esta no sea complicada, en el sentido que el usuario, entre, realice las compras y salga. Por ello en la tercera pregunta referente a la variable de áreas verdes y como podría plantearse en el proyecto, responde que las áreas verdes tienen diferentes usos, no solo son adornos que puede estar dentro de la edificación, estos permiten un mejor oxígeno ya que hay una combinación de espacios abiertos y cerrados, la naturaleza debe permitir y debe sentirse también arquitectura, el área verde ayuda a distraer la vista, armonía con el ambiente y siempre dando un estímulo de que será positivo, que el usuario siempre se sienta satisfecho y a gusto

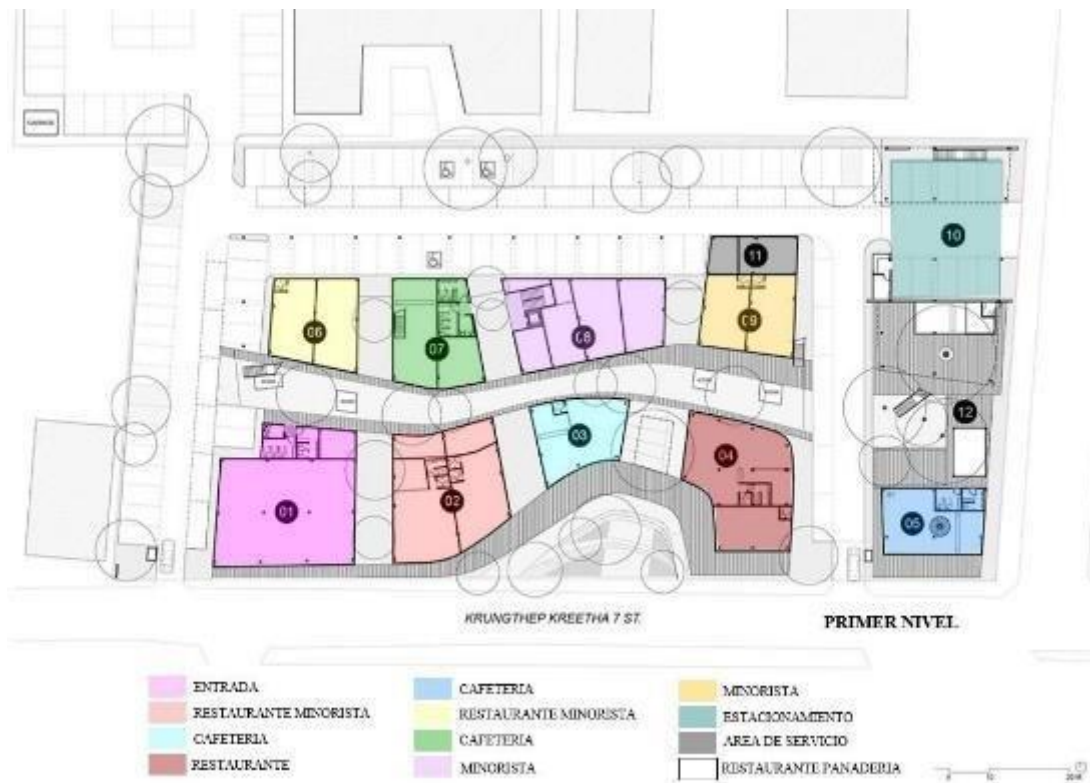


Figura 20. Análisis de Zonificación del Centro comercial en Bangkok Fuente. Archdaily

Siguiendo con los objetivos específicos, tocaremos el objetivo cinco que pertenece al primer caso análogo del centro comercial en Bangkok, donde debido a la forma genera movimientos en los ambientes manejables y agradables, la edificación cuenta con 2 niveles, en el primer nivel se divide en 9 volúmenes que son locales comerciales, como se muestra en la figura 19 donde lo que predomina son los restaurante y las tiendas minoristas, de igual forma cuenta con 12 áreas que conforman la edificación, que inicia con restaurante minorista que se va desarrollando en el recorrido del proyecto continuando con cafetería, cuenta con espacios de igual forma para área de servicios externos y de manera interna en cada ambiente, cuenta con un cerramiento exterior muy leve, predominando el vidrio transparente que visualmente lo vincula con la volumetría, la planta baja llega a ser una secuencia de entrada que forma durante la elevación de una manera que esta se predispone de manera similar para crear rampas con pendientes que no sean toscas, si no lo contrarios que puedan verse prolijos y suaves, permitiendo una conexión al límite más alejado del centro.

El proyecto cuenta con 3 curvas que definen el enfoque principal y logran crear ambientes para el uso publico y de igual forma logrando amarrarse de manera natural con las áreas verdes.

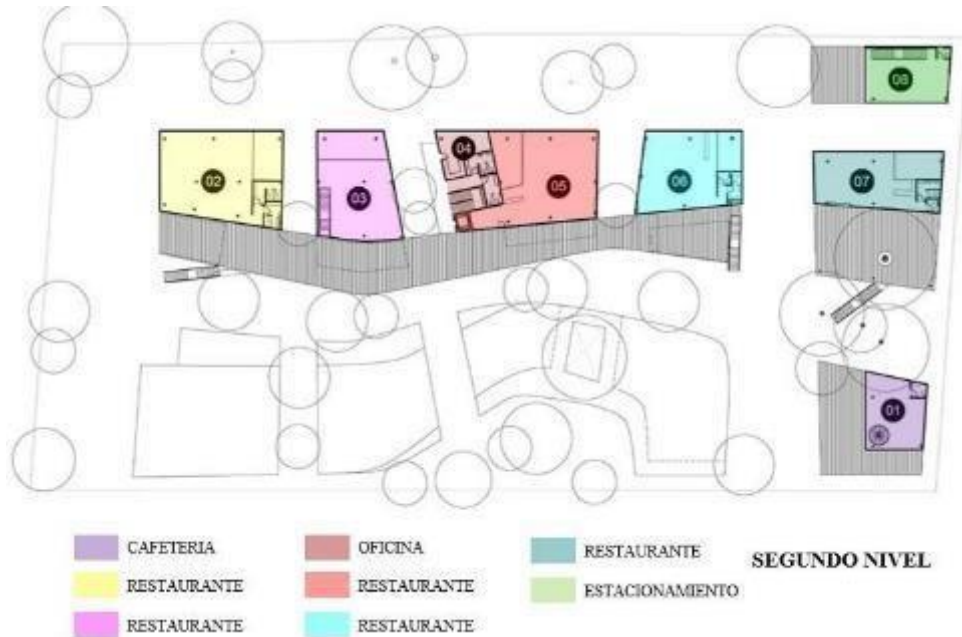


Figura 21. Análisis de 2 nivel en el centro comercial en Bankok Fuente. Archdaily

Siguiendo con el análisis funcional, En cuanto al segundo nivel como se muestra en la figura 20 las zonas al ser un centro comercial en una residencia cuenta con mas áreas para el usuario, cuenta con 3 escaleras que dirigen al segundo nivel una de ella se encuentra al inicio de la imagen donde llegas a un área de terraza, cabe mencionar que en el proyecto lo que resalta y predomina en el segundo nivel son las terrazas y el área verde que esta se logra mimetizar con toda la edificación, donde los árboles que ya estaban, el proyecto permite integrarlo y jugar con las forma, así mismo la edificación en el segundo nivel cuenta con restaurantes, un área administrativa que lo conforma un ambiente de oficina.

La edificación del centro comercial busca el poder conectarse con la naturaleza permitiendo crear actividades de área publica como los jardines donde desarrollan un movimiento de actividades de tiendas, restaurantes, cafetería y una función acogedora teniendo una circulación que sigue la forma con la curvatura enriqueciendo unamejor funcionalidad y recorrido.

Para analizar la parte funcional del proyecto, se debe considerar ciertos aspectos que involucran la distribución de sus zonas, el terreno está situado en proximidad directa a un arroyo rodeado de vegetación, que está vinculado a una de las principales rutas de acceso a la ciudad. En este lugar, la población se dedica a actividades deportivas y de entretenimiento de forma cotidiana, por lo cual se consideró en toda la parte exterior del proyecto un retiro que son usados como plazas y áreas verdes que ayuda a crear esta conexión con su entorno donde se muestra el arroyo, de esta forma los ciudadanos pueden hacer uso del proyecto sin tener que ingresar al establecimiento, lo que crea un gran movimiento en la zona.

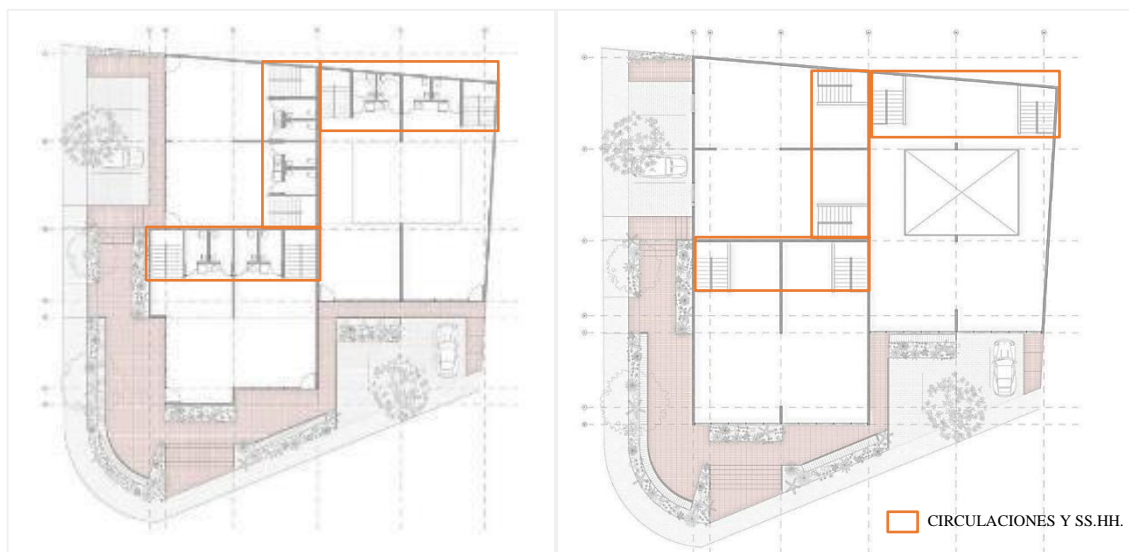


Figura 22 Análisis funcional del Centro Empresarial CL / VAGA. Fuente: Archdaily

Como se muestra en la figura 21, en relación a los módulos, se ha optado por proporcionar únicamente la infraestructura esencial, que incluye instalaciones de aseo y almacenamiento, una escalera que permite el acceso al nivel superior y un sistema de instalación ubicado estratégicamente. Las circulaciones están contiguos a la zona de servicio como lo son los baños lo que permite dejar un área libre para el uso comercial u otro. Esta elección se hace con el objetivo de priorizar la conveniencia para realizar ajustes en el futuro y brindar una flexibilidad considerable para posibles ocupaciones posteriores. Los ambientes guardan de esta manera una relación indirecta y directa, lo que facilita que en un futuro se pueda adecuar a las funciones que se desarrollaran, bien sean comerciales, u otro.

En el último caso análogo analizaremos el Centro Comercial Plaza norte, donde analizaremos el siguiente objetivo que es la función, como se muestra en la figura 22 en el primer nivel quien cuenta con una organización axial que integra un conjunto mediante el encuentro que genera una organización radial. Teniendo un eje de circulación principal, conectando en si el pórtico del ingreso con el patio de comida que va a distribuir a las otras zonas, los ejes trasversales de color azul con líneas discontinuas se unen con las 2 zonas de tiendas anclas en un eje radial permitiendo generar un eje a través de una plaza circular.



Figura 23. Análisis de zonas en el centro comercial de plaza norte Fuente. Mega plaza

El terreno se figura por la av. De Alfredo Mendiola donde se ubica toda el área de estacionamiento, delante de la nave central y de igual manera de las tiendas colindantes que son las tiendas anclas, bajo ese criterio el acceso vehicular, cuenta con un ingreso que se comunica de manera directa entre el estacionamiento y los locales comerciales. En el primer nivel se logran ubicar todas las zonas priorizando en primer lugar en las tiendas anclas que son las más reconocidas y mas grande, siguiendo tanto en el segundo como en el tercer piso se genera las zonas con tiendas de especialidades donde se considera marcas como que solo cuentan con un comercio que se especializan en pocas líneas de productos o que generan un único tipo. Siguiendo con el comercio externo que ocupa la cuarta parte de las zonas. Siguiendo sin faltar el área donde se podrá controlar y gestionar lo que sucede dentro y fuera de la edificación, que es el

área administrativa que cuentan con oficinas, salas de reuniones, etc. Y por último las zonas de comida que son las más concurridas por los usuarios debido a los ambientes estos son amplios y están de manera directa con otras zonas.

