

**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**



**TESIS:**

**LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS  
EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL  
ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022**

**PARA OPTAR: EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE ARQUITECTA**

**Autores: Bach. Arias Goñi, Lisseth**

**Bach. Ramos Gala Carmen Luz**

**Asesores: Arq. Janet Patricia Salazar Baldeón**

**Mg. Yaquini Tiellacuri Huamán**

**Línea de Investigación: Urbanismo y Territorio**

**Huancayo – Perú**

**2022**

**INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN**

**HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO**

.....  
DR. RUBEN DARIO TAPIA SILGUERA

PRESIDENTE

.....  
ARQ. CARLOS ANTONIO CERVANTES PICON

JURADO

.....  
MG. CARLOS ALBERTO SANTA MARIA CHIMBOR

JURADO

.....  
ARQ. BARZOLA CAPCHA ELIZABETH BEATRIZ

JURADO

.....  
ARQ. BARZOLA GOMEZ RENATO EDU

JURADO SUPLENTE

.....  
MG. UNTIVEROS PEÑALOZA LEONEL

SECRETARIO DOCENTE

## ÍNDICE

INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
HOJA DE CONFORMIDAD DEL JURADO.....	3
DEDICATORIA .....	10
AGRADECIMIENTO .....	11
CONSTANCIA DE SIMILITUD .....	12
CONTENIDO .....	13
CONTENIDO DE TABLAS .....	14
CONTENIDO DE FIGURAS.....	15
RESUMEN .....	16
ABSTRACT.....	17
INTRODUCCIÓN .....	18
CAPÍTULO I .....	19
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	19
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	19
1.2. Delimitación del problema .....	21
1.2.1. Delimitación espacial .....	21
1.2.2. Delimitación temporal .....	21
1.2.3. Delimitación del universo .....	21
1.2.4. Delimitación del contenido .....	21
1.3. Formulación del problema .....	21
1.3.1. Problema General.....	21
1.3.2. Problemas Específicos .....	22
1.4. Justificación.....	22
1.4.1. Social.....	22
1.4.2. Teórica .....	22

1.4.3. Metodológica .....	23
1.5. Objetivos .....	23
1.5.1. Objetivo General.....	23
1.5.2. Objetivos Específicos.....	23
CAPITULO II.....	24
2. MARCO TEÓRICO.....	24
2.1. Antecedentes .....	24
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	24
2.1.2. Antecedentes nacionales .....	27
2.1.3. Antecedentes locales.....	30
2.2. Bases teóricas o científicas.....	34
2.2.1. Espacio intermedio.....	36
2.3. Marco conceptual .....	52
2.3.1. Definición de términos.....	52
CAPÍTULO III.....	54
3. HIPÓTESIS.....	54
3.1. Hipótesis general.....	54
3.2. Hipótesis específicas .....	54
3.3. Variables. ....	54
3.3.1. Definición conceptual de la variable.....	54
3.3.2. Definición operacional de la variable .....	55
CAPÍTULO IV.....	55
4. METODOLOGÍA .....	55
4.1. Método de investigación .....	55
4.1.1. Método analítico .....	55
4.1.2. Método sintético.....	55
4.1.3. Método inductivo .....	56

4.2. Tipo de investigación .....	56
4.2.1. Tipo: Aplicada.....	56
4.3. Nivel de investigación.....	56
4.3.1. Nivel: Descriptiva comparativa .....	56
4.4. Diseño de investigación .....	56
4.4.1. Diseño no experimental-transversal.....	56
4.5. Población y muestra .....	57
4.5.1. Población.....	57
4.5.2. Muestra: .....	58
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	60
4.8. Aspectos éticos de la investigación.....	60
CAPÍTULO V.....	61
5. RESULTADOS.....	61
5.1. Descripción de resultados.....	61
5.1.1. Variable: Espacio intermedio.....	61
5.1.2. Dimensiones de la variable espacio intermedio.....	62
a. Espacio de transición.....	62
b. Elementos estructuradores del espacio .....	63
c. Valor simbólico.....	64
5.2. Contratación de Hipótesis.....	65
a) Hipótesis general.....	65
b) Primera hipótesis específica .....	67
c) Segunda hipótesis específica .....	68
d) Tercera hipótesis específica.....	69
CAPÍTULO VI.....	71
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	71

CONCLUSIONES .....	75
RECOMENDACIONES.....	77
SUGERENCIAS .....	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
ANEXOS .....	85
Anexo A. Matriz de consistencia.....	85
Anexo B. Matriz de Operacionalizacion de Variables .....	86
Anexo C. Matriz de Operacionalización del Instrumento. ....	87
Anexo D. Instrumento de investigación y constancia de su aplicación.....	88
Anexo E. Confiabilidad y validez del instrumento.....	89
Anexo F. Data del procesamiento de datos.....	93
Anexo G. Fotografía de la aplicación del instrumento .....	105
Anexo H. Proyecto.....	106
1. PROYECTO.....	106
1.1. Introducción .....	106
1.2. Planteamiento del problema .....	106
1.2.1. Árbol de causa y efecto.....	108
1.2.2. Árbol de medios y fines .....	109
1.3. Análisis de población .....	110
1.3.1. Densidad poblacional.....	110
1.3.2. Población urbana y rural .....	110
1.3.3. Población por grupos de edad y sexo.....	111
1.3.4. Población por aforo.....	111
1.4. Análisis del usuario .....	112
1.4.1. Descripción general del usuario.....	112
1.4.2. Tipos de usuario.....	112
1.4.2.1. Permanente.....	113

1.4.2.2. Visitante .....	115
1.5. Marco Normativo .....	116
MARCO NORMATIVO .....	116
REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES.....	116
1.6. Análisis de referente.....	124
1.7. Análisis del equipamiento existente.....	131
1.8. Determinación del proyecto .....	152
1.8.1. Generalidades.....	152
1.8.2. Objetivos del proyecto arquitectónico .....	152
1.8.2.1. Objetivo principal .....	152
1.8.2.2. Objetivos específicos .....	152
1.8.3. Justificación del proyecto arquitectónico.....	152
1.8.3.1. Por su aporte a la realidad de la investigación .....	152
1.8.3.2. Por su aporte social .....	153
1.8.3.3. Por su aporte arquitectónico - urbanístico .....	153
1.8.4. Área de intervención.....	153
1.8.5. Parámetros Urbanos del área de intervención.....	156
1.8.6. Criterios de diseño .....	156
1.8.6.1. Dimensión contextual .....	156
1.8.6.2. Dimensión funcional.....	156
1.8.6.3. Dimensión formal .....	157
1.8.6.4. Dimensión espacial .....	157
1.8.6.5. Dimensión constructiva - estructural .....	157
1.8.6.6. Dimensión tecnológica - ambiental .....	157
1.8.7. Partido arquitectónico .....	158
1.8.7.1. Concepto arquitectónico .....	158
1.8.8. Programa arquitectónico .....	161

1.8.9. Matriz, esquema y flujograma de relaciones espaciales .....	162
1.8.10. Zonificación y circulación .....	164
1.8.11. Visualización 3D.....	168

**DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo a nuestros padres y hermanos, por el apoyo incondicional durante los años académicos y proceso de investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios, por bendecir nuestros hogares y concedernos la salud necesaria para seguir adelante.

A nuestras familias, por su apoyo y enorme paciencia brindada a lo largo del desarrollo de nuestra investigación

A la Universidad Peruana Los Andes y a su plana de docentes, que nos brindaron los conocimientos necesarios para poder desenvolvemos en el campo laboral.

A nuestros asesores, que estuvieron pendiente en el proceso y desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

## CONSTANCIA 054

### DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería, hace constar por la presente, que el informe final de tesis titulado:

**“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL  
ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”**

**Cuyo autor(es)** : Lisseth, Arias Goñi.

**Facultad** : Ingeniería

**Escuela Profesional** : Arquitectura

**Asesor (a) (es)** : Arq. Janet Patricia Salazar Baldeón  
Mg. Yaquini Ticllacuri Huamán

Que, fue presentado con fecha 02.02.2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 03.02.2023; con la siguiente configuración de software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía.
- Excluye citas.
- Excluye cadenas menores de a 20 palabras.
- Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de **29 %**. En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el **30%**. Se declara, que el trabajo de investigación: si contiene un porcentaje aceptable de similitud. Observaciones: ninguna.

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presenta constancia.

Huancayo 06 de febrero del 2023



---

Dr. Santiago Zevallos Salinas  
Director de la Unidad de Investigación

## CONSTANCIA 055

### DE SIMILITUD DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN POR EL SOFTWARE DE PREVENCIÓN DE PLAGIO TURNITIN

La Dirección de Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería, hace constar por la presente, que el informe final de tesis titulado:

**“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL  
ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”**

**Cuyo autor(es)** : Carmen Luz, Ramos Gala.

**Facultad** : Ingeniería

**Escuela Profesional** : Arquitectura

**Asesor (a) (es)** : Arq. Janet Patricia Salazar Baldeón  
Mg. Yaquini Ticllacuri Huamán

Que, fue presentado con fecha 02.02.2023 y después de realizado el análisis correspondiente en el software de prevención de plagio Turnitin con fecha 03.02.2023; con la siguiente configuración de software de prevención de plagio Turnitin:

- Excluye bibliografía.
- Excluye citas.
- Excluye cadenas menores de a 20 palabras.
- Otro criterio (especificar)

Dicho documento presenta un porcentaje de similitud de **29 %**. En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N°11 del Reglamento de uso de software de prevención de plagio, el cual indica que no se debe superar el **30%**. Se declara, que el trabajo de investigación: si contiene un porcentaje aceptable de similitud. Observaciones: ninguna.

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presenta constancia.

Huancayo 06 de febrero del 2023



---

Dr. Santiago Zevallos Salinas  
Director de la Unidad de Investigación

## CONTENIDO

La sistematización de este estudio, ha seguido las pautas que la Facultad de Ingeniería de Pregrado de la UPLA a través del esquema de informe de investigación tipo cualitativa, las cuales se desarrollan en capítulos, cada uno con sus respectivas características:

**El capítulo I**, denominado **El problema de la investigación**, que considera la descripción de la realidad problemática, delimitación del problema, formulación del problema general y específicos, justificación social, teórica y metodológica, finalmente objetivo general y específicos.

**El capítulo II**, muestra el **Marco teórico** de la investigación, considerando los antecedentes internacionales, nacionales y locales, las bases teóricas o científicas y el marco conceptual de la variable y dimensiones.

**El capítulo III**, muestra las **Hipótesis** donde indicaremos la hipótesis general y específicos, así también presentaremos las variables y su respectiva definición conceptual, operacional y operacionalización de la variable.

**En el capítulo IV** se explica la **Metodología**, donde mencionaremos el método de investigación, el tipo, nivel y diseño de investigación, indicando la población y muestra, a través de técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos, indicando los aspectos éticos de la investigación.

**En el capítulo V**, indicaremos los **Resultados** del proyecto, que considera la descripción de resultados y contrastación de hipótesis

**En el capítulo VI**, se presentan los **Análisis y discusión de resultados** del proyecto de investigación.

Y finalmente se muestran las **Conclusiones, Recomendaciones, Sugerencias, Referencias bibliográficas** y los **Anexos**.

**CONTENIDO DE TABLAS**

<b>Tabla 1</b> Variable espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	53
<b>Tabla 2</b> Dimensión espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	54
<b>Tabla 3</b> Dimensión elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	55
<b>Tabla 4</b> Dimensión valor simbólico del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	57
<b>Tabla 5</b> Diferencias significativas en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo	58
<b>Tabla 6</b> Diferencia significativa en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo	59
<b>Tabla 7</b> Diferencia significativa en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo	60
<b>Tabla 8</b> Diferencia significativa en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo	61

**CONTENIDO DE FIGURAS**

<b>Figura 1</b> Espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	53
<b>Figura 2</b> Espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	54
<b>Figura 3</b> Elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	55
<b>Figura 4</b> Valor simbólico del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022	57

## RESUMEN

La investigación sobre los espacios intermedios de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022, tiene como objetivo principal establecer las diferencias que existen en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022. El alcance o nivel de la investigación será descriptiva comparativa. El método de investigación será de tipo aplicada, con nivel descriptivo y diseño comparativo no experimental transversal, de enfoque cuantitativa, la técnica de recolección de datos será una encuesta, el instrumento que se utilizará será el cuestionario, las unidades de análisis serán los espacios intermedios de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, se argumenta que existen diferencias significativas en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022, basado en la teoría de Suárez (2014) y también en las evidencias empíricas después de haber observado los resultados en investigaciones similares.

### **Palabras clave:**

Equipamientos de comercialización. Espacios intermedios.

## ABSTRACT

The research on the intermediate spaces of the commercialization equipment in the metropolitan area of Huancayo-2022, has as its main objective to establish the differences that exist in the intermediate space of the commercialization equipment in the metropolitan area of Huancayo-2022. The scope or level of the investigation will be comparative descriptive. The research method will be of the applied type, with a descriptive level and a cross-sectional non-experimental comparative design, with a quantitative approach, the data collection technique will be a survey, the instrument that will be used will be the questionnaire, the units of analysis will be the intermediate spaces. of the commercialization equipment in the metropolitan area of Huancayo, it is argued that there are significant differences in the intermediate space of the commercialization equipment in the metropolitan area of Huancayo-2022, based on the theory of Suárez (2014) and also on the evidence empirical after having observed the results in similar investigations.

### **Keywords:**

Marketing equipment. Intermediate spaces

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación sobre el espacio intermedio a partir de la configuración de la espacialidad y el objeto arquitectónico, constituye un componente socio-espacial en los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo y sus habitantes.

El área metropolitana de la ciudad de Huancayo, está constituida de equipamientos, espacios públicos y privados, donde inconscientemente se observa la presencia de espacios intermedios, que garantiza la participación del usuario en el contexto urbano donde se refleja el carácter vivencial – social, desde años anteriores; se ha utilizado al espacio público como elemento para las realizaciones físicas que cada sociedad construyó, se pueden observar los valores, actividades, religión, culturas, costumbres, modos de vida incluido espacios informales.

La composición del diseño urbano en el área metropolitana, trata de fijar usos y cualidades estéticas tanto del espacio público como privado, sin embargo, en la actualidad carece de carácter vivencial, olvida el derecho a identificarnos con ello, por lo cual son utilizados con fines prácticos y funcionales.

El espacio intermedio como elemento conector, es fundamental en nuestros días ya que nos garantiza un desarrollo innato en la vida cotidiana, es por ello darle la debida importancia que servirá posteriormente en los proyectos de diseño arquitectónico en relación al espacio público, promoviendo a su vez la participación de la población con los elementos que serán integrados.

Para determinar la comparación entre los parámetros de los espacios intermedios de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana se utilizarán como instrumento el Cuestionario.

## CAPÍTULO I

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Dentro de los aspectos relevantes a la hora de análisis del objeto arquitectónico, la relación con el entorno cobra un papel importante, más aun, en contextos donde la presencia de la arquitectura puede aportar a la construcción de la ciudad.

Dado los aspectos diferentes que componen una ciudad, la sociedad actual sufre de transformaciones que hacen necesaria una nueva orientación de los proyectos arquitectónicos, para poder responder a las nuevas vivencias, potenciando las actividades compartidas que determinan la forma de vida, en un lugar determinado.

Esta relación implica la presencia de un límite físico y legal, pero que en términos sociales, suele identificarse más que como un borde, como un espacio de transición entre el exterior y el interior, entendiéndose este como una espacialidad intermedia.

Según Suárez (2014) “La construcción física de la abertura crea la continuidad espacial. Es la condición que permite pasar de un lugar a otro, proceso en el que se solapan y experimentan situaciones aparentemente opuestas en un sólo lugar. La transición en el espacio intermedio elaborada desde la continuidad se produce como una secuencia de situaciones entrelazadas, donde cada una deviene de la anterior y abre el paso a la siguiente, sin interrupciones, cortes o barreras. Contemplar y recorrer son las herramientas para aprehender una arquitectura concebida de esta manera donde el sujeto es partícipe del hecho arquitectónico.” (p.71)

A lo largo de la historia, la espacialidad intermedia, ha estado presente de muchas formas, pero es a partir de la modernidad que se hace evidente, gracias a la posibilidad de prescindir del muro portante, siendo utilizado en los equipamientos públicos al ser escenario de concurrencia masiva, es así que se observa en equipamientos comerciales, culturales,

deportivos, entre otros; haciéndose este espacio dependiente de lo exterior y lo interior, pero a su vez, definiéndose distinto a ello, rico en actividades sociales y por ende alcanzando muchas veces un valor simbólico, he ahí la importancia del estudio de esta dimensión en la arquitectura.

En las ciudades, especialmente en aquellas forjadas a partir de un fuerte proceso espontáneo, esta espacialidad intermedia no siempre ha sido concebida conscientemente en los equipamientos, lo cual no significa que no exista, pero la configuración espacial – formal, no lo ha tomado en cuenta.

La ciudad de Huancayo, no escapa de esta realidad, siendo una ciudad forjada mayormente por fuerzas espontáneas, presenta sus equipamientos una configuración espacial, elemental que prioriza la utilidad del espacio interior, con poca o nula relación con el espacio público, no obstante, según la teoría, el espacio intermedio es posible que esté presente, aunque no necesariamente bajo condiciones espaciales adecuadas.

Dentro de los equipamientos existentes sobresale, de singular manera, los mercados o equipamientos de comercialización, los cuales al recibir gran cantidad de población evidencian una saturación de actividades en las calles aledañas.

Dos de los equipamientos de comercialización resultan siendo mas complejos, por estar ubicados en dos puntos centrales de los distritos de Huancayo y El Tambo. El mercado modelo del distrito de Huancayo, construido en el año 1971, considerada por ser un equipamiento de comercialización bastante concurrido por la mayoría de la población huancaína y alrededores; y el mercado modelo del distrito de El Tambo, construido en el año 1966, que también acoge a una gran cantidad de población tambina, ambos son producto de un diseño pensado para el perfil, pero a lo largo del tiempo, los usos cotidianos han hecho de esto escenarios exacerbados de comercio en el exterior, haciendo evidente la presencia de la espacialidad intermedia, pero con características diferentes que ameritan ser conocido. Por lo que la presente investigación

pretende explorar las diferencias significativas con la definición de los espacios de transición, elementos estructuradores del espacio y valor simbólico de ambos equipamientos.

## **1.2. Delimitación del problema**

### **1.2.1. Delimitación espacial**

Las delimitaciones espaciales de la investigación están dadas por el área metropolitana de Huancayo, en el cual se llevará a cabo el análisis y desarrollo de la presente investigación.

### **1.2.2. Delimitación temporal**

El periodo o lapso de desarrollo de la investigación será de aproximadamente 4 meses y estará incluida en el año 2022.

### **1.2.3. Delimitación del universo**

La delimitación del universo está dada a partir de las unidades de análisis que en el caso de la presente investigación serán los espacios intermedios de los equipamientos comerciales en el área metropolitana de Huancayo.

### **1.2.4. Delimitación del contenido**

Es probable que los propietarios o responsables de los equipamientos de comercialización no permitirán el ingreso a las zonas de investigación tan fácil, pero es posible ingresar a estos ambientes y alrededores para después de mostrarles algunas referentes.

## **1.3. Formulación del problema**

### **1.3.1. Problema General**

¿Qué diferencia existe en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?

### **1.3.2. Problemas Específicos**

- ¿Qué diferencia existe en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?
- ¿Qué diferencia existen en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?
- ¿Qué diferencia existe en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. Social**

Se justifica en la medida que los espacios permitan comprender su relación con la sociedad y objeto arquitectónico. Las actividades sociales, culturales, comerciales que se realizan en los límites interiores y exteriores, forman parte de la vida cotidiana, entonces, esto aportara de manera significativa para tener una percepción positiva de los espacios urbanos que cada ciudad ofrece y así crear bienestar social, que implica mejorar la calidad de vida de la persona en relación al contexto.

### **1.4.2. Teórica**

El presente trabajo de investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento, para incrementar al cuerpo teórico, de la misma manera enfocar a los espacios intermedios que servirán para futuras investigaciones con el mismo énfasis. La población y muestra elegida para la investigación, se justifica porque contienen espacios intermedios de manera indirecta e insuficiente por el tipo de uso como equipamientos comerciales.

### **1.4.3. Metodológica**

Se justifica porque permite construir un instrumento que podrá ser aplicado en otras realidades, para mejorar la praxis, por lo tanto, es de utilidad en la sociedad. Se diseñará un instrumento que consiste en generar información válida para posteriormente aplicarlo en la propuesta proyectual.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar las diferencias que existen en los espacios intermedios de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la diferencia que existe en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.
- Determinar las diferencias que existen en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.
- Determinar la diferencia del valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

##### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Moreno y Zapata (2021), desarrollaron un trabajo de investigación llamado “El espacio intermedio como elemento de reestructuración del espacio urbano (entre lo público y lo privado) en el barrio la Larrea”, proyecto de tesis para obtener el grado de arquitecto en la Universidad Central de Ecuador; con el objetivo de reestructurar el tejido urbano del barrio la Larrea a través de la generación de un sistema de espacios intermedios entendidos, como escenarios de encuentro y actividades de interacción social. Este trabajo se caracteriza por ser de enfoque cualitativo descriptivo; obteniendo como resultado un proyecto urbano arquitectónico con énfasis en el espacio público.

Los autores llegaron a la conclusión donde el proyecto urbano reestructura el tejido urbano del barrio la Larrea, recupera la importancia estratégica y dinámica a través de los espacios intermedios, así como su capacidad innovadora en el paisaje urbano, dotando a este lugar escenarios de encuentro y actividades de interacción social. El proyecto arquitectónico se presenta como escenario intermedio y dinamizador ente el espacio público y el espacio privado.

Rodríguez (2021), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Ni dentro ni fuera: Análisis de los espacios intermedios para el diseño de viviendas unifamiliares aisladas”, trabajo fin de máster en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Valencia; con el objetivo de modificar sus configuraciones espaciales y adaptarlas a nuevas estrategias de diseño que se podrían establecer en sus espacios. Este trabajo se caracteriza por ser del tipo descriptivo, analítico y

grafico; obteniendo como resultado la realización de propuestas gráficas de posibles transformaciones de proyectos ya realizados por la empresa, interviniendo en sus espacios. El autor llegó a la conclusión de que los espacios intermedios pueden ser espacios más o menos neutros, que relacionan a más de un espacio, y suelen localizarse principalmente en las zonas más públicas de las viviendas, espacios de transiciones, umbrales, patios interiores y exteriores.