En el indicador del análisis funcional de igual forma se tomaron en cuenta las opiniones de los 3 expertos que cada uno con los años en la carrera consolidan el desarrollo del informe de cada indicador, es por ellos como primer experto (Comunicación vía telefonía 09 de Junio, 20) quien este aspecto se le hicieron 3 preguntas, la primera hace referencia a las características funcionales que cree que se debe considerar en el diseño de un centro comercial, donde responde que debe existir una duplicidad de accesos tanto para el público en general como para el acceso de servicios y para las zonas administrativas, en cuanto a la segunda pregunta se le indica que tipo de zonas deben considerarse en el proyecto, respondiendo lo que más debe resaltar en el equipamiento debe ser la zona pública siguiendo de la zona social, zona de estacionamiento y área de maniobras. Así mismo como tercera pregunta en el mismo enfoque de qué manera cree que pueda influir la incorporación de la variable que son las áreas verdes en el equipamiento, el Arq. Indica que la ciudad de Piura es una ciudad calurosa por ende requiere de espacios que estén destinados al área verde ya que debido que el lugar es árido y desértico este necesita de una mayor influencia de la naturaleza para poder controlar y se pueda dar un equilibrio de clima.

Como segundo especialista (Comunicación vía telefónica 13 de Junio, 2023) que de igual manera responderá a las interrogantes del análisis funcional, con la finalidad de lograr un mejor nivel de ideas para poder tener en cuenta a la hora de diseñar el proyecto arquitectónico, como primera pregunta de qué características funcionales deben considerarse en el diseño de un centro comercial, respondiendo que se debe tener en cuenta la calidad de vida durante su estadía en el proyecto, por ende también se debe considerar la creación de ambientes que sean seguros, funcionales de fácil acceso y mantenimiento para poder evitar algún tipo de accidente, en cuanto a la segunda interrogante de que tipos de zonas deben considerarse en el diseño poderse plasmar en el equipamiento, indico que lo primordial es la circulación que esta debe generar, las zonas de ventas, zonas de estacionamiento y zonas destinadas a la

recreación pública, y por último pregunta de qué manera cree que pueda influir la incorporación de la variable en el diseño del centro comercial, la Arq. Con su punto de vista nos indica que la misma ciudad que es calurosa, se debe priorizar el área verde debido a que este va a generar una mejor calidad de recorrido, dándole vida a cualquier construcción arquitectónica.

Para concluir con el desarrollo de estos resultados y en la misma línea de investigación del análisis funcional tenemos al tercer (Comunicación vía telefónica 13 de Junio, 2023) que de igual manera se le hicieron las 3 preguntas, como primera interrogante se le indica que características deben considerarse a la hora de diseñar un centro comercial, a ello el arquitecto considera en la función es muy importante el diseño, debido a que este será parte formal del proyecto, en la función logra ser primordial de cualquier diseño arquitectónico. En cuanto al usuario debe tener una fluidez desde que llega hasta que se va la función tiene que cumplirse de todas maneras, siguiendo con la interrogante en la segunda pregunta que tipo de zonas se deben considerar en el diseño de este equipamiento, argumentando que la zona en este aspecto obedece a un diagrama y diagnóstico, donde se puede incluir una sala de venta, zona complementaria circulación de las mismas áreas verdes que se complementa con las demás zonas y estas conlleva al centro comercial.

Prosiguiendo con la entrevista se le consulto sobre de qué manera cree que pueda influenciar la incorporación de la variable que son las áreas verdes en el diseño del centro comercial, a esto el especialista respondió lo que se debe plantear es la fluidez, donde exista una combinación que logre comunicarse con el espacio cerrado y abierto.

Una vez realizado los distintos análisis a los 3 casos análogos y complementarlas con las opiniones emitidas por los especialistas, se da a continuación la redacción del último objetivo, el sexto objetivo específico que es la elaboración de un centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial en el distrito de 26 de octubre en Piura. Se inicia por la redacción de la conceptualización donde nos permitirá conocer el inicio del diseño que será plasmado

en el proyecto arquitectónico, de igual manera continuaremos con la redacción de las características funcionales, espaciales y formales.

Bajo el criterio de la conceptualización. Se tomó en cuenta la cultura tallan que es parte de la historia de Piura, tomando un elemento representativo como es la mujer capullana que es considerado como uno de los símbolos más importantes de nuestra región.

Como se muestra en la figura 23 imagen 1, La idea inicial está relacionada a la mujer capullana, donde de acuerdo a la investigación realizada, representan a mujeres con poder y están dentro del gobierno, quienes causan admiración y donde ellas mismas mantuvieron un estatus de privilegio quien estaba al mando femenino. Lo que se logra representar en el proyecto es tomar en cuenta la envoltura del vestido de la mujer capullana, donde resalta el movimiento y la propia textura que teniendo en cuenta con la historia le dan al vestido un vuelo a la cintura con las mismas fajas que eran de multicolor, con la finalidad de resguardarse del propio sol fuerte que existen el norte así mismo eran adornados con flores. Es por ello lo que se desea representar es el movimiento que este genera de acuerdo al vestido como se muestra en la imagen 2, la propia textura que era considerado en la época donde logra envolverse con el mismo ritmo y armonía en la edificación, que será plasmado por medios de bloques, donde las variables de áreas verdes también generan su propio carácter principal como elemento de integración espacial por ser parte de la cultura tallan.

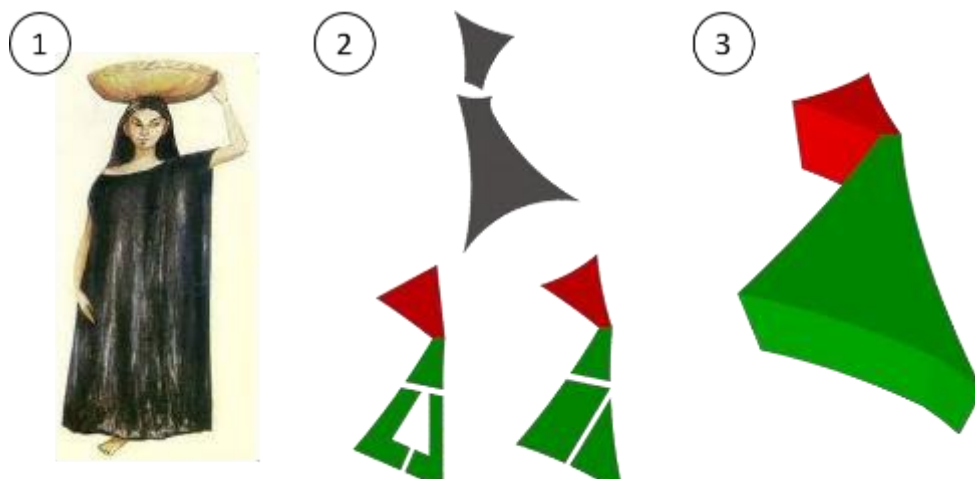


Figura 24. Concepto del centro comercial propuesto en el distrito de 26 de octubre Fuente. Elaboración propia

Es por ello en la imagen 3 se realiza la volumetría de forma flexible a las necesidades del sitio y sus cambios. Tiene la seguridad para ofrecer la tranquilidad y confort de los usuarios en lo que son los accesos, vialidades, circulaciones, control de incendios entre otras emergencias. El proyecto Centro Comercial, ofrece las mejores comodidades para su estancia, teniendo como objetivo la gratificación de que el cliente quede conforme con su visita y entre sus actividades al Centro Comercial para disfrutar de un momento agradable en armonía con todos los servicios de confort que el Proyecto ofrece al visitante.

El proyecto Centro Comercial presenta espacios públicos, integrando el uso de la variable de jardines como elemento arquitectónico. Se busca la integración de la cultura tallan con la ciudad, tomando en cuenta el terreno a intervenir. Generando áreas verdes las cuales puedan transmitir sensaciones por medio de zonas de gran vegetación creando así una integración dentro del entorno. Lo que se busca en esta propuesta es generar nuevos espacios a los lados del centro comercial, con áreas verdes tratando de no alterar el entorno del mismo.



Figura 25. Análisis formal de la fachada
Fuente: Elaboración Propia

Siguiendo con su análisis formal tenemos el diseño de la fachada donde se puede llegar a observar en la figura 24 que cuenta con 2 niveles y tiene un atractivo de albañilería en vidriado dando una sensación de incorporación con el exterior,

existiendo un formas regulares y solidas que generan mejor desenvolvimiento del centro comercial.

Continuando con el análisis del proyecto arquitectónico de un centro comercial, tocaremos las características **funcionales** donde como se muestra en la figura la zona de comercio donde se enmarca en líneas discontinuas de color rojo donde cuenta con 4 sub zonas, en primer lugar, esta la tienda ancla número 1 sombreado en color celeste cuenta con 2 ingresos principales el primer ingreso es directo de la parte exterior de la edificación donde se encuentra adelante el estacionamiento y el otro ingreso si esta internamente de acuerdo al recorrido del proyecto dentro del centro comercial donde esta es dirigido mediante una circulación lineal.



Figura 26. Análisis de zona comercial Fuente: Elaboración propia

En cuando a la sub zona esta se divide en 2 áreas, la primera área que es la de administrativa cuenta con ambientes de oficinas como contabilidad y marketing así mismo en relación directa con el espacio de uso para recursos humanos, tesorería secretaria y salón de espera, por ende también existe un espacio para sala de reuniones, sala de capacitaciones, en cuanto a la otra área seria el de servicio, donde esta considerado todo los ambientes desinados a la limpieza y aseo tanto del lugar como de

los mismo alimentos como el deposito seco, laboratorio de frutas y verduras, laboratorio de pollos, almacén general, área de reparaciones y el patio de maniobras.

De igual manera tenemos la sub zona que vendría a hacer las tiendas por departamentos sombreadas de color morado como se muestra en la figura, que tiene una relación directa con la sub zona de la tienda en ancla 1 sombreada de celeste y el comercio complementario sombreado de naranja, en cuanto a los ambientes estos están en paralela, de acuerdo a al zonificación con distintos usos por un lado que son parte de esta sub zona que se encuentran en la parte superior cuenta con 4 restaurantes que estos mismos cuentan con una cocina considerando su dimensión el 30 % de todo el restaurante, cuenta internamente con su baño tanto para hombres y mujeres en los 4 restaurantes.



Fuente 27. Distribución de la sub zona de tiendas por departamentos
Fuente: Elaboración Propia

Siguiendo con la distribución tenemos al frente de los restaurantes tenemos los ambientes destinados para la venta de ropa que esta conformado con 5 tiendas con distintas proporciones que permite un rendimiento en cada uno de los espacios debido al comercio que esto genera de acuerdo a la marca que se venderá, de igual manera en seguimiento de la lista de distribución tenemos a la farmacia que lo conforman 3

espacios que se encargaran de mejorar en cuanto a la ciencia de la salud y el bienestar del usuario, por consiguiente tenemos la venta de calzado donde cuenta con 6 tiendas, y 3 tiendas para destinadas a la tecnología y las actualizaciones del día a día y por ultimo tenemos ópticas.



TIENDA POR DEPARTAMENTO

Fuente 28. Distribución del comercio complementario Fuente Elaboración propia

En cuando a la su zona que comprende en este aspecto el comercio complementario podemos encontrar el patio de comida que logra tener protagonismo por su dimensión y la ubicación, donde emerge en la parte superior de la edificación permitiendo como se muestra en la figura conectar de manera directa con la zona de tiendas por departamentos, del mismo modo en la distribución lo que se encuentra es todo un sector lineal de fast food o comida rápida que permite de manera estructural poder conectar de manera directa con el patio de comida para poder servirse el usuario de manera mas rápido sin ninguna complicaciones, otro de los ambientes o espacios dentro del centro comercial y dentro de la zona complementaria es el escenario, donde esta tiene una función de organizar espacialmente debido a su ubicación central que se encuentra, donde esta logra generar un dinamismo tanto para el publico como para la parte de la edificación, que tiene una relación cercana al área de comida, otro de los ambientes que se tomaron en cuenta son los stand que como se puede observar la forma

del ambiente está más relacionada a la circulación que ejerce los pasillos, es por ello que opta esa figura, los stands van a generar que se puedan adecuar otro tipo de comercio dependiendo la marca que ingresa y por ultimo encontramos la batería de los servicios higiénicos que tienen un porcentaje respetando la cantidad de artefactos que estos necesitan de acuerdo a lo que indica el reglamento nacional de edificación.

Para lograr enfatizar en la zona de comercio, tenemos por ultimo área que es la tienda ancla numero 2, que como se muestra en la figura cuenta con 2 ingresos, el primer ingreso señalizado de color rojo es el ingreso principal que este viene de la zona de servicios que esta el estacionamiento y por el lado izquierdo que viene de la zona complementaria, al ingresar este cuenta con un ingreso de seguridad y monitoreo, donde en primer lugar encontramos las ventas de abarrotes que los pasillos cuentan con señalizaciones de cada producto o alimento que se está vendiendo, generando un orden para que se logre el rápido encuentro de los alimentos, de igual manera como en la tienda de ancla numero 1 está también cuenta con un tópico que será destinado para alguna emergencia leve que pueda llegar a suceder dentro del establecimiento de la tienda, cuidando al usuario en cualquier incidente, siguiendo con el numero 3 tenemos la batería de los servicios higiénicos que estos están ubicados en la parte central de la tienda, que está contemplado tanto para varones como para mujeres y de igual manera usuario directo o indirecto que estos conforman el proyecto.