Caprioli (2021), desarrolló un trabajo de investigación llamado “El espacio intermedio en la vivienda colectiva. Dispositivos arquitectónicos mediadores”, trabajo de máster en la Universidad Politécnica de Cataluña; con el objetivo de generar un equilibrio entre la esfera privada y la pública manteniendo la intimidad y autonomía de las viviendas, pero generando también espacios colectivos y servicios compartidos para ciertas ocasiones especiales. Este trabajo se caracteriza por ser del tipo descriptivo, analítico y gráfico; obteniendo como resultado la importancia del uso de elementos como balcones, terrazas, jardines, calles y veredas en la vida cotidiana, ya que están en contacto con el exterior.

La autora llegó a la conclusión sobre abrir camino a las diferentes posibilidades de encontrar estos espacios intermedios que permiten relaciones y actos propios de la vida misma, lugares ambiguos que dan la posibilidad a la interacción entre la esfera pública y la esfera privada, donde uno de ellos podría ser el edificio

Rodera (2018), desarrolló una memoria final de proyecto llamado “Espacios intermedios de Madrid”, en el marco de una beca del Departamento de Paisaje Urbano del Ayto. de Madrid; con el objetivo de encontrar estrategias y soluciones de carácter práctico a través del arte para la intervención en creación de

modelos de ciudad sostenibles y que respeten los modos de convivencia entre sus ciudadanos.

Este trabajo se caracteriza por ser un tipo descriptivo, a través de parámetros observables y evaluables; obteniendo como resultado un proyecto artístico de carácter práctico y con demostrable viabilidad, trabajando siempre en convivencia con el ritmo funcional de la ciudad, que permita generar herramientas de optimización en el uso de los espacios del paisaje urbano de la ciudad de Madrid de modo sostenible. Trabajando con la cultura como modo de construcción de la ciudad y de su tejido social.

La autora llegó a la conclusión de generar pensamiento crítico e intervención como modo de entender la cultura. Es fundamental entender la cultura como un espacio para la imaginación que nos ayuda a conocer nuestra identidad, que no sea otra cosa que un modo de hacer que nos determine, pero que no se olvide de darnos alas.

Duarte (2021), desarrollaron un trabajo de investigación llamado “Relación interior – exterior, el espacio intermedio en una galería comercial y centro tecnológico”, proyecto de tesis para obtener el grado de arquitecta en la Universidad Piloto de Colombia

Este trabajo se caracteriza por ser un tipo descriptivo; teniendo como objetivo vincular el tejido existente con el entorno inmediato y el espacio interior a partir de las formas espaciales para la comunicación de los dos espacios en el que el espacio intermedio vincule lo público y privado o interior – exterior de manera sutil y fluida; obteniendo como resultado una propuesta donde aborda desde el espacio intermedio entendido como esa relación del espacio urbano que se vincula con el tejido existente, hacia la ciudad, y el espacio urbano como entorno inmediato

con el proyecto arquitectónico. La autora llegó a la conclusión de que es posible que el espacio comprendido como público puede ser vinculado con el espacio privado en donde los dos espacios, pueden ser equivalentes en el sentido que comparten la relación y la actividad contenida entre estos dos espacios.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Mendia (2019), desarrolló un trabajo de investigación llamado “El espacio intermedio y su aplicación en la propuesta de diseño arquitectónico del edificio administrativo para la Universidad de Tacna”, tesis para obtener el grado de arquitecta en la Universidad Privada de Tacna; teniendo como objetivo desarrollar la propuesta de diseño arquitectónico del edificio administrativo con aplicación de espacios intermedios para acoger confortablemente a los usuarios de la Universidad Privada de Tacna”. La investigación se caracteriza por ser del tipo experimental, obteniendo como resultado la creación de espacios protegidos donde el trabajador se sienta conectado con la naturaleza y disfrute de su entorno.

El autor llegó a la conclusión de que los espacios intermedios permiten crear espacios protegidos pero que a su vez se conecta con el entorno y la naturaleza permitiendo a los usuarios de la Universidad Privada de Tacna tener espacios más dinámicos, conectados con su entorno, acogedores, cómodos y confortables”.

Alvarez (2019), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Estudio de espacios intermedios en una residencia para estudiantes en Pasco”, trabajo de investigación para optar de grado de Bachiller en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; con el objetivo de identificar los principios de los espacios intermedios aplicados en una residencia para estudiantes en Pasco. Para ello se considera el estado en cuestión, los programas académicos que ofrecen las residencias para estudiantes.

Este trabajo se caracteriza por ser del tipo descriptivo; obteniendo como resultado el análisis de proyectos referenciales nacionales e internacionales analizando su ubicación, aspectos formales, aspectos funcionales y aspectos tecnológicos – constructivos.

El autor llegó a la conclusión de definir el uso de los espacios intermedios en residencias estudiantiles, que ayuden a generar ambientes con una secuencia gradual y continuidad espacial que minimicen el contraste entre lo público y lo privado.

Barzola (2020), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Centro de Educación Técnico Productivo en el distrito de Villa El Salvador desarrollado mediante una arquitectura con espacios intermedios para adolescentes y jóvenes (CETPRO)”, tesis para obtener el grado de Bachiller de arquitecta en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; teniendo como objetivo reconocer los principios de espacio intermedios mediante transiciones arquitectónicas a través de plazas centrales y patios en el Centro de Educación Técnico Productivo, donde se desarrollará múltiples acontecimientos relacionando las 5 especialidades dirigidos para adolescentes y jóvenes con una capacidad de 1 000 habitantes, generando la integración de diferentes espacios interiores con los espacios exteriores. La investigación se caracteriza por ser del tipo descriptivo, teniendo como resultado una vitalidad y conexión visual con el entorno.

El autor llegó a la conclusión de incentivar a los adolescentes y jóvenes asistir a una educación técnico productivo, a través de una infraestructura con espacios adecuados y aptos para cada especialidad. La razón por la cual se ubica en Villa El Salvador es porque cuenta con diversos aspectos positivos que aportara en el desarrollo del primer CETPRO especializado.

Vigo (2020), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Nuevo mercado de abastos en Chiclayo: Estructuración de espacios comerciales para la ciudad”, tesis para obtener el grado de arquitecto en la Pontificia Universidad Católica del Perú; teniendo como objetivo configurar espacios intermedios entre el comercio rígido y lo público, con la posibilidad de tener usos itinerantes dando más tiempo de vida al mercado. La investigación se caracteriza por ser del tipo descriptivo; obteniendo como resultado generar nuevos espacios en el techo permitiendo que la planta baja sea libre y continua como la de una plaza techada, en este sentido como punto de arranque se realiza una atmosfera posible de lo que sería el mercado.

El autor llegó a la conclusión de generar las estrategias de estructura, programa y urbanas para formar la arquitectura y los espacios públicos, recalcando el contraste entre el interior y el exterior como un solo elemento a través de espacios intermedios que permiten actividades itinerantes, ya que los mercados contemporáneos no solo se dedican a actividades comerciales, si no también sociales, comunitarias y feriales.

Salazar (2019), desarrolló un artículo final llamado “Valor arquitectónico y simbólico del pabellón central de la Universidad Nacional de Ingeniería”; el objetivo de este estudio pretende contribuir en la difusión sociocultural del edificio emblemático de la UNI y evaluar el estado de su conservación actual.

Este trabajo se caracteriza por ser un tipo descriptivo, la metodología aplicada en esta investigación está trazada por medio del análisis del contexto urbano e histórico, el estudio de las tipologías arquitectónicas y los nuevos materiales constructivos que hicieron de esta obra una de las más modernas de su tiempo. El valor es entendido en sus diferentes acepciones como el grado de

utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite, Alcance de la significación o importancia de una cosa, obteniendo como resultado conocer y valorar las diversas cualidades que tiene el edificio.

Su base teórica más resaltante es respecto del análisis de los tipos de valores, Cristina Nieto (2018) ofrece el siguiente punto de vista: a) Valor de uso. Para utilidad, satisface una necesidad material, de conocimiento o deseo, b) Valor formal, son apreciados por la atracción en los sentidos, c) Valor simbólico-significativo es la consideración de conservar los testimonios por tratarse de vehículos que conectan una estadía pasada con el presente. Tiene carácter rememorativo y ayuda a entablar una relación entre las personas o el grupo humano que lo produjo y la sociedad actual.

La autora llegó a la conclusión de generar un diseño que logre integrarlas al conjunto por las actividades que se desarrollan en su interior.

### **2.1.3. Antecedentes locales**

Asto (2018), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Espacios intermedios en equipamientos culturales juveniles en la ciudad de Huancayo”, tesis para optar el grado de arquitecto en la UNCP; teniendo como objetivo describir los Espacios Intermedios en los centros de formación cultural juvenil de Huancayo; la investigación se caracteriza por ser del tipo cualitativo, teniendo como resultado un estado adecuado de los elementos estructuradores del espacio en cuanto a los límites en la casa de la juventud de Huancayo. El autor llegó a la conclusión de que los espacios intermedios con respecto a la unidimensionalidad considera que el límite está estructurado en base a líneas, barandas y límites naturales.

Gutierrez (2021), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Los espacios intermedios en los equipamientos de la ciudad de Huancayo”, tesis para optar el grado de arquitecta en la Universidad Continental; teniendo como objetivo calcular el porcentaje que ocupan los espacios intermedios en los equipamientos de la ciudad de Huancayo en el año 2020; la investigación se caracteriza por ser del tipo sustantiva descriptiva, dando como resultado la existencia de los espacios intermedios en relación con el área construida encontrada en los 12 equipamientos observados (ver tabla 4) representan en promedio 15,33% del área total. Respecto al cálculo de área de espacios intermedios en planta representan el 26,25% en promedio y en cuanto a la existencia del espacio intermedio techado dentro de su configuración se encontró un 14,83% en promedio.

La autora llegó a la conclusión de que se describió cómo son los espacios intermedios en los equipamientos de la ciudad de Huancayo 2020, encontrando que más de la mitad de los equipamientos (58.3%) tienen E.I deficientes y críticos, porque no han considerado especial atención al área destinada a E.I, el tratamiento de sus bordes y la calidad del espacio intermedio propiamente dicho.

Casas (2017), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Los imaginarios urbanos y el espacio público del área central de la ciudad de Huancayo”, tesis para optar el grado académico de maestro de arquitecta, mención urbanismo en la UNCP; teniendo como objetivo determinar la relación del imaginario urbano del ciudadano huancaino con el espacio público del área central de Huancayo; la investigación se caracteriza por ser del tipo correlacional, teniendo como resultados el 19.30 % de los habitantes de Huancayo reconoce vivir en la ciudad sin haber nacido en ella, y el 80.70 % sí nació en Huancayo; este resultado permite identificar la imagen de espacios públicos de una ciudad de habitantes

nativos. La autora llegó a la conclusión de que la relación entre la calidad del entorno físico del espacio público del área central y la construcción del imaginario urbano del ciudadano huancaíno es significativa; ya que la calidad del espacio público y de su entorno permiten mejorar la calidad de las relaciones sociales y la vivencia cotidiana; esa vocación que tiene de admitir y permitir la presencia y mezcla diversos grupos sociales y culturales, que con sus prácticas y percepciones impulsan la identificación simbólica, la expresión y la integración socio cultural; generando la construcción de imaginarios urbanos de pertenencia y de apropiación, por el nivel de permanencia e inclusión en este espacio urbano; dando sentido a los recorridos y usos.