Figura 29. Distribución de la sub zona de tienda ancla 2 Fuente: Elaboración propia

En cuanto al numero 4 que esta conformado por los ambientes que están destinado para la preparación y etiquetado de todos los productos ya sean alimentos u objeto, estos se encuentran en la parte final de la tienda es por ello que también se considera el ingreso secundario que está marcado de color rosado que vendría a ser netamente para el usuario autorizado que estarían trabajando para la tienda quienes son los que vendrán a generar el mantenimiento de los productos como el ingreso de nuevos alimentos para su debido procesamiento.

Prosiguiendo con el análisis funcional y el análisis de las zonas que estas conforman el proyecto arquitectónico de un centro comercial, pasamos a la redacción de la zona complementaria, donde como se muestra en la figura enmarcada con líneas discontinuas en color rojo que engloba todo lo que vendría a ser parte de la zona, como primer sub zona contemplada está el multicines sombreado de color morado que este vendría a tener la mayor proporción en cuanto a medida, donde se desarrollaran actividades al óseo del usuario que permitirá tener unos momentos de relajación dentro del cine, por consiguiente tenemos de color verde el área Mac, donde contemplara espacios destinados para servicios públicos, que logra ser de manera factible para el usuario debido a que en su mayoría las entidades publicas se encuentran llenas y este servirá para mejorar el tiempo que uno pasa dentro de estas instalaciones.



Figura 30. Análisis de la zona complementaria Fuente. Elaboración propia

Como tercer sub zona que esta sombreada de color amarillo, se encuentran los ambientes administrativos de toda la edificación, donde albergara espacios que son destinados para oficinas, áreas de reuniones o si el usuario desea hacer algún tipo de consulta de acuerdo a su recorrido en el centro comercial. En cuanto a lo pintado de color celeste corresponde a las agencias bancarias, que cuentan con 4 ambientes que serán para distintas entidades de banco y donde las personas podrán tener una mayor facilidad y seguridad en cuanto a sus temas bancarios, por último, tenemos de color rosado los ambientes que vendrían a ser los stands de ventas.

En cuanto a la distribución de cada sub zona tenemos en primer lugar el área multicine donde como se observa en la figura esta cuenta con 8 espacios que conforman esta zona, donde se puede ingresar por la parte inferior de la zona que cuenta con 2 ingresos cercanos, el primer ingreso vendría a ser por un pasillo que este esta a lado de la zona de mac y el segundo ingreso por la zona que viene directo de la zona administrativo o bien de la plazuela del centro comercial, al ingresar te encuentras con un espacio de recepción amplio y fluido, con una organización central que te dirige a las salas de proyección o de servicio donde se puede encontrar la bodega, siguiendo de la confitería donde tiene la finalidad de vender los alimentos que vas a consumir dentro del cine, de igual manera encontraras espacios de gerencia, marketing, antes de ingresar a cualquier sala se procede a encontrarse con la boletería y luego a las 5 salas que están destinadas para la proyección de la película y los SS.HH.

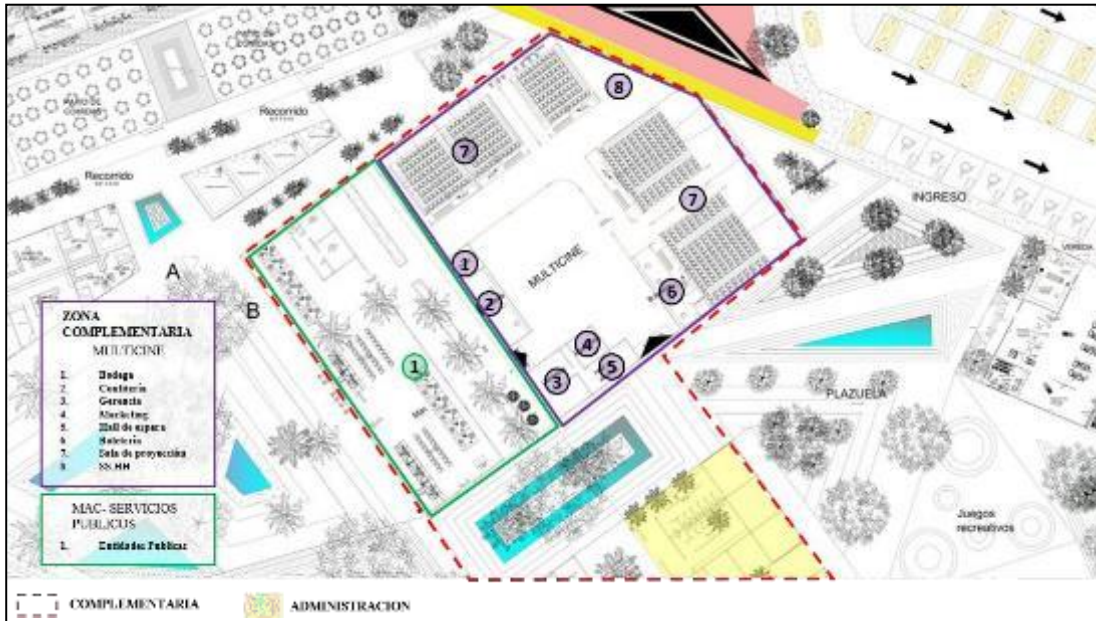


Figura 31. Análisis de la distribución de la zona complementaria y la mac Fuente. Elaboración propia

En cuanto a la otra subzona ya antes mencionado, tenemos el Mac que esta enmarcado de color celeste, que este brindara al establecimiento todo tipo de tramites públicos, se encontrara o esta destinado para entidades como la Sunarp, Sunat, Banco de la Nación, Caja Piura, etc. Así mismo agilizando cualquier tramite que se desea tramitar.

Siguiendo con cada análisis de las sub zonas, tenemos a continuación el área que, destinada para las agencias bancarias, como se muestra en la figura enmarcada de celeste que vendría a ser los bancos, se encuentran paralela al área administrativa y los stands. Para ingresar a estas entidades, se logra entender por la jerarquización donde las propias áreas verdes ejercen en la circulación de manera lineal, de personas que vengan de la parte de los multicines, la parte baja o bien del área de la plazuela de manera directa.



Figura 32. Análisis de la distribución de la zona complementaria. Elaboración propia

Al ingresar a estos 4 establecimientos, que tienen una distribución similar, nos recibe una sala de espera que luego procedemos a ventanilla para poder realizar los tramites correspondiente, como cada entidad bancaria también cuenta paquete de áreas administrativas que lo conforman los espacios para gerencia, sala de juntas por si existe algún tipo de reunión o para poder realizar el retiro de una fuerte cantidad de dinero, deposito, atención al cliente, y de igual manera con su batería de servicios higiénicos, y como principal ambiente la bóveda, para realizar algún tipo de retiro o deposito no es necesario ingresar a la entidad, los cajeros se encuentran en la parte de la fachada de los 4 bloques bancarios ayudaran al fácil movimiento de retirar y depositar dinero, ayudando a los usuarios a no estar en largas colas en los otras entidades bancarias y sacando de apuros a la hora de poder realizar su comprar en el centro comercial.

Como ultima sub zona en cuanto a la zona complementaria, tenemos el área administrativa lo cual en su defecto suele ser complicado lidiar con la gestión de clientes. Así mismo la gestión en un centro comercial es la clave para el orden, control y manejo que se rige bajo el cumplimiento que existe dentro del reglamento, como se muestra en la figura enmarcado de color amarillo, donde el ingreso para este ambiente esta dirigido desde los juego recreativos que vendría a ser la zona recreativa, donde al ingresar te recibe una sala de espera y una recepción, y un espacio para secretaria, del mismo modo dentro del establecimiento se encuentran las diversas oficinas que cumplen con distintas funcionalidades para el bienestar de la edificación como la contabilidad, tesorería y marketing, del mismo modo el área tiene su propio lugar para tópicico donde cubre con algún incidente que pueda ocurrir dentro de las espacios, continuando con la distribución cuenta con 2 paquetes de servicios higiénicos tanto para los usuarios como para los trabajadores, cuenta con 2 espacios que se procede a la reuniones o juntas que se tomaran para el mejoramiento del proyecto y por ultimo que no debe faltar es el cuarto de máquinas.

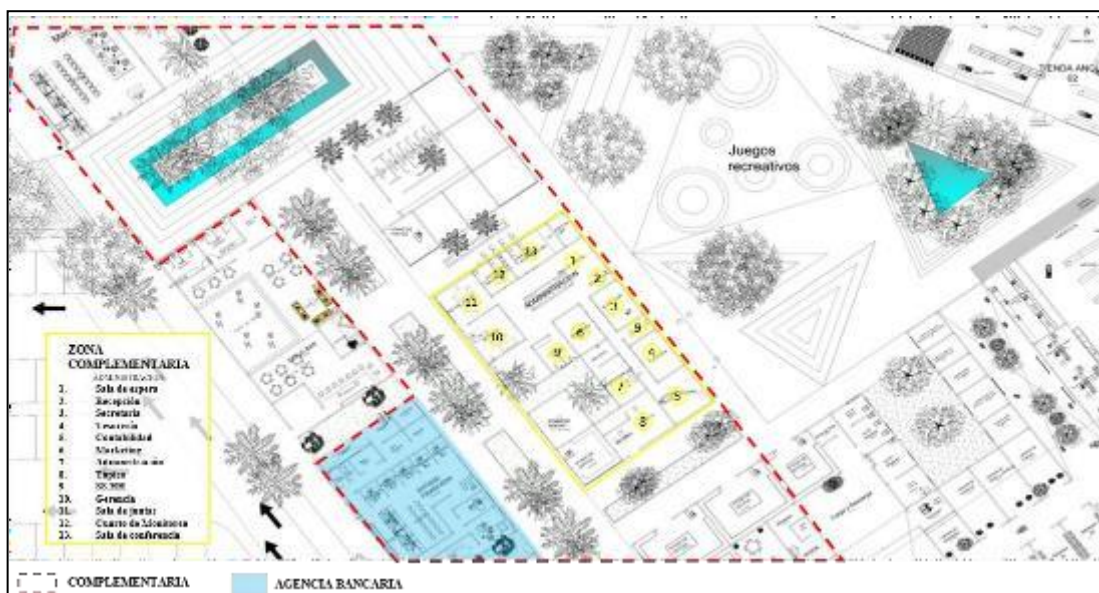


Figura 33. Análisis de la zona Administrativa Fuente. Elaboración propia

En cuanto a una de las zonas que esta repartida en todo el proyecto, es el área de recreación donde esta cuenta con 5 sub zonas que se encuentran en 5 puntos estratégicos que puedan albergar y acoger mejor el centro comercial, donde permitirá poder ayudar ser mas dinámico el recorrido dentro de la edificación, así mismo los usuarios puedan tener espacios agradables donde puedan sentirse cómodos y donde puedan existir una interacción social más fluida.

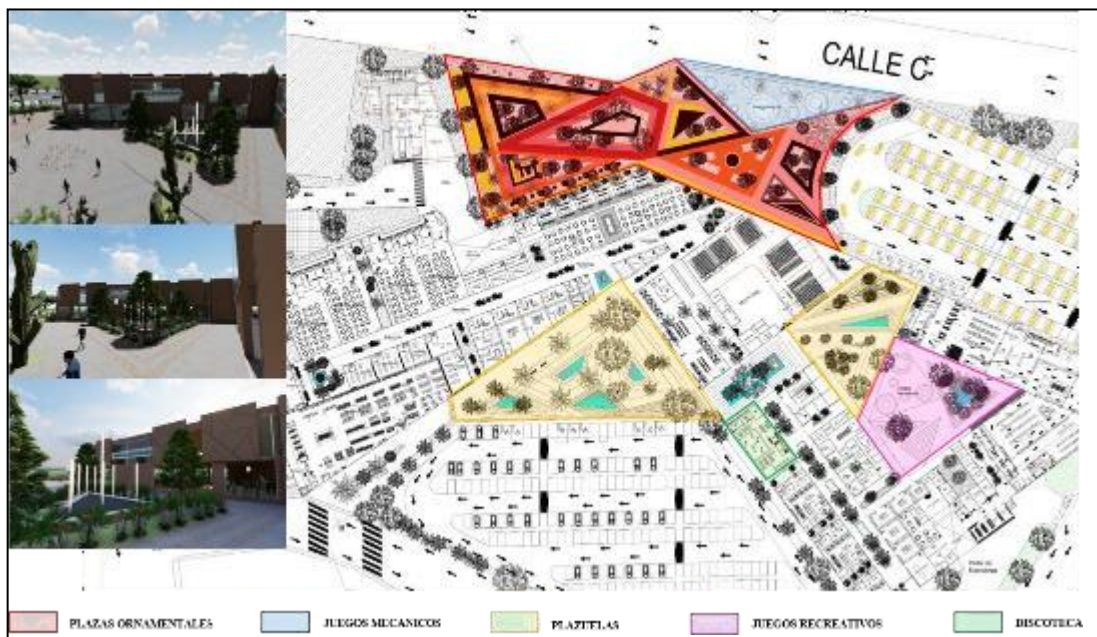


Figura 34. Análisis de la zonificación de recreación Fuente. Elaboración propia

Como se muestra en la figura como prime punto tenemos a las plazas ornamentales donde esta predomina por su singular forma y colores en planta, del mismo modo sin perder con la variable que esta se logra proyectar en cada parte de la edificación, tanto recorridos o circulaciones de la propia edificación, sus formas triangulares responden a la misma trama del proyecto, permitiendo crear espacios fluidos y con áreas verdes. Como segunda sub zona tenemos a los juegos mecánicos que se encuentran en la parte superior del plano sombreado de color azul donde se conecta con la plaza ornamental, seguida con 2 plazas sombreadas de color naranja que se encuentra en la parte frontal, forma parte de la fachada principal, y el segundo ubicado en la parte de atrás donde lo rodea la zona de comercio y la zona complementaria quien esta ayuda a tener un eje central entre las 2 zonas y un tipo de descansando saliendo de cada uno de ellas, por consiguiente lo pintado de color rosa

qué vendría a hacer los juegos recreativos para los niños, donde ellos puedan divertirse de forma segura, y para los adultos el centro comercial también cuenta con una discoteca, que dentro de la distribución cuenta con un bar para la atención, espacio para acompañamiento, y su batería de servicios higiénicos sin salir del propio ambiente en que se encuentran..