De la Cruz (2021), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Configuración del borde de los equipamientos urbanos y comportamiento del peatón en la ciudad de Huancayo, 2019 – caso Coliseo Wanka”, tesis para optar el grado de arquitecto en la UPLA; teniendo como objetivo determinar como la configuración del borde de los equipamientos urbanos se relaciona con el comportamiento del peatón en sector del Coliseo Wanka en la ciudad de Huancayo, 2019”. La investigación se caracteriza por ser del tipo aplicada; teniendo como resultado la espacialidad diferente que puede crear la irregularidad en el borde de los equipamientos urbanos no se relación con el flujo peatonal, durante la etapa de recolección de datos se ha podido constatar que existen muy pocos peatones que circulan por estos bordes, lo cual puede deberse en parte a configuración espacial de los mismo, que lo hace en un ir y venir sin permanencia, los peatones optan por otras rutas con mayor dinamismo. muchos casos se destinan a un uso público descontrolado.

El autor llegó a la conclusión de que se determinó que la configuración del borde de los equipamientos urbanos se relaciona directa y significativamente con el comportamiento del peatón en el sector del Coliseo Wanka en la ciudad de Huancayo, porque la configuración física y espacial que posee el borde crea nuevos escenarios para la interacción de los peatones”.

Huamaní (2017), desarrolló un trabajo de investigación llamado “Estudio de la vida pública en los espacios públicos de la ciudad de Huancayo”, tesis para optar el grado de arquitecta en la UPLA; teniendo como objetivo caracterizar la vida pública en los espacios públicos de la ciudad de Huancayo. Caso: Parque Túpac Amaru; la investigación se caracteriza por ser del tipo descriptiva; teniendo como resultado la relación de vanos que se interconectan con el espacio público y la presencia de plantas activas buena parte del día; generan seguridad ya que en medida que estos espacios son más recorridos, genera que haya mayor cantidad de usuarios alrededor y esto da como resultado que este espacio se perciba como seguro.

La autora llegó a la conclusión de que hay cuatro componentes de la vida pública en los espacios públicos, caso Parque Túpac del distrito de Huancayo; y 17 características para describir ello; en base a ello se entiende el éxito y forma de uso del espacio público. De esta forma se ve a los usuarios usándola y no solo ver al espacio usado; esta aproximación nos ayudara a potenciar nuestros proyectos futuros y acercarnos a conseguir el verdadero éxito de los espacios públicos, ya que seguir diseñando y construyendo, los espacios públicos sin observar a los usuarios, hace que cada vez la vida pública se vaya degenerando.

## 2.2. Bases teóricas o científicas

En principio, los espacios permiten la configuración social entre sus equipamientos que conforman una ciudad, es posible lograr en situaciones formales o espaciales, donde es capaz de establecer la relación visual entre el observador y el lugar.

La forma del espacio genera una diversidad de direcciones que se combinan, entrecruzan y transforman para producir un lugar donde se puede deambular sin rumbo fijo, pasar de un modo a otro, donde no impidan el paso al distinguir distintas direcciones, recorridos y estancias dentro de él con el fin de enriquecer la manera de habitarlo. Es un espacio complejo que se modifica en forma, disposición y función de acuerdo con las necesidades de conectar distintas situaciones dentro y fuera de él.

Según Enrique Castro (2016) "El arquitecto reflexiona acerca de los mecanismos de transición entre el espacio privado y el espacio de la calle creando "umbrales", espacios intermedios, fragmentando, descomponiendo el espacio existente entre dos para suavizar el salto (psicológico) que se produce de lo privado a lo público." (p.44).

Por ello, los espacios Intermedios podrían considerarse como características naturales y de interacción, de hecho, permite elevar la calidad urbana de la ciudad y permite generar actividades colectivas, en zonas donde el comercio ha tomado el control por el tipo de actividades que se puedan identificar. Estos espacios intermedios se presentan como una alternativa más para la sociedad en el crecimiento de la ciudad.

El espacio intermedio está delimitado por planos verticales y horizontales, con límites extensos en su exterior, como son árboles, pilotes, el techo, entre otros;

mientras que los límites del interior están definidos por muros, ventanas, en general por cuerpos cerrados que tienen poca o ninguna relación con él, transformándolo en un elemento con un modo de independencia del interior con el exterior.

Estos límites, pertenecientes al equipamiento, tienen un valor simbólico que manifiesta un concepto e influye directamente con la sociedad y el entorno urbano. El simbolismo representa la realidad ausente, lo que existió, lo que estuvo y no se resigna a ser olvidado, se asocia a una historia y a una realidad, inconscientemente relacionado con el contexto, la memoria y pensamiento.

La importancia del simbolismo permite comunicar y transmitir sustentándose en la realidad de los diferentes contextos, éstos se encargarán de adoptarla como parte de su identidad en un determinado tiempo que genera diversas sensaciones a la sociedad.

“Simbolismo en la arquitectura” (2010) “El simbolismo se refiere a la expresión de una obra arquitectónica, en el sentido de que representan un tiempo, lugar, brindándole un carácter que lo personifica y lo hace único. La Arquitectura no solo tiene que estar en el campo de lo práctico-utilitario, sino que, también tiene que tener valores filosóficos, expresados en el campo simbólico, por medio de analogías, conceptos estéticos, metafísicos, etc. Podemos mencionar que el simbolismo va sujeto inmediatamente, al que, la obra arquitectónica, porque es él, quien plasma sus ideas, su forma de ver la vida, su forma de pensar y después lo expresa, creando este simbolismo arquitectónico. De igual forma, se habla de arquitectura simbólica, aquella obra que hoy en día, nos sigue expresando conceptos que se plasmaron en ella, tenemos como ejemplo, las pirámides de

Egipto, que aun a través de siglos siguen en pie y nos representan el culto a la vida después de la muerte”. (p.1).

### **2.2.1. Espacio intermedio**

Según Suárez (2014), “El espacio intermedio rompe las barreras entre el adentro y el afuera, es a la vez interior y exterior, un lugar donde se solapan los dos significados en una suerte de espiral que puede nunca llegar a un centro, es decir, a un interior. Es necesariamente abierto y permeable, pues sólo de esta manera consigue la continuidad y ambigüedad con aquello que lo rodea. La apertura se convierte en su principal propiedad, condicionante de todas las demás que lo distinguen.” (p.62).

Según Rodríguez (2021), “El espacio intermedio es una plataforma de investigación donde su concepto parte como nexo de unión, división y/o mediación entre dos o más espacios y el estudio de las consideraciones a tener en cuenta a nivel social, ambiental y de diseño que interactúan entre sí para mejorar la calidad de vida, el confort y las experiencias individuales, grupales y comunitarias.” (p. 10,11).

Según Suárez (2014), “Los arquitectos modernos hicieron de la transición entre el adentro y el afuera un tema de proyecto, crearon un espacio que trascendía la condición de límite donde se interpenetran ambas condiciones. Un espacio abierto, ambiguo y variable con propiedades únicas y singulares que lo hacían distinto del interior y del exterior aunque estuviera estrechamente relacionado con estos. Este era el espacio intermedio.” (p.19)

Según Suárez (2014), “El límite interior-exterior del espacio arquitectónico ha sido tema de exploración constante desde finales del siglo XIX, cuando las

técnicas constructivas que independizaron los planos de cerramiento de la estructura portante permitieron a los arquitectos explorar nuevas estrategias de composición de la forma que dieron origen a la continuidad espacial.” (p.19).

Figura 1. Espacios intermedios



Fuente: Nex arquitectura

#### **2.2.1.1. Espacio de transición**

Los espacios de transición son lugares donde constantemente ocurren una serie de situaciones permitiendo la vinculación de la pieza urbana con su contexto, esto se determina en gran medida en la forma de las construcciones que articulan la ciudad con el alojamiento, donde se puede afirmar que el paseo se produce de manera gradual desde un paisaje natural a un espacio cubierto.

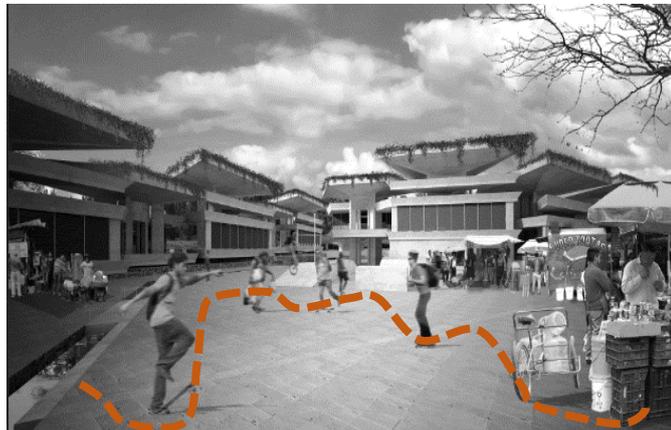
Cabe destacar que el espacio intermedio está vinculado con el espacio de transición ya que aparecen pequeños paseos arquitectónicos donde podemos disfrutar innumerables acontecimientos relacionados con compresiones y descompresiones del espacio.

Barría, Lagos, Harris, & Muñoz (2001), menciona que, “Un espacio que determina la transición entre lo real y lo virtual como espacio de conexión y transición. Y que asume un nuevo concepto de espacio arquitectónico que se caracteriza por la presencia simultánea de valoraciones contrastantes y opuestas.” (p.154).

Suárez (2014), “La transición del exterior al interior está concebida como una sucesión de situaciones contiguas que cambian paulatinamente desde la apertura absoluta a una condición de encierro.”(p.124)

Suárez (2014), también aporta, “El espacio intermedio resulta de la interpenetración de distintos ámbitos. El paseo se produce a través de distintas capas sin límites claros entre ellas que de manera gradual producen la transición desde un paisaje natural relativamente virgen a un espacio cubierto abierto y susceptible a las variaciones de su entorno.”(p.142)

Figura 2. Espacio de transición de un mercado.



Fuente:<https://www.archdaily.pe>

#### 2.2.1.1.1. Conexión Espacial

La conexión espacial consiste en la vinculación de dos o más espacios enlazados por otro en común, esto se genera a partir de la separación de estancias por medio de un espacio intermedio, mediante la desviación hacia algo fuera de ellos mismos donde los espacios independientes consiguen sus propios lazos de unión. Este espacio intermedio no funciona únicamente como conexión, sino como una estancia más.