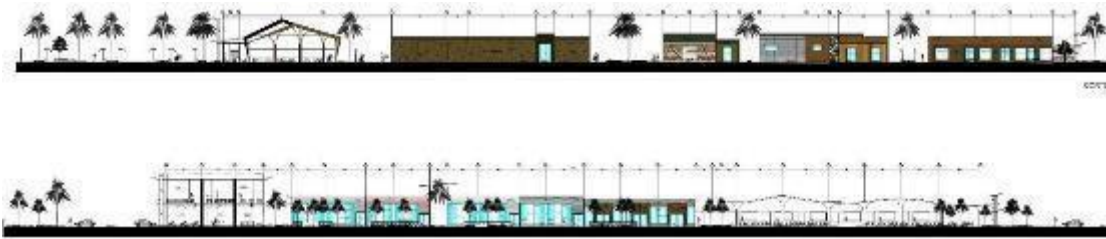


Figura 35. Corte de distribución A-A Y B-B Fuente. Elaboración propia

En cuanto a los criterios que se toman en consideración en el centro comercial es la espacialidad en la cual toman en cuenta los elementos de integración en cuanto a las áreas verdes, lo que se muestra en el corte A-A las diferentes alturas en donde se pueden llegar a proyectar para generar distintas sensaciones, iniciando por una plazuela central que es totalmente abierta donde lo que predomina es el área social y las áreas verdes que estas logran un mejor rescate del área que está conectada directamente con el patio de comida que donde tiene una estructura de hierro, donde tiene un juego de inclinaciones y dinamismo que cuenta con una altura de 9.30 m permitiendo tener un mejor tema de influencia de manejos estructurales para formar un espacio que se adapte a su funcionalidad permitiendo tener un recorrido más fluido tanto de luz natural como de un ingreso pertinente del público en general, así mismo continuamos con distintos ambientes que invita a distintos espacios considerados para el público como el cine. Además lo que se tiene en cuenta son los requisitos que estos deben tener o cumplir para lograr un mejor relación de espacios donde ya antes mencionado fueron pensados con la finalidad de poder darle una mejor proporción a cada espacio que estos dependan de una relación espacial, donde estas no generen sensaciones aplastantes ni incómodas.

Como se muestra en el corte B-B inicia con un nivel de 2 pisos que tienen un amplitud de poder ejercer su funcionalidad en cada ambiente es por ello que se muestra distintas escalas terminando de igual manera ya comentado anteriormente que es el patio de comida donde en este corte se puede observar un nuevo desarrollo de techo donde se muestra una estructura dinamica que genera un movimiento en el espacio, donde estas comparten un recorrido visual mas directo con los ambientes de comida que se encuentran a sus alrededores sin perder la jerquizacion entre las relaciones que existe en cada ambiente, por otro lado siempre teniendo en cuenta las areas verdes que estas tienen un efecto restaurativo en cada espacio donde conecta en un tipo de relacion de capacidad para la concetracion y la atencion dirigida, estando por ende en un estado de sensacion para un mejor rendimiento.

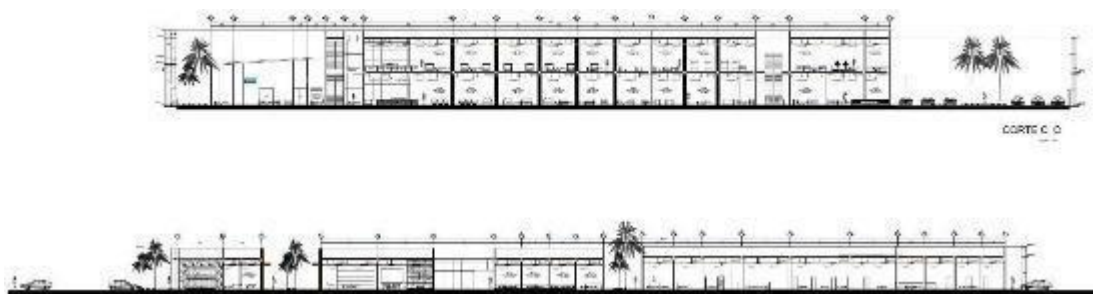


Figura 36. Análisis de la distribución del corte C-C y D-D Fuente. Elaboración propia

En cuanto al corte C-C en la figura nos muestra las proporciones realizadas para las tiendas y que son las que tienen mayor protagonismo debido a la tipología, por ende considerando lo indicado, el manejo de las características espaciales en el un centro comercial deben mantener un nivel de altura dependiendo el uso de cada ambiente, en su mayoría tienen una escala de mayor proporción debido a la cantidad de usuarios que visitan esta edificación, en cuanto si se menciona un área administrativa si se considera una dimensión más normal o mínima para que el usuario no se sienta de manera incomoda durante su estadía o su desempeño laboral. Siempre contando un fluido entre espacio. El tratamiento de cada espacio esta orientado a un grado de cerramiento mas abierto dependiendo los volúmenes y ambientes.

En cuanto en el corte D-D ingresa por una de las tiendas ancla que se puede llegar a observar que estas tienen un recorrido que alberga distintos patios sectorizados para cada alimento, interiormente se organiza mediante un espacio longitudinal jerarquizado y organizado para tener un conjunto de tiendas ordenadas, considerando que se priorice de manera directa y sin obstrucciones tanto interna como externa del proyecto.

En cuanto a la variable complementaria debemos tener en cuenta la prioridad del emplazamiento que esta tiene dentro del proyecto donde se crearon distintos espacios de socialización, dando como punto central que está ubicado cerca al estacionamiento, donde se pensó integrar con el ingreso principal permitiendo que se genere o se jerarquice, así mismo el proyecto presenta un conjunto de árboles pensando en reafirmar la conexión del usuario con la ciudad y el proyecto, al introducir el área verde y diversos espacios creando una conexión perfecta entre el ingreso y la naturaleza.

En cuanto al espacio que se percibe de una manera directa con el patio de comida, donde como se observa en la figura, se mimetiza con espacios destinados para los niños ubicando cerca los juegos mecánicos que estos permiten una recreación activa, es por ello que las áreas verdes tienen en este lado mayor protagonismo que permita un enfoque positivo, donde el entorno natural fomente la creatividad en cada usuario, ayudando a la calidad de vida tanto dentro y fuera, con un beneficio que esta pensando que esta logren su fruto a largo plazo, así mismo según estudios estos debilitan el ruido que genera el tema urbano, perdiendo el sentimiento más natural de las relaciones sociales. Por último espacio orientado a la variable interviniente, se encuentra centrado entre las tiendas y el área administrativa, donde se pensó en perder el tema de solo generar pasillos largos y sin conexión, es por ello que se opta por incorporar elementos naturales, que rompan con la desconexión con la naturaleza que en algún momento fue generada por elementos arquitectónicos, ayudando que las personas puedan relajarse, disfrutando del recorrido dentro de la edificación, los

espacios verdes consiguen tener una diferencia sustancial y orgánica, donde logran captar la atención del usuario y mejorar su experiencia en compras



Figura 37: Ingreso del lado derecho con plazuela integrada
Fuente: Elaboración Propia



Figura:38 Área de integración en la parte exterior del centro comercial
Fuente: Elaboración Propia

ANALISIS Y DISCUSION

Prosiguiendo con el desarrollo de la investigación, a continuación, se abordó con el análisis y discusión del resultado que se obtuvo mediando el desarrollo realizado en el proyecto, donde se contrastara con las investigaciones que se describieron con anterioridad. Se considera algunas características recolectadas del análisis del entorno, el tipo de usuario que ayudo a la elaboración del equipamiento y por ende haciendo un contraste con las opiniones de los investigadores que realizaron su investigación previamente en relación a este tema.

De tal forma como primer punto se inicia analizando y discutiendo con el resultado del objetivo numero uno que esta vinculado con el contexto urbano, donde Layme (2021) quien indica que es necesario la identificación de las características del terreno mediante un punto de vista general y específico, considerando las medidas del terreno, las vías principales y secundarias así mismo con la topografía y uso de suelo si es compatible con el proyecto, y teniendo en cuenta las áreas verdes sin tratar de invadir o desconectarse con el estado actual de los colindantes, bajo esta premisa se *coincide* con lo mencionado por el autor, puesto que los criterios descritos fueron considerados en el proyecto, escogiendo el terreno mediante lo que indica en el PDU, del mismo modo se *coincide* con Cavero y De la Cruz (2021) quien considera que es primordial identificar las vías principales generando un fácil acceso, en el cual es necesario analizar el estado de las vías y de igual manera el estado en las que se encuentran en la actualidad.

Vemos también la opinión de Romer (2021) el autor considera en el análisis contextual que un centro comercial tiene que contar con un área debidamente saneado y orientándolo a la mejor accesibilidad, donde se debe considerar las avenidas principales, de igual manera considerar la topografía, debido a que cada terreno es distinto y responde a un contexto mediato e inmediato; esta apreciación es *aceptable* por lo que en el proyecto arquitectónico se considera las vías como uno de los criterios importante debido al equipamiento que este nos rige. La perspectiva de Dordan (2017) considera que la infraestructura de un centro comercial será beneficioso que se encuentre en una esquina como su proyecto, contando con zonas residenciales y

comerciales, siempre estando en una vía principal generando un atractivo visual, *con lo que se concuerda* con el autor de acuerdo a su apreciación de las vías y el proyecto este emplazado en un terreno que cuenten con varias vistas, dando una mejor respuesta para los pobladores del distrito.

Continuando con la redacción, en este capítulo abordaremos con el objetivo relacionado al usuario en el cual tenemos a Pezo y Vela (2021) indica de acuerdo a su investigación que existe 2 tipo de usuarios, en primer lugar, quienes son los trabajadores que forman parte del centro comercial que serían de la parte de los aspectos cuantitativos como el área personal administrativa y por otro tenemos a los que irán a la edificación a realizar las actividades. Por lo tanto, *coincido* con lo emitido por el autor, teniendo en cuenta con nuestros datos obtenidos se considera de igual manera 2 usuarios. Reforzando la idea vemos a Narváez (2019) quien identifica al usuario con un estudio proyectual con un rango de 18 a 65 años, teniendo en cuenta tanto un usuario permanente que son los consumidores y por otro lado tenemos al usuario temporal quienes corresponde a los que asisten eventualmente con un solo objetivo que es consumir o como espectador. Del mismo modo tenemos a Vizcarra y Garcia (2017) donde considera que las características del usuario es proporcionar una relación con los espacios y ambientes que existe dentro del centro comercial abarcando distintas actividades sociales, generando una recreación de un comercio activo y económico, donde los usuarios repotenciaran el empleo dentro de la ciudad.

De acuerdo con la investigación proporcionada por los autores *coincido* con los indicado donde se identifica de manera específica los usuarios debido a que es importante tener en cuenta las características de cada uno de ellos, como sus necesidades que serán reflejadas en el proyecto, sabiendo sus usos que ellos le darán desarrollando de manera integral una formación atractiva y dinámica de manera interna y externa, dando pie a un enfoque mas neutral donde puedan sentirse más cómodos.

En relación con el siguiente objetivo que esta vinculado con la dimensión de **forma** tenemos a Rivera (2020) quien indica que en una edificación la composición debe regirse a generar la interrelación con los mismo usuarios, permitiendo un mejor recorrido y organización entendible, donde se pueda leer y estando jerarquizada el ingreso en las distintas ubicaciones logrando una buena visión desde fuera del recinto, así mismo toma en cuenta volúmenes mas uniformes que puedan representar un mejor equilibrio en la propuesta. Es así que se logra *coincidir* con lo antes mencionado por el autor donde se reconoce principalmente la organización y el eje estructural que se plantea en la propuesta, integrando la influencia que esta genera bajo criterios de la forma del terreno. Bajo el mismo criterio Rodríguez (2019) Plantea generar un diseño dinámico donde pueda ser parte el confort en la parte formal, aprovechando las áreas libres, generando un entorno volumétrico en la parte central, de tal manera que esta pueda generar una tipología distrital, con pasajes y conectores de manera horizontal y vertical, sin perder el beneficio que crea mediante la reducción ambiental, brindando un tipo de mascara decorativa funcional.

Ahora bien, de igual manera encontramos a De La Cruz (2018) quien propone en su análisis formal, un punto de vista estructural regular, emplazando el proyecto de una forma rectangular, generando un juego de simetría y dinamismo en fachada, orientándolo a dar un protagonismo referente a su tipología, el proyecto permite un eje principal que se direcciona a las demás áreas, con un recorrido por alameda recreacional y jugando con las vistas para conectarlas con el mismo entorno. En ese sentido se *concuerta* con el autor en base al emplazamiento de acuerdo al terreno y la forma conceptual, donde genera entradas principales y en cuanto a la fachada, se permite el uso de ventanales y juego de planos para una mejor interacción. Del mismo modo Sono y Uchoa (2019) su proyecto esta basado en un diagrama con un espacio central y generando 3 líneas que convergen de esta misma, quedando un centro para socialización, donde emerge una organización radial, en donde los volúmenes de por si se encuentran alrededor de dicho espacio, creando movimiento en la edificación y dando jerarquía en el nivel mayor de los demás volúmenes.

Para continuar con la redacción tenemos el siguiente objetivo que esta relacionado con el espacio, bajo esta premisa Villena y Cangalaya (2017) los autores indican que los flujos para el centro comercial deben responder al uso vehicular y peatonal de manera que sea ordenada, considerando corredores amplios, garantizando un tránsito organizado tanto dentro como fuera de la edificación, pensando en el usuario donde ellos puedan sentirse en un ambiente mas amplio. Motivo por el cual *se concuerda* en su totalidad, debido que el proyecto cuenta con 2 estacionamientos y de igual manera con pasadizos que son libres sin interrupciones, que estos puedan dirigirte a cualquier ambiente sin tener un cruce accidentado.

Para concluir veremos la opinión de otros autores, ya antes mencionado, en este caso veremos el ultimo objetivo. Es así como Palomino (2018) indica que plantea proporcionar ochos zonas donde cumple con todas las actividades para el mejor funcionamiento del proyecto, convirtiendo espacios públicos mas atractivos, de igual manera un eje principal para generar un recorrido de la parte interna como externamente proporcionando ambientes más fluidos. Teniendo en cuenta la opinión del autor *se coincide* con el criterio establecido principalmente por el mejor manera de la función del centro comercial, organizándolo de manera que abarque un desarrollo total del proyecto.

Conclusiones

En el desarrollo de este capítulo se realiza la recolección de los datos que serán proporcionados de acuerdo a los resultados obtenidos, siguiendo la línea de los objetivos específicos planteados en la investigación.

Bajo esa premisa iniciamos en el contexto que de acuerdo al objetivo es el primer resultado de la investigación, **concluimos** que el terreno escogido es el más propicio para el desarrollo del proyecto arquitectónico de un Centro Comercial por lo que cuenta con vías principales, de igual manera en una zona predominante, permitiendo la incidencia de flujos peatonales como vehiculares, garantizando una mejor accesibilidad al proyecto. Además, la ubicación establecida de acuerdo al estudio se ajusta a las regulaciones dadas por las directrices del equipamiento, como es el caso de uso de suelo siendo este compatible.

En cuanto a lo que refiere de parte del usuario, el proyecto logra incorporar todas las necesidades requeridas para el mejor desarrollo del espacio en el plan arquitectónico del proyecto, reconociendo los 2 tipos de usuarios presentes, en primer lugar se hace mención a los que están de manera directa en el establecimiento que son los trabajadores que vendrían a ser de distintas áreas, como los de venta, personal administrativo, servicios, quienes realizarán actividades la mayor parte del día dentro del establecimiento. En cuanto a los compradores, vendrían siendo de manera indirecta, quienes solo estarán por unas horas recorriendo y haciendo cada una de sus actividades.

En lo que hace referencia al análisis formal del proyecto, se concluye a la idea de expresar mediante el emplazamiento del proyecto sensaciones de integración, para lo cual se realiza una investigación de 3 casos análogos, permitiendo un mejor enfoque de recolección de conocimiento previo en cuanto a lo que se suele proponer en este tipo de equipamiento. Por ende, se considera con formas regulares e inclinadas de acuerdo a la conceptualización, al tener este tipo de volúmenes permite de manera formal plasmar un mejor recorrido en el diseño. Las estructuras mismas abren paso y generan la capacidad de ofrecer visuales en todo el recorrido del proyecto conectando el exterior con el interior, mediante la creación de contrastes que exista en cuanto a la

conexión con el entorno, ocasionando así, una fluidez de manera natural. La organización se rige de igual manera la posición de los volúmenes, que son de manera limpia y estructurada, permitiendo tener una ventaja a la hora del recorrido, ofreciendo versatilidad y facilidad de organización.

En cuanto a los criterios espaciales, se logra concluir de acuerdo lo obtenido en lo ya antes mencionado los casos análogos, donde esta orientado a las sensaciones dirigidas al usuario. Teniendo como premisa las características que deba tener estos espacios para así poder dirigir o transmitir distintas emociones desde las alturas o la amplitud. Esto se logra mediante las áreas verdes que forman parte de la variable quienes son los protagonistas en los recorridos y circulaciones que recorren todo el proyecto e interceptando en cada punto estratégico un área para la interacción social, los espacios se logran conectar directamente para evitar un largo recorrido y tener todo al alcance, de igual manera promoviendo la creación de ambientes que sean más trabajados y versátiles para la comodidad de todos.

En cuanto a la premisa funcional, se concluye al igual que las conclusiones precedentes que son los casos análogos con la recolección de información obtenidas por el aporte de los especialistas, permitiendo establecer características factibles mediante soluciones funcionalmente especiales, cabe resaltar que cada estructura comercial en el proyecto, nace a raíz de una clara identificación de actividades que se efectuaran dentro del espacio y su jerarquía. Así mismo, se plantea zonas comerciales, complementarias, administración, servicio, dando énfasis a la calidad espacial que se proyecta mejorando las condiciones de confort y habitabilidad. De igual manera se manejan áreas verdes que guíen la misma circulación y generen un encuentro con espacios para el desarrollo de actividades recreativas, generando experiencias hápticas para los usuarios.

Recomendaciones

Finalmente, ya habiendo culminado con la investigación se propone a dar algunas recomendaciones las cuales sugieren para generar una futura nueva investigación, en esa premisa se recomienda lo siguiente:

Analizar cada punto de contexto para poder generar un impacto positivo no solo en la zona que se está realizando o a nivel residencial, si no que vaya mucho mas allá, conociendo lo vital del análisis en cada criterio, debido a generar un buen funcionamiento de cada proyecto a realizar, con una capacidad de prestar un buen servicio a la comunidad.

De acuerdo a ello se sugiere analizar cada punto de las necesidades del usuario, debido a que esto permitirá que a la hora de plantear el proyecto se tome en cuenta cada característica de adaptabilidad, permitiendo brindarles un mejor servicio y ambientes óptimos con un confort viables de acuerdo a los equipamientos.

Asimismo, uno de los temas que se consideraron a lo largo de la investigación, fue darle un mejor movimiento con las áreas verdes que responden a la variable, generando su uso principal priorizando un profundo encuentro ente recurso atractivo que este genera y el proyecto.

Finalmente, se propone incluir elementos de espacios públicos que estos puedan llegar a ser parte del proyecto, permitiendo saber aprovechar cada recurso natural que se presentan en la in situ. Buscando una edificación sustentable.

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por permitirme seguir adelante y poder terminar siempre lo que inicio, darme fuerza y salud diariamente, a mi familia quien en toda la carrera me apoyo y nunca decaer, siempre existiendo piedras en el camino, pero gracias a su fortaleza seguí adelante.

Del mismo modo me gustaría agradecer a mi docente que con su paciencia hicieron que cada día recopile conocimientos que me van a servir a lo largo de la vida tanto de forma profesional como personal, por su dedicación como maestros y docentes, a las críticas que siempre me sirvieron para ser mejor.

9. Referencias bibliográficas

- Baker (1985) Le Corbusier Análisis de la Forma. Publicado por la Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. Recuperado de:
<https://estudianteuma.files.wordpress.com/2013/04/le-corbusier-analisis-de-la-forma-geoffrey-baker-gustavo-gili-cc3b3pia.pdf>
- Baten (2005) Revista Electrónica DU&P Diseño Urbano y Paisaje Volumen II N° 6. Publicado por la Universidad Central de Chile. Recuperado de:
http://dup.ucentral.cl/dup_31/dup_31.pdf
- Cabello, L. (2014). “Centro de Capacitación y Producción de Agricultura Urbana en Independencia: El área verde como espacio intermedio en los espacios de formación”. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperada de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/322562>
- Calixto, V. (2018). “Centro Comercial y espacio público para el distrito del Rímac”. de: Universidad Ricardo Palma Recuperada de:
https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/3464/T030_72266522_T%20%20%20CALIXTO%20SOLIS%20VALERINE%20PATRICIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cangalaya, S. y Villena, M. (2014). “*Centro Comercial y de Entretenimiento en San Juan de Lurigancho*”. Universidad Ricardo Palma. Recuperada de:
https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/1097/villena_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Camacho (1998) Diccionario de arquitectura y Urbanismo Mexico D.F. Publicado por Trillas. Recuperado de : https://etrillas.mx/libro/diccionario-de-arquitectura-y-urbanismo_6416
- Cavero, M. y De la Cruz, D. (2021). “Centro comercial de segunda generación para el distrito de Parcona - Ica”. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/83138>

Céspedes, S. y Montoya, J. (2019). “*Centro comercial tipo mall en la ciudad de tumbes*”. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperada de:

<https://hdl.handle.net/20.500.12759/5522>

De la Cruz, W. (2018). “*Diseño de un centro comercial Nuevo Horizonte como crecimiento endógeno de Pachacútec del Distrito de Ventanilla durante el 2018*”. de: Universidad Cesar Vallejo Recuperada de:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21150/De%20la%20Cruz_FTK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De Stefani (2009) Revista electrónica DU&P Diseño Urbano y Paisaje, Volumen V N°16. Publicado por la Universidad Central de Chile.

Díez, M. (2012). Memoria de composición arquitectónica 2010-11, Volumen1.

Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=ZnbssgDSh74C&pg=PA59&dq=funcion+y+programa+arquitectonico&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj1werx-8PzAhX_HbkGHUSdDA44ChDoAXoECAIQAg#v=onepage&q=funcion%20y%20programa%20arquitectonico&f=false

Dordan, K. (2017). Proyecto Inmobiliario: “Centro Comercial en el terreno del Cuartel San Martín”. Pontificia Universidad Católica Del Perú - Universidad Politécnica de Madrid. Recuperado de:

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/9306>

Guayasamín, H. (2004). *Handel Guayasamín: arquitecto: libro de obra*. Quito,

Ecuador. Imprenta Mariscal. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=JJZcLRit7vMC&pg=PA25&dq=quien+es+el+usuario+en+arquitectura&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjP0YvmoLfzAhXaG7kGHf_hCn0Q6AF6BAgDEAI#v=onepage&q&f=false

INEI (2021). ¿Qué es población? Recuperado de: [https://www.inec.cl/ine-](https://www.inec.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion)

[ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion](https://www.inec.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion)

- Layme, H. (2021). “Diseño Arquitectónico de un Centro Comercial para fomentar la modernización del equipamiento comercial en la ciudad de Tacna - 2020”. Universidad Privada de Tacna. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12969/1951>
- Llempén, S. (2016). “*Uso de Espacios Verdes en el diseño de un Complejo Residencial Estudiantil para el mejoramiento de la calidad ambiental del Sector San Isidro*”. Universidad Privada del Norte. Recuperada de: <https://hdl.handle.net/11537/13516>
- 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”. Universidad internacional del ecuador. Recuperado de: <https://docplayer.es/66474367-Universidad-internacional-del-ecuador-loja-escuela-para-la-ciudad-el-paisaje-y-la-arquitectura.html>
- Muntañola, J. (2015). *Arquitectura, fenomenología y dialogía social*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=ixu4CgAAQBAJ&pg=PA99&dq=funcion+y+programa+arquitectonico&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi-gYaD_cPzAhU8HrkGHTkpC-g4FBD0AXoECAsQAg#v=onepage&q=funcion%20y%20programa%20arquitectonico&f=false
- Narváez, F. (2019). “Centro comercial como regenerador de la imagen Urbana en el distrito de ventanilla provincia Constitucional del callao - lima 2018”. Universidad César Vallejo. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/36971>
- Ochoa, A. (2021). Centro Comercial en la provincia constitucional del Callao. Universidad Ricardo Palma. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.14138/3976>