Holgado (2013), menciona que, “El espacio fragmentado se genera a partir del separación de estancias por medio de un espacio intermedio. Mediante la inflexión

hacia algo fuera de ellos mismos, los espacios independientes consiguen sus propios lazos de unión. Este espacio intermedio no funciona únicamente como conexión, sino como una estancia más”. (p.129)

Figura 3. Conexión espacial



Fuente: [http://blog.bellostes.com/?attachment\\_id=11101](http://blog.bellostes.com/?attachment_id=11101)

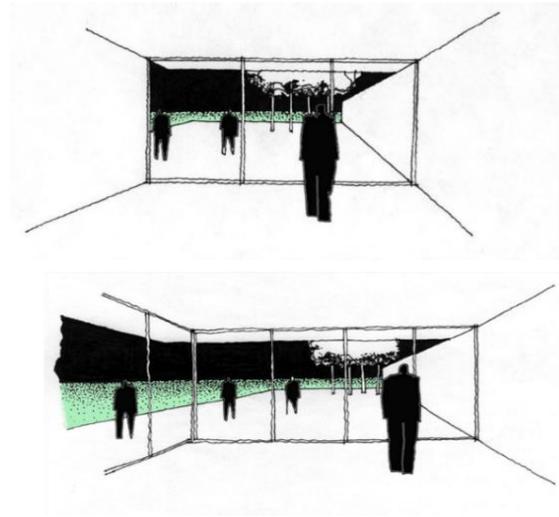
#### 2.2.1.1.2. Continuidad Espacial

Según Suarez (2014), “El espacio de la nueva arquitectura debía ser abierto, ilimitado y flexible. El exterior debía formar parte de la arquitectura y penetrar en ella. Los arquitectos asumieron como necesidad el establecer la continuidad espacial interior- exterior y en esta medida muchas veces convertir al espacio interno en un espacio de intermediación”. (p.54)

La continuidad espacial refiere a la propiedad de la percepción que nos lleva a reunir todos aquellos elementos que siguen una misma línea o dirección, es decir, nos permite identificar claramente diversos espacios y que estos respondan, del modo idóneo, a sus exigencias simbólicas y funcionales.

La continuidad o fluidez espacial fue la principal bandera del espacio moderno que buscaba disminuir, transformar y hasta suprimir los límites en el interior, pero sobre todo con el exterior. Es el grado de continuidad visual y espacial que se establece en distintos espacios que se conceptualizará a partir de las características que une o separa en el plano en que se encuentre.

Figura 4. Continuidad espacial



Fuente: <http://continuidaddelespacio.blogspot.com>

### 2.2.1.1.3. Integración Espacial

Gamboa Samper (2003), nos dice que, “Relacionarse nuevamente con la tradición de nuestra disciplina ha querido decir retomar las viejas tipologías de espacios como las de la plaza, la calle, el parque, y los viejos elementos de urbanización como andenes, separadores, arborización, para examinarlos a la luz de necesidades y comportamientos colectivos actuales, para reinterpretarlos, transformarlos y sobre todo, diseñarlos arquitectónicamente para que en su conjunto la ciudad recupere su integridad formal perdida, y para que la arquitectura pierda su autonomía, recupere ciertos valores civiles y colectivos, para que vuelva a ser la arquitectura de la ciudad”. (p.18)

Figura 5. Integración espacial

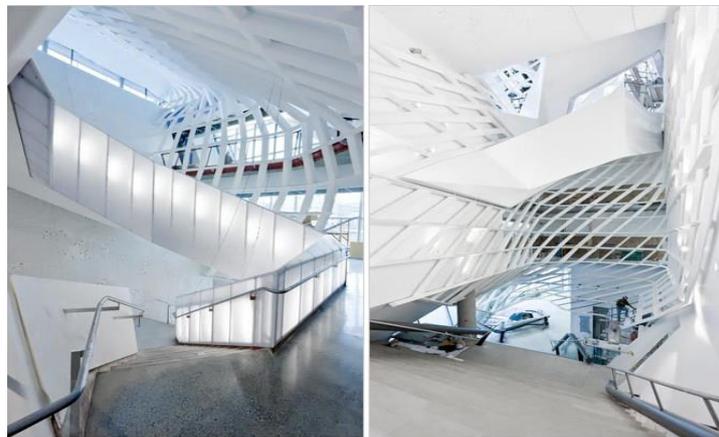


Fuente: <http://www.efecarquitectura.com>

#### 2.2.1.1.4. Permeabilidad Visual-Espacial

Según Díaz Díaz (2018), nos menciona que, “Permeabilidad visual y espacial es la capacidad de extensión visual y espacial, en donde, el interior y el exterior se perciben como una solo por la transparencia de los espacios, observa como cada uno es la extensión del otro, así logrando un sentido de comunidad y conectividad entre los espacios en dichos espacios cada sujeto se apropia del lugar en el que se encuentra de forma visual y espacial”. (p.11)

Figura 6. Permeabilidad visual-espacial



Fuente: <https://tesaricarolinaimd2014.wordpress.com>

Según Díaz Díaz (2018), “La transparencia invita a los sujetos a observar y formar parte de la actividad contenida en el espacio, esta permeabilidad consiste en diluir las fronteras físicas del espacio permitiendo la penetrabilidad de la luz, el flujo peatonal, la unificación de todos los espacios, la convergencia y la flexibilidad”. (p.11)

#### 2.2.1.1.5. Espacios de Permanencia

Cevallos Valarezo (2012), “(...) se debe recalcar la importancia de que, en todos los proyectos urbanísticos, independientemente de su envergadura, debe cumplir con la premisa de coadyuvar a la fomentación de áreas verdes como parte integral, proporcionando lugares de permanencia y que a su vez funcione como nexo entre los proyectos y con los espacios verdes del tejido urbano circundante”. (p.26)

Los espacios de permanencia son lugares donde permanecemos un cierto tiempo y suelen ser espacios que facilitan la relación entre asociaciones que permiten el desarrollo de la participación en la vida local que favorecen su convivencia.

Figura 7. Espacio de permanencia



Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/883672/intervencion-ofrece-un-espacio-de-permanencia>

Cevallos Valarezo (2012), nos dice que, “En la actualidad se está incorporando paulatinamente áreas verdes dentro de los proyectos urbanísticos, mismas que cumplen la función de convertirse en espacios comunitarios como por ejemplo el Parque Benjamín Carrión, mismo que pretende constituirse en un espacio de encuentro, permanencia, recreación, de contactos, en definitiva que se convierta en un lugar, y deje su condición de espacio de flujos, para lo cual se debe potencializar y a su vez, diseñar, e incorporar elementos con el fin de aumentar su atractivo”. (p.26)

Figura 8. Espacios de permanencia en el área urbana



Fuente: <http://2016.biaar.com/realizaciones/movilidad-urbana>

#### 2.2.1.1.6. Actividad social

Las actividades sociales, se producen en los espacios públicos y privados, donde influyen significativamente en una dinámica del lugar, estos elementos vienen siendo físicos, naturales y sociales, que permiten al usuario ser reconocido en el lugar, favoreciendo la apropiación de su entorno. La arquitectura tiene el potencial de preparar el escenario para encuentros casuales e interacciones sociales, fomentando así la construcción de la comunidad e influyendo en el tejido de nuestra cultura social.

Figura 9. Actividad social en una comunidad



Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/945274/la-arquitectura-de-la-interaccion-social>

#### 2.2.1.2. Elementos estructuradores del espacio

Los elementos estructuradores sirven de límite para el espacio intermedio. Estos elementos estarán determinados por el tratamiento de la forma, objetos y mobiliario urbano, que requieran los equipamientos en conjunto al entorno urbano.

De Justo, Delgado, Bascón, Lozano y Fernández (2016), mencionan que, “La estructura se encarga de proporcionar la resistencia, rigidez y estabilidad necesarias para evitar que el edificio colapse, y es la encargada de conducir las cargas desde su punto de aplicación hasta el terreno.” (p.5).

#### 2.2.1.2.1. Composición Espacial

La composición espacial permite adecuar diversos elementos arquitectónicos dentro de un espacio abierto y cerrado, combinándolos de tal manera que todos sean capaces de aportar un significado al usuario.

Figura 10. Composición espacial



Fuente: <https://ovacen.com/el-diseno-biofilico-el-poder-de-la-arquitectura-y-la-naturaleza>

#### 2.2.1.4.1. Presencia De Área Verde

La presencia de área verde, es de vital importancia en una ciudad, ya que nos ofrece una calidad de vida indispensable en la vivencia de cada sociedad en un determinado lugar, esto puede estar delimitado con vegetación y mobiliario urbano, los cuales cumplen una función ornamental, que ayuda a optimizar la calidad de aire generando oxígeno al estar relacionado con el calor natural. El área verde en un lugar nos permite crear un deleite visual tomando un papel perceptual paisajístico.

Figura 11. Área verde paisajístico



Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/870165/rec-comtal-un-proyecto-paisajistico>

Los jardines, zonas verdes o el arbolado, son elementos claves para mantener una buena calidad de vida en la ciudad, así favorecer el bienestar y comodidad de las personas al estar en contacto con los enclaves naturales, lo cual, nos permite reflexionar, sentirnos libres y relajarnos del estrés. La OMS considera que la presencia de área verde en un espacio, aportan en el bienestar físico y emocional.

#### 2.2.1.2.2. Limite Interior Y Exterior

Para Pachón y otros (2016), el “límite exterior, donde el límite es abordado considerando dos estrategias; la primera estrategia el recinto elevado, donde existe una posible respuesta al límite entre la ciudad y el paisaje; la segunda estrategia, porosidad del pasaje se basa en la continuidad entre recintos y objetos arquitectónicos a partir del desarrollo de tres categorías: el recorrido, el jardín y el panoptismo, que se encuentran ligados a la relación con el exterior.” (p. 3)

Figura 12. Limite interior - exterior



Fuente: <https://www.milenio.com/estilo/vida-sin-limites>

Para Pachón y otros (2016), el “límite interior, contemplado a partir de una estrategia denominada Fluidéz interior, basada en el análisis de un objeto de estudio que es seleccionado por el tema, es decir el límite con el fin de operar sobre esta forma de límite interior encontrado en el mismo.” (p.3).

Figura 13. Limite interior y exterior



Fuente: <https://architectureboard.wordpress.com/2018/05/08/limite-y-arquitectura-relacion-entre-el-espacio-interior-y-exterior/>

### 2.2.1.2.3. Elementos verticales y horizontales

Los elementos verticales se determinan a través de un cerco o bordes que, aunque es permeable visualmente, define claramente el límite con el exterior. De esta manera, la transición del exterior al interior está concebida como una sucesión de situaciones contiguas que cambian paulatinamente desde la apertura absoluta a una condición de encierro.

Según D.k. Ching (2018), nos menciona que, “Los elementos verticales de una forma son, útiles para recibir y soportar los planos de forjado y de cubrición de un edificio. Asimismo, controlan la continuidad visual y espacial entre el entorno exterior y el interior de una construcción y actúan a modo de filtro del flujo de aire, de luz, de ruido, etc, hacia el interior de los mismos.” (p.120)

Figura 14. Elementos verticales en fachada



Fuente: <https://verfachadasdecasas.com/fachadas-con-parasoles>

Según D.k. Ching (1998), nos Menciona que. “Un Eje Puede definirse a base de elementos verticales, estos pueden fijar el centro de un espacio urbano o bien proporcionar un punto focal perteneciente a los límites del mismo.” (p.124)

Figura 15. Elemento vertical puntual.



Fuente: <https://www.civitatis.com/es/roma/visita-guiada-vaticano/>

Según D.k. Ching (1998), nos menciona que, ”Los elementos Horizontales, pueden ser definidores como: Plano base, Plano base elevado, Plano base deprimido y Plano Predominante.” (p.99).