- Palomino, W. (2018). “Diseño de un centro comercial con certificación Leed y la revaloración del espacio público en el sector Puruchuco – Ate, 2018”. de: Universidad Cesar Vallejo Recuperada de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64082/Palomino_RWJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pergolis y Moreno (2009) Revista de arquitectura vol. 11. Publicado por la universidad católica de Colombia. Recuperado de: <https://revistadearquitectura.ucatolica.edu.co/issue/view/21/7>
- Pezo, O. y Vela, X. (2021). "Propuesta Arquitectónica con características bioclimáticas del Centro Comercial Sachachorro, en la ciudad de Iquitos". Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/65247>
- Piaggio, A. (2014). Centro de Capacitación y Producción de Agricultura Urbana en Independencia: El área verde como espacio intermedio en los espacios de formación. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/322562>
- Rivera, C. (2020). “*Diseño arquitectónico de un centro comercial integrando un sistema fotovoltaico en la ciudad de Huaraz-2019*”. de: Universidad San Pedro Recuperada de: http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/20.500.129076/19059/Tesis_66085.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, G. (2019). “*Diseño del centro comercial los ferroles utilizando técnicas de arquitectura solar pasiva, Chimbote*”. de: Universidad San Pedro Recuperada de: http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/15286/Tesis_64728.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Romero, G., Mesías, R., Enet, M., Oliveras, R., García, L., Coipel, M. y Osorio, D. (2004). La participación en el diseño urbano y arquitectónico en la producción social del hábitat. Recuperado de: http://cdam.unsis.edu.mx/files/Desarrollo%20Urbano%20y%20Ordenamiento%20Territorial/Otras%20disposiciones/Participaci%C3%B3n_dise%C3%B1o_urbano.pdf
- Römer, J. (2021). Sistemas pasivos de iluminación y ventilación natural que influyen en el diseño de centro comercial en el distrito de Trujillo, 2020. Universidad Privada del Norte. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11537/27438>
- Rosales, J. (2002). La conceptualización del espacio arquitectónico. Recuperado de: https://repositorio.unam.mx/contenidos/la-conceptualizacion-del-espacio-arquitectonico-la-gramatica-del-diseno-en-el-espacio-contemporaneo-425150?c=vWWw2W&d=false&q=*&i=1&v=1&t=search_1&as=0
- Sinticala, R. y Paye, L. (2019). “*Proyecto Arquitectónico del Centro Comercial Norte Alto Puno*”. Universidad Nacional del Altiplano Puno. Recuperada de: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/11196>
- Sono, K. y Uchpa, J. (2019). Diseño de un centro comercial aplicando el paisajismo como un elemento arquitectónico en Nuevo Chimbote – 2018. Universidad San Pedro. Recuperado de: <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/handle/USANPEDRO/14167>
- Valle, T. (1997). Andamios para una nueva ciudad: lecturas desde la antropología. Universidad de Valencia. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=133425>
- Villena, M. y Cangalaya, S. (2017). Centro Comercial y de Entretenimiento en San Juan De Lurigancho. Universidad Ricardo Palma. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.14138/1097>

Vizcarra, M. y García, A. (2017). Centro Comercial Metropolitano “Mall Iquitos Tropical” en la ciudad de Iquitos, 2017. Universidad Científica del Perú.
Recuperado de: <http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/381>

10. Anexos

Anexo N° 1: Matriz de Consistencia

Ítem	Problema	Objetivos	Hipótesis
General	¿Cómo diseñar	Diseñar un	
Específico 01	¿Cuáles son las características que presenta el contexto urbano para el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico?	Analizar las características que presenta el contexto urbano con fines de elaborar el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico	
Específico 02	¿Cuáles son los requerimientos del usuario con fines de elaborar el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico?	Identificar y conocer los requerimientos del usuario con fines de elaborar el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico	Siendo este un estudio descriptivo – no experimental, la hipótesis se encuentra
Específico 03	¿Cuáles con las características formales que requiere el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico?	Determinar las características formales que requiere el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico	IMPLÍCITA.
Específico 04	¿Cuáles son las características espaciales que requiere el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico?	Determinar las características espaciales que requiere el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico	

Específico 05	<p>¿Cuáles son las características funcionales que requiere el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico?</p>	<p>Determinar las características funcionales que requiere el diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico.</p>
Específico 06	<p>¿Cómo elaborar el proyecto arquitectónico de diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico?</p>	<p>Elaborar el proyecto arquitectónico de diseño arquitectónico de un centro de desarrollo juvenil empleando el bambú como elemento de diseño arquitectónico</p>

REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor				
García Quinde, Griselda		46337292	garciaquindegriselda@gmail.com	
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico	
2. Tipo de Documento de Investigación				
<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	Trabajo Académico	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional ¹				
<input type="checkbox"/>	Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/>	Título Profesional	<input type="checkbox"/>
			Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
			Maestría	<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				Doctorado
4. Título del Documento de Investigación				
<p>Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021</p>				
5. Programa Académico				
Arquitectura y Urbanismo				
6. Tipo de Acceso al Documento				
<input checked="" type="checkbox"/>	Abierto o Público ³ (info:eu-repo/semantics/openAccess)		<input type="checkbox"/>	
			Acceso restringido ⁴ (info:eu-repo/semantics/restrictedAccess) (*)	
(*) En caso de restringido sustentar motivo				

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS ⁵

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento. ⁶

Lugar	Día	Mes	Año
Piura	14	02	2024

Huella Digital




Firma

Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 033-2016-SUNEDU-CD, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, inciso 8.2.
- Ley N° 30035. Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 006-2015-PCM.
- Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.
- En caso de que el autor elija la segunda opción, únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2016-CONCYTEC-DEGC (Numerales 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital.
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otros. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
- Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales-RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

Nota. - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley (Ley 27444, art. 32, núm. 32.3)

CENTRO COMERCIAL INCORPORANDO ÁREAS VERDES COMO ELEMENTO DE INTEGRACIÓN ESPACIAL, 26 DE OCTUBRE EN PIURA 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	www.archdaily.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	< 1%
5	www.slideshare.net Fuente de Internet	< 1%
6	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	< 1%
7	www.coursehero.com Fuente de Internet	< 1%
8	www.repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	< 1%

9	docplayer.es Fuente de Internet	< 1 %
10	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
11	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	< 1 %
12	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
13	www.scribd.com Fuente de Internet	< 1 %
14	Submitted to Universidad Privada San Pedro Trabajo del estudiante	< 1 %
15	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	< 1 %
16	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
17	es.slideshare.net Fuente de Internet	< 1 %
18	idus.us.es Fuente de Internet	< 1 %
19	issuu.com Fuente de Internet	< 1 %
20	1library.co Fuente de Internet	< 1 %

21	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	< 1 %
22	patents.google.com Fuente de Internet	< 1 %
23	www.munipiura.gob.pe Fuente de Internet	< 1 %
24	www.grafiati.com Fuente de Internet	< 1 %
25	doaj.org Fuente de Internet	< 1 %
26	fdocuments.es Fuente de Internet	< 1 %
27	repositorio.uide.edu.ec Fuente de Internet	< 1 %
28	www.clubensayos.com Fuente de Internet	< 1 %
29	www.inger.gob.mx Fuente de Internet	< 1 %
30	www.researchgate.net Fuente de Internet	< 1 %
31	www.scbbs-bo.com Fuente de Internet	< 1 %
32	www.sinembargo.mx Fuente de Internet	< 1 %

Anexo N°2: Matriz de Operacionalización de Variables

Matriz de Operacionalización de la variable principal de estudio.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTO
CENTRO COMERCIAL	Un centro comercial busca la creación de un conjunto de espacios urbanos que logren componerse dentro de una edificación, logrando incorporar viviendas, comercio, escuelas, espacios públicos y áreas verdes, es la necesidad de una búsqueda de un producto y llegar a disfrutar la estancia que luego se transformara en un espacio acogedor, permitiendo generar estímulos: gustativos, visuales y auditivos, mediante las características tecnológicas. (Dordan 2017)	Esta variable se operacionalizo, por medio de indicadores, permitiendo la posibilidad de, generar diferentes tipos de instrumentos y obteniendo un diseño de un CENTRO COMERCIAL que son edificaciones que logran reunir, un mejor planeamiento de varios ambientes, con distintas funciones, donde se dé un servicio al consumidor y la posibilidad de establecer comparaciones y albergando locales, oficinas y espacios de áreas verdes con un determinado potencial de mayor cantidad de usuario.	CONTEXTO URBANO	<ul style="list-style-type: none"> • Localización: <ul style="list-style-type: none"> - Vialidad: flujos, tipos de vías. - Equipamientos importantes.: hitos importantes. - Zonificación predominante y compatibilidad de uso • Peligros: Alto, medio, bajo. • Ubicación: área, medidas perimétricas, linderos, límites y accesos • Perfil urbano: características <ul style="list-style-type: none"> - Alturas. - Materiales - Lenguaje arquitectónico. • Topografía • Uso de suelo colindantes • Servicios básicos • Acondicionamiento ambiental: asoleamiento, vientos y acústica de ser el caso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Desarrollo Urbano. • Normativas vigentes • Opinión de especialistas 	<p>Fichas de observación de campo.</p> <p>Fichas análisis</p> <p>Ficha de resumen</p> <p>Registro fotográfico</p>
				USUARIO	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios directos: • Usuarios Indirectos: • Actividades: interna / externa • Requerimientos de ambientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Inei • Opinión del usuario y/o poblador

Fuente: Elaboración propia

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTO
			FORMA	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptualización /idea rectora • Tipología • Criterios formales: <ul style="list-style-type: none"> - Entorno - Principios ordenadores - Organización volumétrica - Jerarquía formal • Lenguaje Arquitectónico • Materiales y acabados constructivos • Criterios de modulación 	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión de especialistas • Casos análogos 	<p>Fichas análisis</p> <p>Ficha de resumen</p>
			ESPACIO	<ul style="list-style-type: none"> • Características de los espacios: estático, fluido. Dinámico, abierto, cubierto, semi cubierto. • Organización espacial. <ul style="list-style-type: none"> - Jerarquía espacial. - Relación espacial • Sensaciones espaciales • Proporción-escala • Visuales del espacio • Grado de cerramiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión de especialistas • Casos análogos 	<p>Fichas análisis</p> <p>Ficha de resumen</p>
			FUNCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Zonificación • Ambientes por zona • Relación funcional entre ambientes • Relación Usuario-actividad-ambiente • Circulación. • Frecuencia de usos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión de especialistas • Casos análogos 	<p>Fichas análisis</p> <p>Ficha de resumen</p>

Fuente: Elaboración propia

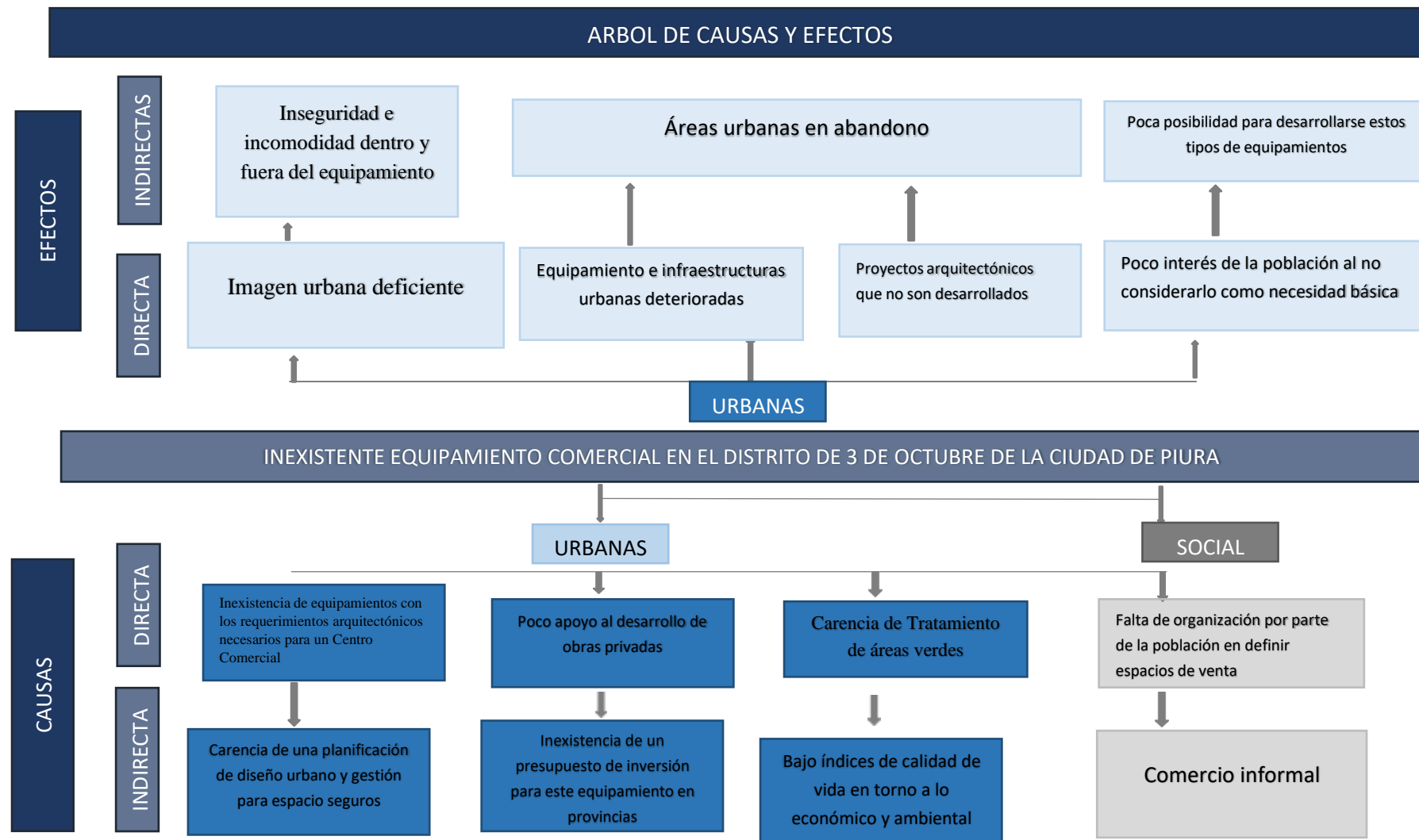
Anexo N°3: Matriz de Operacionalización de Variables