### **2.2.1.3. Valor simbólico**

Según Ambrosio (2019). Nos menciona “El simbolismo se refiere a la expresión de diversas formas que puede transmitir una edificación, en relación a su contexto y un tiempo determinado que marque historia; como resultado ésta genera una serie de sensaciones para el usuario, que el arquitecto diseñador tiene que lograr marcar, en él mismo como para los demás, y en conjunto lograr una edificación única, diferenciándola de las demás y plasmándola en la memoria colectiva de los usuarios, quienes se encargaran de adoptarla como parte de su identidad.” (p.92)

El simbolismo tiene referencia a la expresión de un objeto arquitectónico, en tal sentido que figuran en un tiempo y lugar determinado, dedicándole un carácter que lo representa y lo hace único, expresados en un campo simbólico por medio de analogías,

conceptos estéticos, formas de ver la vida, y que hasta el momento siguen en pie al pasar el tiempo.

Figura 16. Valor simbólico de las Pirámides de Egipto



Fuente: <https://www.hola.com/viajes/galeria/20200330164447/piramides-de-egipto>

#### 2.2.1.3.1. Contexto urbano

El contexto urbano es entendido como el lugar, en el cuál se desarrollan interacciones sociales que ocurren en un contexto social y urbano específico, gracias a las oportunidades y restricciones en la movilidad espacial de las personas involucradas.

Según Chong y otros (2012), nos menciona, “Enseñar el análisis de sitio y de su entorno no sólo implica únicamente una práctica previa de reconocimiento visual in situ de la zona de estudio para que se tenga una idea del contexto del proyecto, sino fundamentalmente identificar al sitio o al emplazamiento de un proyecto arquitectónico o urbano y a su entorno como parte de un sistema natural y social, en el que se interrelacionan diferentes procesos y factores.” (p.1)

Figura 17. Contexto urbano de un mercado de abastos



Fuente: Grupo horizonte verde

### 2.2.1.3.2. Comunicación visual

La comunicación visual en la en los proyectos de arquitectura tiene una intención clara y definida; ofrece al público una imagen integral, con toda la información contenida en sí misma, para que la comprensión y asimilación de lo presentado sea un total.

Es importante lograr la comunicación a partir de una representación arquitectónica, mediante un concepto determinado, de tal manera poder materializarse y difundirse un proyecto de diseño de espacios, codificarlo a través de las diversas tecnologías contemporáneas para así crear un mensaje directo, una imagen o un entorno digital capaz de contener en sí mismo toda la información que el arquitecto desea transmitir, para que, finalmente, sea recibido por el usuario de una manera integral y efectiva.

Figura 18. Comunicación visual e interactividad



Fuente: Entretejidos

### 2.2.1.3.3. Lenguaje arquitectónico

El lenguaje arquitectónico se define como un sistema de representación de la arquitectura que se presenta en una esencia formal, puede reinterpretarse a fin de dar un nuevo significado a los elementos compositivos que formalizan el lenguaje

arquitectónico. Así mismo se puede identificar el orden compositivo de las formas, de tal modo que se ve reflejado el ritmo y la simetría con el fin de establecer la continuidad del proyecto y las formas históricas. Esto requiere los medios técnicos y constructivos (materiales).

Figura 19. La estoa de Átalo, en Atenas



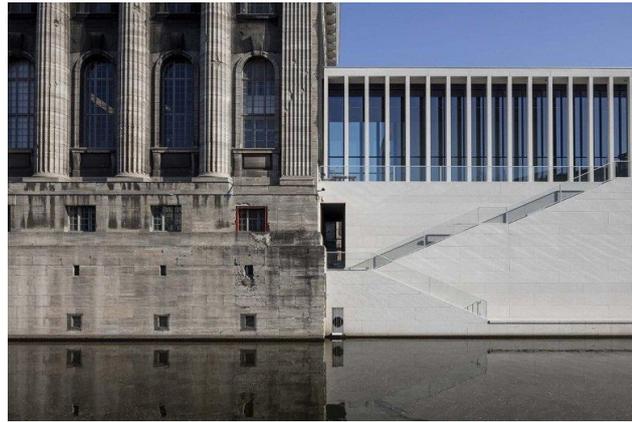
Fuente: <https://www.britannica.com/technology/stoa>

#### 2.2.1.3.4. Elemento significativo

Se definen a aquellas partes de las construcciones o de su equipamiento que posee importancia en la caracterización del edificio, por sus calidades formales, por los materiales en que están realizadas, por su valor ornamental o por su significado histórico o cultural.

Los elementos Significativos arquitectónicos, son aquellos que determinan la calidad a preservar del bien. Se deberá tener en cuenta que los elementos están específicamente protegidos, por lo cual no se podrán modificar, alterar, suprimir o sustituir.

Figura 20. La isla de los museos



Fuente: <https://tecne.com/arquitectura/david-chipperfield/>

#### 2.2.1.3.5. Identidad de lugar

La identidad de lugar se desarrolla en espacios urbanos de acuerdo al comportamiento social y cultural que rigen en la ciudad, esto implica conocer desde su proceso histórico, social y las realizaciones de la vida cotidiana, que hace que una ciudad tenga espíritu, para poderla interpretar como espacio abierto colectivo de acuerdo a su entorno, pues así, es como ese espacio adopta el carácter de ser un lugar.

Figura 21. Identidad del lugar



Fuente: <https://www.academia.edu>

## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Definición de términos**

#### **a) Espacio intermedio.**

Según Suarez (2014) “El espacio intermedio es un lugar único para transitar, pausar, deambular o permanecer, pero también puede estar compuesto de una combinación de lugares con esas características.” (p.83).

#### **b) Espacio público.**

Según Gamboa (2003) menciona: “El espacio público es ante todo un concepto urbano, es decir que está y ha estado relacionado con la ciudad, pues es allí donde surgió.” (p.13).

Según Patricia Vicario (2015), “El espacio público en aquel territorio de la ciudad donde cualquier persona tiene derecho a estar y circular libremente.” (p. 2).

#### **c) Elementos estructuradores**

Según Cerezo (2015), “Serán ya las últimas décadas del siglo en donde aparece el vidrio como verdadero protagonista de elementos estructurales como vigas, pilares, contrafuertes, y otros. Es más, estos elementos como las pasarelas peatonales de vidrio se llegan a convertir casi en elementos mediáticos habida cuenta de la repercusión que tiene en los medios.” (p.1).

#### **d) Espacios cerrado**

Es aquel espacio delimitado mediante elementos verticales u horizontales, que sirven de protección y control en relación al exterior.

#### **e) Espacios abiertos**

Son espacios no cubiertos, que se encuentran libres, que están en contacto directamente con el paisaje urbano y las edificaciones.

**f) Informalidad urbana**

La informalidad urbana es parte de procesos que vivencian los sectores de recursos bajos, que permite su incorporación a la ciudad y el territorio, de tal forma que es indispensable lograr un enfoque integral donde además se incluya la informalidad social, política, económica y cultural.

**g) Borde**

Según Tomás Gil Lopez (2007) “Se ha denominado borde público – privado al límite que configura un espacio urbano de uso privado y lo distingue de otro espacio de uso público (sea de propiedad pública o privada).” (p.7).

**h) Mobiliario urbano**

La Municipalidad de San Isidro (2016) menciona: “Mobiliario Urbano es el conjunto de objetos que conforman el paisaje de la ciudad, sirviendo de catalizador entre los seres humanos y el espacio público.” (p. 3).

**i) Transición**

Una transición es entendida a las diversas situaciones que pasamos inconscientemente en un determinado lugar, desde lo más público hasta la privacidad más íntima.

**j) Simbolismo**

Se encuentra determinada por distintos trazados, figuras, formas geométricas, y tonalidades que tienen por objetivo incorporar todos aquellos elementos más comunes que se utilizan en el proyecto arquitectónico. Todos los elementos que conforman un proyecto son representables, es decir: cada uno de ellos cuenta con su simbología dentro de un plano.

## CAPÍTULO III

### 3. HIPÓTESIS

#### 3.1. Hipótesis general

Existen diferencias significativas en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

#### 3.2. Hipótesis específicas

- Existe diferencia significativa en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.
- Existe diferencia significativa en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.
- Existe diferencia significativa en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022

#### 3.3. Variables.

##### 3.3.1. Definición conceptual de la variable

Suárez (2014), menciona que: “Un espacio abierto, ambiguo y variable con propiedades únicas y singulares que lo hacían distinto del interior y del exterior aunque estuviera estrechamente relacionado con estos. Este era el espacio intermedio.” (p.19).

Guanilo (2016), menciona que: “Los espacios intermedios, es decir, los espacios articuladores entre el espacio público y el espacio privado, para de esta manera, aliviar fricciones entre el comercio y la vivienda. Se busca mejorar la seguridad de la zona, incrementar la calidad de vida, la calidad de las actividades y elevar el prestigio del residente.” (p.2).

### **3.3.2. Definición operacional de la variable**

#### **a) Espacio intermedio**

El espacio intermedio es un lugar que vincula un ámbito más privado con otro más público, pero no solo consiste en una conexión de espacios, sino que también posibilita que este espacio sea de estancia, recorrido, ejercicio de alguna actividad humana que permite la interacción con los demás. Los espacios intermedios son así facilitadores de las relaciones sociales, pues están vinculados a una materialidad que se comparte diariamente. De cómo se articulan muestra facetas del modo de ser del hombre y permite así una aproximación a la arquitectura formal, espacial y también pueden influir en el planteamiento del urbanismo.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. METODOLOGÍA**

#### **4.1. Método de investigación**

Para la metodología de la investigación se hará uso del método científico, según Carrasco (2006), este método “constituye un sistema de procedimientos, técnicas, instrumento, acciones estratégicas y tácticas para resolver el problema de la investigación, así como probar la hipótesis científica”(p. 269).

Para la metodología de la investigación se hará uso de los siguientes métodos:

##### **4.1.1. Método analítico**

Según Maya (2014) este método “distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado”(p. 13).

##### **4.1.2. Método sintético**

Según Maya (2014) este método “analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas” (P.13).

### **4.1.3. Método inductivo**

Según Maya (2014) este método “es el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión.” (P.15).

## **4.2. Tipo de investigación**

### **4.2.1. Tipo: Aplicada**

La investigación por su finalidad se caracteriza por ser de corte aplicada. Según Sierra(2001) “Busca mejorar la sociedad y resolver sus problemas. Consiste, de aquí su nombre, en la aplicación de los logros de la investigación básica, de la que por tanto depende, a los fines indicados” (p. 32).

## **4.3. Nivel de investigación**

### **4.3.1. Nivel: Descriptiva comparativa**

Carrasco (2006) indica que este nivel de investigación busca describir la comparación entre las características o factores de la variable y dimensiones de la investigación. (p. 50)

## **4.4. Diseño de investigación**

### **4.4.1. Diseño no experimental-transversal.**

Este tipo de diseño no experimental según Carrasco (2006) “estos diseños tienen la peculiaridad de permitir al investigador analizar y estudiar los hechos y fenómenos de la variable para conocer su nivel de influencia o ausencia de ella” (p. 73)

## 4.5. Población y muestra

### 4.5.1. Población.

Carrasco (2006) indica que la población es el conjunto de todos los elementos que forman parte del espacio territorial al que pertenece el problema de investigación y poseen características mucho más concretas que el universo. (p. 75)

En la investigación, la población de interés se encontró representada por usuarios que frecuentan los mercados una o más veces por semana.