Matriz de Operacionalización de la variable interviniente.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTO
AREAS VERDES	Las infraestructuras de áreas verdes son un sistema o una red que busca la conexión del tejido para el espacio urbano, donde se entiende para mejorar el bienestar del usuario permitiendo un mejor esparcimiento o circulación más natural para el usuario. (Fadigas 2009)	Esta variable se operacionalizó mediante dimensiones e indicadores, esto posibilitó la aplicación de diferentes tipos de instrumentos para poder diseñar UN CENTRO COMERCIAL con la incorporación de áreas verdes y ESTAS DIMENSIONES que permitirán el desarrollo en conjunto con la arquitectura viendo su APLICACIÓN, TIPOS Y CARACTERISTICAS.	APLICACIÓN ARQUITECTÓNICA TIPOS Y CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> Fachadas Principales Lenguaje Arquitectónico Estrategias de diseño 	<ul style="list-style-type: none"> Opinión de especialistas Casos análogos 	Fichas análisis
				<ul style="list-style-type: none"> Verticales Horizontales Color Textura Forma Dimensionamientos Funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> Opinión de especialistas Casos análogos 	Ficha de resumen

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°4: Árbol de Problema



Anexo N° 5: Instrumentos de recolección de datos. (Fichas de recolección de datos de campo).

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE CAMPO N.º 01

Responsable: García Quinde, Griselda

Indicador: Contexto Urbano

Fecha:

Hora:

PLANO DE LOCALIZACIÓN -HITOS

PLANO DE ANALISIS VIAL

PLANO DE ZONIFICACIÓN

COMENTARIO:

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE CAMPO N.º 02

Responsable: García Quinde, Griselda

Indicador: Vialidad

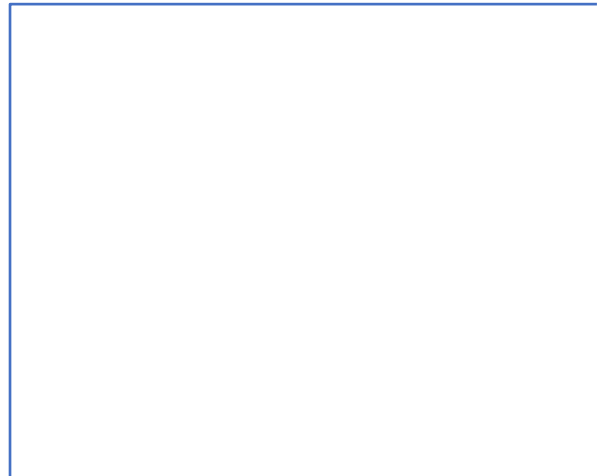
Fecha:

Hora:

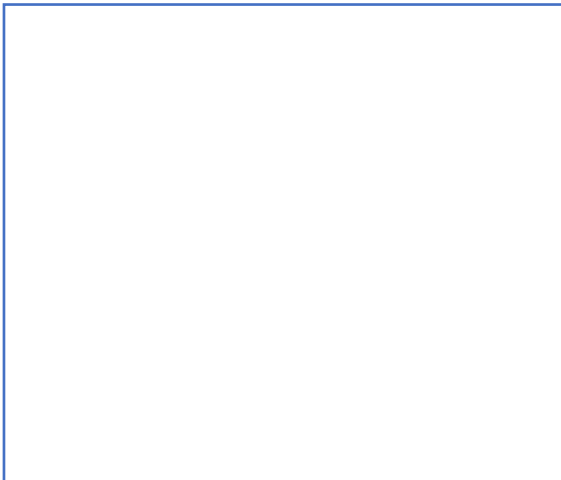
PLANO DE UBICACION



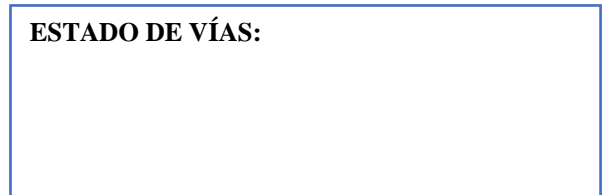
PLANO DE ACCESIBILIDAD



PLANO DE ESTADO DE CONSERVACIÓN



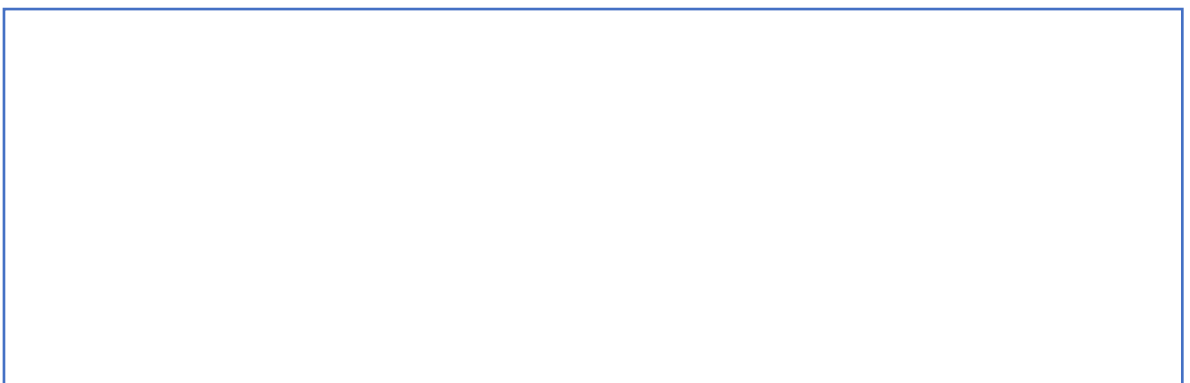
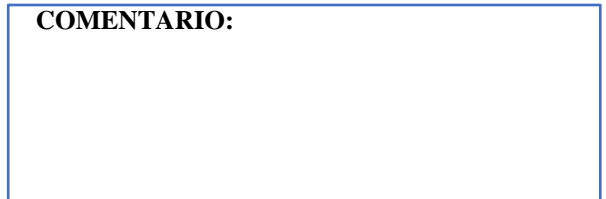
ESTADO DE VÍAS:



TIPOS DE TRANSPORTE:



COMENTARIO:



FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE CAMPO N.º 03


Responsable: García Quinde, Griselda

Indicador: Acondicionamiento ambiental

Fecha:

Hora:

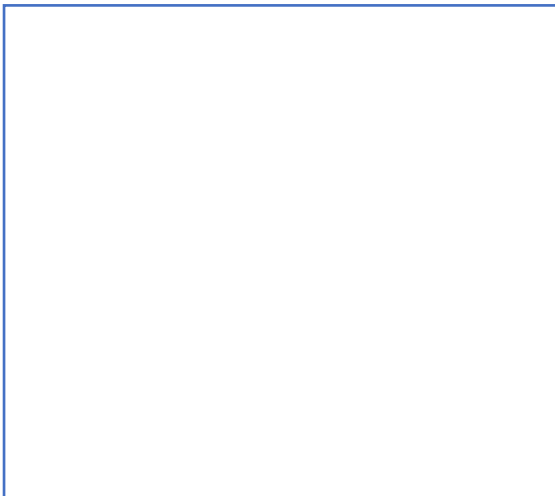
PLANO DE ASOLEAMIENTO



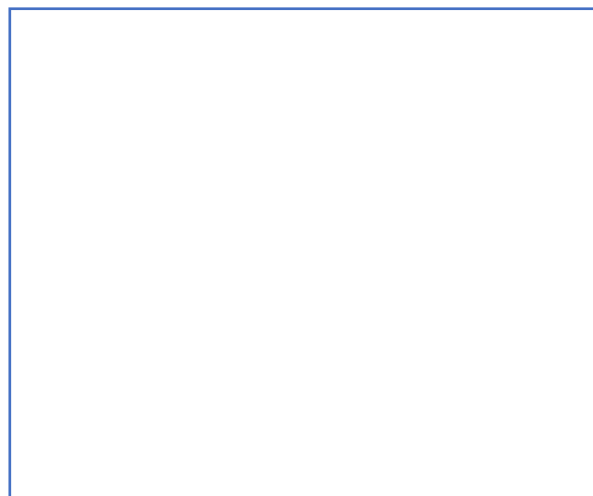
PLANO DE VIENTOS



PLANO DE ACUSTICA



PLANO TOPOGRÁFICO



DECIBELES POR TRANCURSO DEL DIA

MAÑANA	
TARDE	
NOCHE	

COMENTARIO:



FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE CAMPO N.º 04

Responsable: García Quinde, Griselda

Indicador: Perfil Urbano

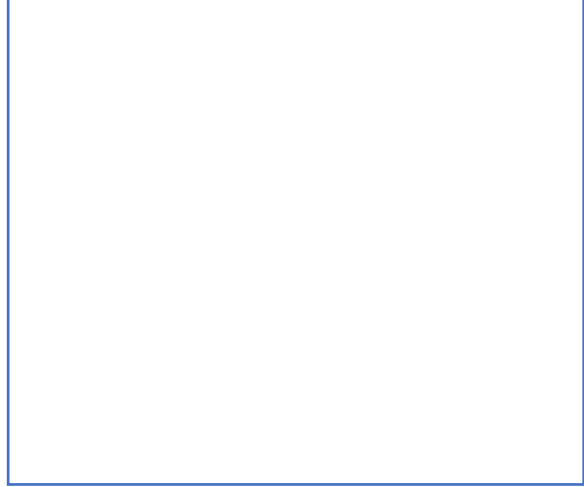
Fecha:

Hora:

PLANO DE UBICACION



PLANO DE ALTURA DE EDIFICACION



PERFIL 1

CARACTERISTICAS:

PERFIL 1

CARACTERISTICAS:

PERFIL 1

CARACTERISTICAS:

PERFIL 4

CARACTERISTICAS:

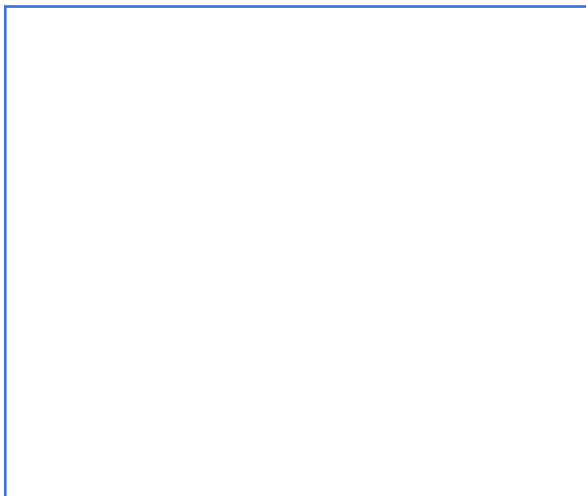
FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE CAMPO N°05

Responsable: García Quinde, Griselda Indicador: Peligros y Vulnerabilidad

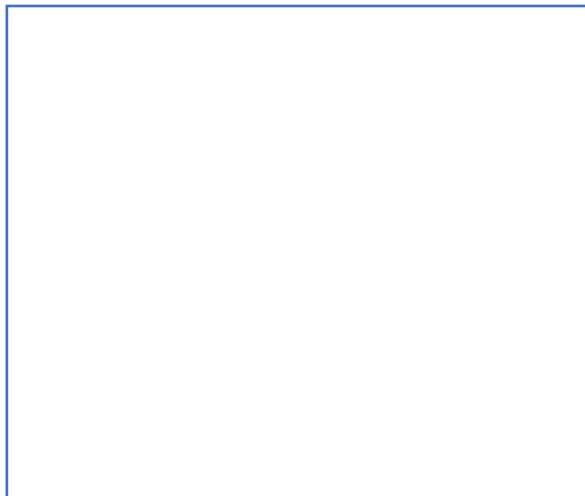
Fecha:

Hora:

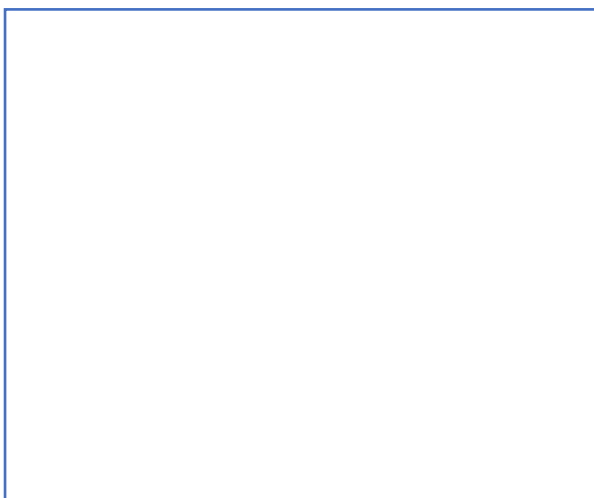
PLANO DE UBICACION



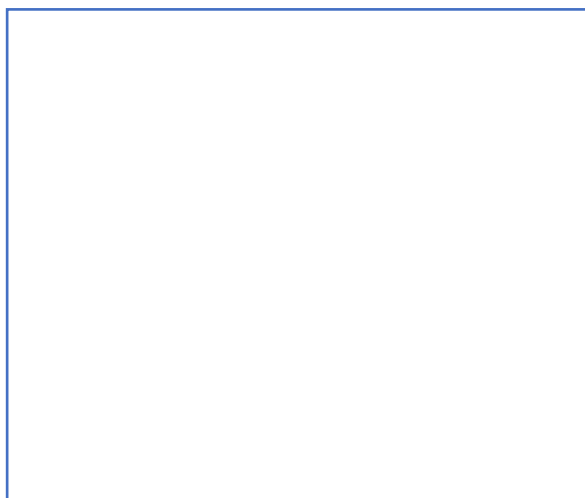
PLANO DE PELIGROS



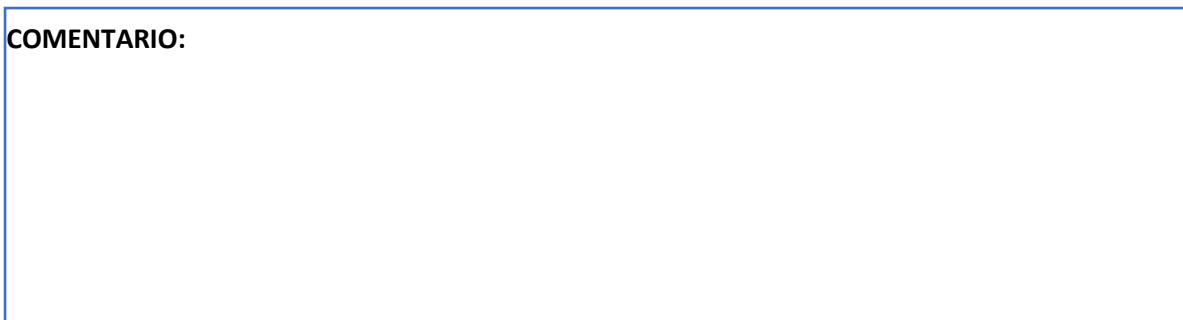
PLANO DE VULNERABILIDAD



PELIGROS DE ORIGEN ANTROPICO



COMENTARIO:



FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE CAMPO N° 06

Responsable: García Quinde, Griselda

Indicador: Servicios Públicos

Fecha:

Hora:

PLANO DE UBICACION

PLANO DE DESAGUE

PLANO DE COBERTURA ELECTRICA

AGUA POTABLE:

TELEFONIA:

CABLE:

INTERNET:

LIMPIEZA PÚBLICA:

COMENTARIO:

Evaluación de Juicio de expertos (Mínimo 3 – Arq. Melissa Katherine Lecca Ponce)

UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE INGENIERIA

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador : Melissa Katherine Lecca Ponce

Fecha: _____ Especialidad: Arquitectura y Urbanismo

Nombre del instrumento evaluado : Ficha de recolección de datos de campo

Autor del instrumento : García Quinde, Griselda

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			15		
Objetividad	¿Se expresa de acuerdo con lo observado?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?			16		
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					18
Coherencia	¿Entre la variable, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					20
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para una propuesta de diseño arquitectónico?				17	
Sumatoria parcia				47	71	57
Sumatoria Total		175 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x 0.005)		0.88 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

111.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

<i>Intervalos</i>	<i>Resultados</i>
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

$$\boxed{175} = \boxed{0.88}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

Experto: Melissa Katherine Lecca Ponce

DNI:



FIRMA

Evaluación de Juicio de expertos (Arq. Kelly Raquel Pazos Sedano)

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE
INGENIERIA**

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador : Kelly Raquel Pazos Sedano

Fecha: _____ Especialidad: Arquitectura y Urbanismo

Nombre del instrumento evaluado : Ficha de recolección de datos de campo Autor
del instrumento : García Quinde, Griselda

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			16		
Objetividad	¿Se expresa de acuerdo con lo observado?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				18	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				17	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre la variable, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para una propuesta de diseño arquitectónico?				18	
Sumatoria parcia				16	106	57
Sumatoria Total		179 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x 0.005)		0.89 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

111.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

$$\boxed{179} \div \boxed{200} = \boxed{0.89}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

NOMBRE DE EXPERTO: Kelly Raquel Pazos Sedano

DNI:



FIRMA

Evaluación de Juicio de expertos (Arq. Luis Felipe Madrid Inga)

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE
INGENIERIA
VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador : Luis Felipe Madrid Inga
 Fecha: Especialidad: Arquitectura y Urbanismo
 Nombre del instrumento evaluado : Ficha de recolección de datos de campo Autor
 del instrumento : García Quinde, Griselda

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Se expresa de acuerdo con lo observado?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				17	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?			16		
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre la variable, dimensiones e indicadores?				18	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para una propuesta de diseño arquitectónico?				17	
Sumatoria parcia				32	105	38
Sumatoria Total		175 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x 0.005)		0.88 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

UTILIZACION Para mejorar el proceso y alcanzar los objetivos **PREVISTOS y CONCRETOS** en la Arquitectura (Visualmente, clima, y otros).

Considere lo indicado.

111.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coefficiente de Validez

$$\boxed{175} = \boxed{0.88}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

NOMBRE DE EXPERTO: Luis Felipe Madrid Inga

DNI:



FIRMA

Anexo N° 6: Instrumentos de recolección de datos. (Encuestas a la población).

ENCUESTA N°1

Nombre: _____

1. Sexo:

Femenino

Masculino

2. Edad: _____

3. ¿Con que frecuencia vas a un centro comercial?

- a. Siempre b. Casi siempre c. A veces d. nunca

¿Por qué?

4. ¿Existe en 26 de octubre un lugar adecuado para poder realizar compras con tranquilidad y seguridad?

- a. Si
b. No

5. ¿Considera usted que es necesario la construcción de un centro comercial en 26 de octubre?

- a. Si
b. No

¿Porqué?

6. ¿Aparte de realizar compras que otras actividades considera usted que deben considerarse en el diseño de un centro comercial?

- a. Recreación
b. Comer
c. Belleza
d. Trámites
e. Otros

7. ¿Qué tipo de productos son los que consume más en un centro comercial?

- a. Ropa
- b. Zapatos
- c. Abarrotes
- d. Comida
- e. Otros

8. ¿Además de lugares para comprar que otros ambientes considera que debe tener un centro comercial?

- a. Bancos
- b. Cine
- c. Salones de Belleza
- d. salón de eventos

9. ¿consideras que las áreas verdes son un buen complemento para un centro comercial?

- a. Si
- b. No

¿Porqué?

Evaluación de Juicio de expertos (Arq. Melissa Katherine Lecca Ponce)

UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE INGENIERIA

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador : Melissa Katherine Lecca Ponce
 Fecha: Especialidad: Arquitectura y Urbanismo
 Nombre del instrumento evaluado : Encuestas a la población significativa.
 Autor del instrumento : García Quinde, Griselda

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cualitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?			16		
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?			16		
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre la variable, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para una propuesta de diseño arquitectónico?					19
Sumatoria parcia				48	70	57
Sumatoria Total		175 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x 0.005)		0.88 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

111.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

<i>Intervalos</i>	<i>Resultados</i>
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coficiente de Validez

175 = 0.88

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

NOMBRE DE EXPERTO: Melissa Katherine Lecca Ponce
DNI:



FIRMA

Evaluación de Juicio de expertos (Arq. Kelly Raquel Pazos Sedano)

UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE INGENIERIA

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador : Kelly Raquel Pazos Sedano
 Fecha: Especialidad: Arquitectura y Urbanismo
 Nombre del instrumento evaluado : Encuesta a la población significativa.
 Autor del instrumento : García Quinde, Griselda

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cualitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?			16		
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				18	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				18	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?			16		
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre la variable, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para una propuesta de diseño arquitectónico?					19
Sumatoria parcial				32	90	57
Sumatoria Total		179 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x 0.005)		0.895 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

111.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

<i>Intervalos</i>	<i>Resultados</i>
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

179 = **0.895**

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

NOMBRE DE EXPERTO: Kelly Raquel Pazos Sedano

DNI:



FIRMA

Evaluación de Juicio de expertos (Arq. Luis Felipe Madrid Inga)

UNIVERSIDAD SAN PEDRO FACULTAD DE INGENIERIA

VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I.- Información General:

Nombres y apellidos del validador : Luis Felipe Madrid Inga
 Fecha: Especialidad: Arquitectura y Urbanismo
 Nombre del instrumento evaluado : Encuesta a la población significativa.
 Autor del instrumento : García Quinde, Griselda

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cualitativa).

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?			16		
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?			16		
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?			16		
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre la variable, dimensiones e indicadores?				18	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				18	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para una propuesta de diseño arquitectónico?					19
Sumatoria parcia				48	89	38
Sumatoria Total		175 (Siendo el puntaje máximo posible 200)				
Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x 0.005)		0.875 (Siendo la valoración máxima en 1)				

Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

IMPACTO Para continuar con el lenguaje sin perder las caracterizaciones ni tipologías arquitectónicas del lugar, así mismo mantener la coherencia basados en el aspecto teórico científico y del tema tratado y funcione como un sistema coordinado y lograr obtener como resultados coherentes y previsibles.

111.- Calificación global: Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90-1,00	Validez muy buena

Coeficiente de Validez

$$\boxed{175} = \boxed{0.875}$$

Nota: el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.

NOMBRE DE EXPERTO: Luis Felipe Madrid Inga

DNI:



FIRMA

TITULO:

Centro comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración espacial, 26 de octubre - Piura 2021

OBJETIVO:

Estimado arquitecto(a) es grato dirigirme a su persona, y expresarle ante todo mi cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene la finalidad de recopilar información que ayuden a desarrollar de manera óptima el presente trabajo de investigación y a su vez la obtención de un buen proyecto arquitectónico como resultado. Es por ello que, siendo conocedor de su amplia trayectoria y experiencia en la arquitectura, estoy seguro d que con su apoyo voy a poder obtener significativa información sobre el proceso de diseño arquitectónico y de todos factores que participan en él, para poder desarrollar el proyecto arquitectónico que es el objetivo general de mi tesis de investigación.

Información General:

Profesión / Especialidad : _____

Nombre : _____

Fecha : _____

CONTEXTO URBANO

1. *¿Considera usted que en el distrito de 26 de octubre sea viable la propuesta de un Centro Comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración?*

2. *¿Qué impacto social y económico causaría la construcción de un Centro Comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración?*

3. *¿Qué elementos del contexto se deberían tomar en cuenta al momento de plantear la propuesta de un Centro Comercial incorporando áreas verdes como elemento de integración?*

CONSIDERACIONES FORMALES

4. *¿Considera usted que el concepto en un proyecto arquitectónico está relacionado con el aspecto formal?*

5. *¿Qué tomaría en cuenta al momento de plantear la organización formal de un centro comercial?*

6. *¿Considera que la forma y el volumen que adopte el Centro artesanal causaría mucho impacto en el perfil urbano?*

CONSIDERACIONES ESPACIALES

7. *¿Qué tipos de espacios deben predominar en un Centro Comercial?*

8. *¿Qué tipo de organización espacial debe tomarse en cuenta en el diseño de un Centro comercial?*

9. *¿De qué manera deberían plantearse las áreas verdes en un Centro Comercial?*

CONSIDERACIONES FUNCIONALES

10. *¿Qué características funcionales deben considerarse en el diseño de un Centro Comercial?*

11. *¿Qué tipo de zonas deben considerarse el diseño de un Centro Comercial?*

12. *¿De qué manera cree usted que puede influir la incorporación de la variable áreas verdes en el diseño de un centro comercial?*