Figura 22. Población de los equipamientos de comercialización



Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2. Muestra:

De acuerdo al tipo de muestra no probabilística determinada, se podrá estratificar la cantidad de usuarios concerniente al trabajo de investigación, aquella que el investigador selecciona según su propio criterio, seleccionando aquellos elementos que considera convenientes y cree que son los más representativos.

El tamaño de la muestra se calculó, tomando como referencia el aforo, porque responde a la capacidad permitida de un establecimiento, donde aplicaremos mediante una fórmula para las poblaciones finitas, que nos permite la recolección de datos teniendo en cuenta el tamaño de la población.

Tabla 1  
Tabla de la muestra determinada

Ubicación	Mercados	Aforo
Lado Centro	Mercado Modelo de Huancayo	1495
Lado Norte	Mercado Modelo de El Tambo	400

Figura 23. Fórmula de población finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Fuente: <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

Donde:

- N = Tamaño de muestra obtenida
- $Z_{\alpha}$  = Nivel de confianza, si la seguridad es del 95% (en este caso 1.96<sup>2</sup>)
- p = Probabilidad de éxito (en este caso 50% = 0.50)
- q = Probabilidad de fracaso (en este caso 50% = 0.50)
- e = Error máximo aceptable (en este caso 5% = 0.05).

Tabla 2

Cuadro de datos para calcular el número de encuestados (Mercado modelo de Huancayo)

PARÁMETRO	VALOR
<b>N</b>	1,495
<b>z</b>	1.96
<b>p</b>	0.50
<b>q</b>	0.50
<b>e</b>	0.05

Fuente: Elaboración propia

TAMAÑO DE MUESTRA (USUARIOS QUE CONCIERNE AL MERCADO MODELO DE HUANCAYO)	TOTAL	FINAL
	305.66	306 ENCUESTAS

Tabla 3

Cuadro de datos para calcular el número de encuestados (Mercado modelo de El Tambo)

PARÁMETRO	VALOR
<b>N</b>	400
<b>z</b>	1.96
<b>p</b>	0.50
<b>q</b>	0.50
<b>e</b>	0.05

Fuente: Elaboración propia

TAMAÑO DE MUESTRA (USUARIOS QUE CONCIERNE AL MERCADO MODELO DE EL TAMBO)	TOTAL	FINAL
	195.13	195 ENCUESTAS

#### 4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Este estudio sobre el espacio intermedio, demandó un tipo de análisis cuantitativo, es decir, fue necesario recurrir a la técnica de recopilación de información donde se interroga a los investigados los datos que se desea obtener, de manera sistemática y ordenada de una población o muestra, sobre las variables consideradas en una investigación. Para la recopilación de datos se utilizaron técnicas e instrumentos las cuales son documentales y no documentales:

- **Documentales** (ficha bibliográfica, de resumen, de párrafo)

- **No documentales** (las encuestas, la observación)
- **Técnicas.** Las técnicas son procedimientos sistematizados, operativos que sirven para la solución de problemas prácticos.
- **Instrumentos.** Los instrumentos son medios auxiliares para recoger y registrar los datos obtenidos a través de las técnicas.

Tabla 4  
Cuadro de técnicas e instrumentos en la investigación

<b>TÉCNICA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
Encuesta	Cuestionario

#### 4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento cuantitativo de información se hará uso a los softwares: Excel 2016 y SPSS 25. Análisis estadístico y análisis de contenido descriptivo a través de gráficos, tablas, diagramas, etc.

#### 4.8. Aspectos éticos de la investigación

Durante la aplicación de nuestra encuesta y procesamiento de la base de datos, no ha habido ninguna manipulación de datos, las cuales consideramos tener principios éticos para la realización de nuestra investigación, por lo tanto, nuestros datos son reales, fidedignas y consistentes.

## CAPÍTULO V

### 5. RESULTADOS

#### 5.1. Descripción de resultados

##### 5.1.1. Variable: Espacio intermedio

*Tabla 1*

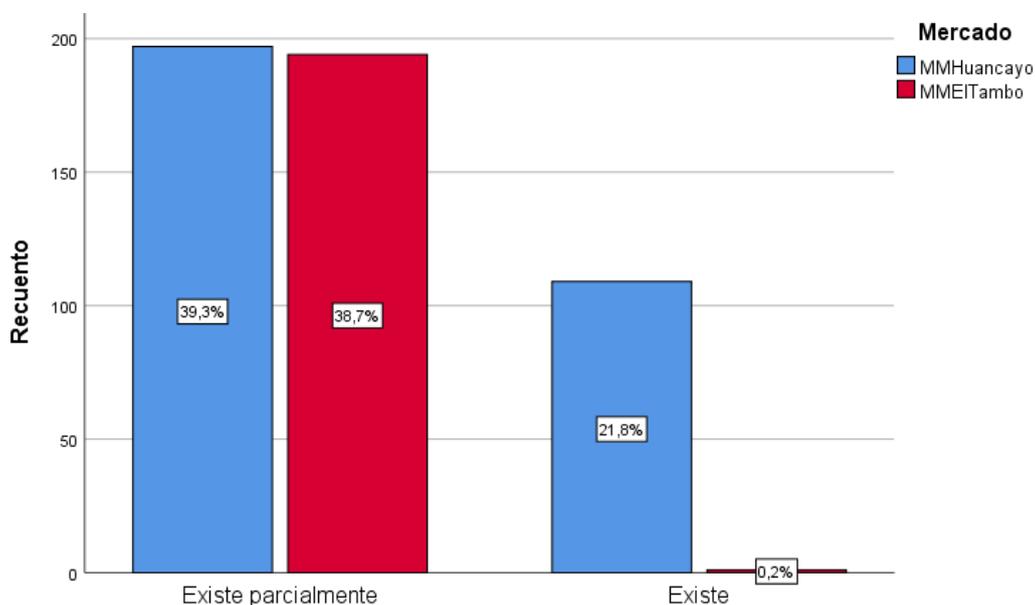
**ESPACIO INTERMEDIO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**

Espacio Intermedio			Mercado		Total
			MMHuancayo	MMEITambo	
Existe Parcialmente	Existe	Recuento	197	194	391
		% del total	39,3%	38,7%	78,0%
	Existe	Recuento	109	1	110
		% del total	21,8%	0,2%	22,0%
Total		Recuento	306	195	501
		% del total	61,1%	38,9%	100,0%

**Nota:** La tabla de frecuencia presenta los resultados de estudio de la variable espacio intermedio.

*Figura 6*

**ESPACIO INTERMEDIO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**



**Nota:** El gráfico presenta los resultados de estudio de la variable espacio intermedio.

En la figura 1, se evidencia los resultados de la variable espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, en ella se evidencia que el 39.3% de los usuarios del mercado modelo de Huancayo perciben que el espacio intermedio existe parcialmente, así mismo el 38.7% de los usuarios del

mercado modelo de El Tambo también perciben que el espacio intermedio existe parcialmente.

Finalmente, el 21.8% de los usuarios del mercado modelo de Huancayo perciben que, si existen los espacios intermedios, mientras que en el mercado modelo de El tambo solo tienen la misma percepción el 0.2% de los encuestados.

### 5.1.2. Dimensiones de la variable espacio intermedio

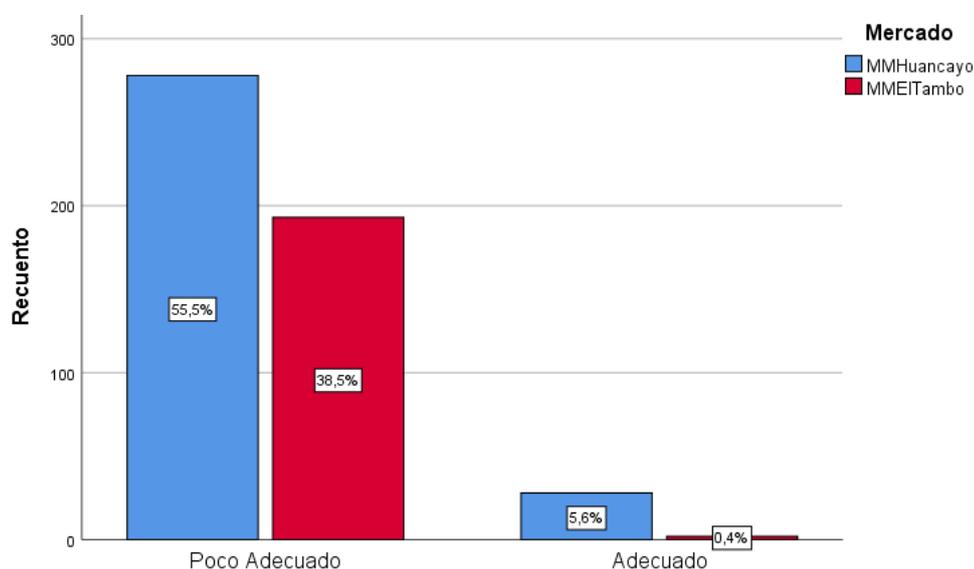
#### a. Espacio de transición

**Tabla 2**  
**ESPACIO DE TRANSICIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**

		Mercado		Total	
		MMHuancayo	MMEITambo		
Espacios de transición	Poco	Recuento	278	193	471
	Adecuado	% del total	55,5%	38,5%	94,0%
	Adecuado	Recuento	28	2	30
		% del total	5,6%	0,4%	6,0%
Total	Recuento	306	195	501	
	% del total	61,1%	38,9%	100,0%	

**Nota:** La tabla de frecuencia presenta los resultados de estudio de la dimensión de estudio espacio de transición.

**Figura 7**  
**ESPACIO DE TRANSICIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**



**Nota:** El gráfico presenta los resultados de estudio de la dimensión de estudio espacio de transición.

En la figura 2, se evidencia los resultados de la dimensión espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, en ella se evidencia que el 55.5% de los usuarios del mercado modelo de Huancayo perciben que es poco adecuado el espacio de transición, así mismo

el 38.5% de los usuarios del mercado modelo de El Tambo también perciben que el espacio de transición es poco adecuado.

Finalmente, el 5.6% de los usuarios encuestados del mercado modelo de Huancayo perciben que el espacio de transición es adecuado, mientras que en el mercado modelo de El tambo solo tienen la misma percepción el 0.4% de los usuarios encuestados.

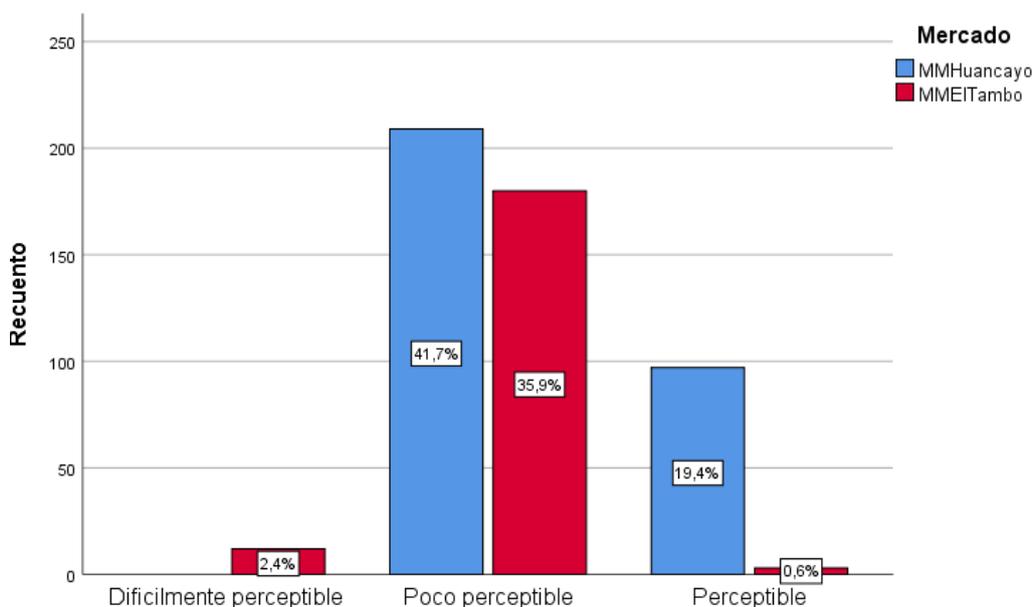
## b. Elementos estructuradores del espacio

**Tabla 3**  
**ELEMENTOS ESTRUCTURADORES DEL ESPACIO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE**  
**COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**

Elementos estructuradores			Mercado		Total
			MMHuancayo	MMEITambo	
	Difícilmente perceptible	Recuento	0	12	12
		% del total	0,0%	2,4%	2,4%
	Poco perceptible	Recuento	209	180	389
		% del total	41,7%	35,9%	77,6%
	Perceptible	Recuento	97	3	100
		% del total	19,4%	0,6%	20,0%
Total	Recuento	306	195	501	
	% del total	61,1%	38,9%	100,0%	

**Nota:** La tabla de frecuencia presenta los resultados de estudio de la dimensión de estudio elementos estructuradores del espacio.

**Figura 8**  
**ELEMENTOS ESTRUCTURADORES DEL ESPACIO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE**  
**COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**



**Nota:** El gráfico presenta los resultados de estudio de la dimensión de estudio elementos estructuradores del espacio.

En la figura 3, se evidencia los resultados de los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, en ella se evidencia que el 41.7% de los elementos estructuradores es poco perceptible, así mismo el 35.9% de los usuarios del mercado modelo de El Tambo también notan que los elementos estructuradores son poco perceptibles.

Por otro lado, el 19.4% de los usuarios del mercado modelo de Huancayo perciben que los elementos estructuradores son perceptibles, mientras que el 0.6% de los usuarios del mercado modelo de El Tambo notan que los elementos estructuradores son perceptibles.

Finalmente, el 2.4% de los usuarios del mercado modelo de el Tambo notan que los elementos estructuradores del espacio son difícilmente perceptibles.

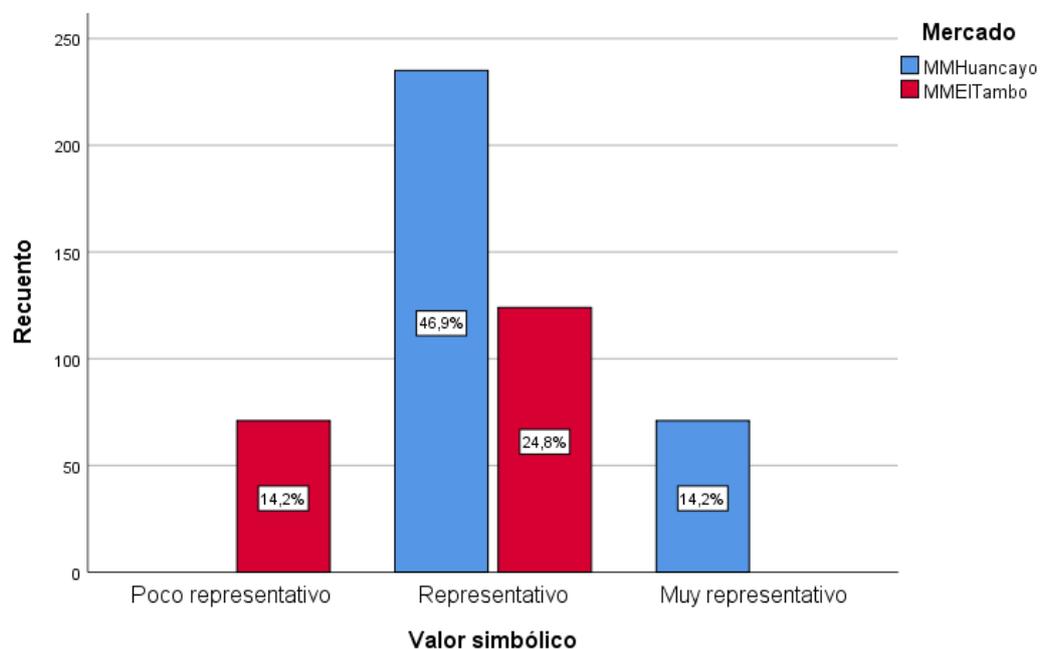
### c. Valor simbólico

**Tabla 4**  
**VALOR SIMBÓLICO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**

		Mercado		Total	
		MMHuancayo	MMEITambo		
Valor simbólico	Poco Representativo	Recuento	0	71	71
		% del total	0,0%	14,2%	14,2%
	Representativo	Recuento	235	124	359
		% del total	46,9%	24,8%	71,7%
	Muy Representativo	Recuento	71	0	71
		% del total	14,2%	0,0%	14,2%
Total	Recuento	306	195	501	
	% del total	61,1%	38,9%	100,0%	

**Nota:** La tabla de frecuencia presenta los resultados de estudio de la dimensión de estudio valor simbólico.

**Figura 9**  
**VALOR SIMBÓLICO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022**



**Nota:** El gráfico presenta los resultados de estudio de la dimensión de estudio valor simbólico.

En la figura 4, se evidencia los resultados del valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, donde el 46.9% de los usuarios del mercado modelo de Huancayo perciben que el valor simbólico es representativo en el mercado modelo de Huancayo y el 24.8% del valor simbólico es representativo en el Mercado modelo del Tambo, y el 14.2% de los espacios es muy representativo en el mercado modelo de Huancayo; y el otro 14.2% de usuarios percibe que es poco representativo.

## 5.2. Contrastación de Hipótesis

### a) Hipótesis general

**Hipótesis Nula (Ho):** No existen diferencias significativas en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

**Hipótesis Alterna (Hi):** Existen diferencias significativas en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

**Tabla 5**  
**Diferencia significativa en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo.**

<b>Rangos</b>				
	Mercado	N	Rango promedio	Suma de rangos
Esp_Interm	MMHuancayo	306	340,75	104269,00
	MMEITambo	195	110,16	21482,00
	Total	501		

### **Estadísticos de prueba<sup>a</sup>**

	Esp_Interm
U de Mann-Whitney	2372,000
W de Wilcoxon	21482,000
Z	-17,398
Sig. asintótica(bilateral)	,000

**Nota:** En la tabla se evidencia el valor obtenido del estadígrafo U de Mann Whitney es de 2372.000 con un valor del sig. Asintótica de 0.000.

- El nivel de confianza de la investigación es de 95%, por lo tanto, el margen de error que se consideró fue 5% (0.05). Cuando el valor del Sig. asintótica(bilateral) es mayor o igual que 0.05 se acepta la hipótesis nula  $H_0$  y si el Sig. asintótica(bilateral) es menor que 0.05 se acepta la hipótesis alterna  $H_a$ .
- Decisión Estadística; para confirmar la diferencia entre los dos grupos de estudio se aplicó el estadígrafo U de Mann-Whitney, por tener una variable ordinal y dos grupos diferentes de estudio. El rango promedio de diferencias de los espacios intermedios de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo es de 340,75 y en el mercado modelo de El Tambo es de 110,16. Por lo tanto podemos afirmar que hay diferencias significativas en los espacios intermedios de los mercados modelo de Huancayo y El Tambo, ya que el valor obtenido en la U de Mann-Whitney es de 2372,000 con el Sig. asintótica(bilateral) es de 0.000 menor que 0.05.
- Conclusión Estadística; con los datos analizados y una probabilidad de error de 0%, se demostró que existen diferencias significativas en el espacio

intermedio de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo y El Tambo.

### b) Primera hipótesis específica

**Hipótesis Nula (Ho):** No existe diferencia significativa en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

**Hipótesis Alterna (Hi):** Existe diferencia significativa en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

**Tabla 6**  
*Diferencia significativa en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo.*

<b>Rangos</b>				
	Mercado	N	Rango promedio	Suma de rangos
Esp_Trans	MMHuancayo	306	319,69	97826,50
	MMEITambo	195	143,20	27924,50
	Total	501		

### **Estadísticos de prueba<sup>a</sup>**

	Esp_Trans
U de Mann-Whitney	8814,500
W de Wilcoxon	27924,500
Z	-13,379
Sig. asintótica(bilateral)	,000

**Nota:** En la tabla se evidencia el valor obtenido del estadígrafo U de Mann Whitney es de 8814,500 con un valor del sig. Asintótica de 0.000.

- El nivel de confianza de la investigación es de 95%, por lo tanto, el margen de error que se consideró fue 5% (0.05). Cuando el valor del Sig. asintótica(bilateral) es mayor o igual que 0.05 se acepta la hipótesis nula Ho y si el Sig. asintótica(bilateral) es menor que 0.05 se acepta la hipótesis alterna Ha.
- Decisión Estadística; para confirmar la diferencia entre los dos grupos de estudio se aplicó el estadígrafo U de Mann-Whitney, por tener una variable

ordinal y dos grupos diferentes de estudio. El rango promedio de diferencias en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo es de 319,69 y en el mercado modelo de El Tambo es de 143,20. Por lo tanto, podemos afirmar que hay diferencias significativas en el espacio de transición de los mercados modelo de Huancayo y El Tambo, ya que el valor obtenido en la U de Mann-Whitney es de 8814,500 con el Sig. asintótica(bilateral) es de 0.000 menor que 0.05.

- Conclusión Estadística; con los datos analizados y una probabilidad de error de 0%, se demostró que existen diferencias significativas en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo y El Tambo.

### c) Segunda hipótesis específica

**Hipótesis Nula (Ho):** No existe diferencia significativa en los elementos estructurales del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

**Hipótesis Alterna (Hi):** Existe diferencia significativa en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

*Tabla 7*

*Diferencia significativa en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo.*

<b>Rangos</b>				
	Mercado	N	Rango promedio	Suma de rangos
Elem_Estruc	MMHuancayo	306	328,75	100598,50
	MMEITambo	195	128,99	25152,50
	Total	501		

### **Estadísticos de prueba<sup>a</sup>**

	Elem_Estruc
U de Mann-Whitney	6042,500
W de Wilcoxon	25152,500
Z	-15,142
Sig. asintótica(bilateral)	,000

**Nota:** En la tabla se evidencia el valor obtenido del estadígrafo U de Mann Whitney es de 6042.500 con un valor del sig. Asintótica de 0.000.

- El nivel de confianza de la investigación es de 95%, por lo tanto, el margen de error que se consideró fue 5% (0.05). Cuando el valor del Sig. asintótica(bilateral) es mayor o igual que 0.05 se acepta la hipótesis nula  $H_0$  y si el Sig. asintótica(bilateral) es menor que 0.05 se acepta la hipótesis alterna  $H_a$ .
- Decisión Estadística; para confirmar la diferencia entre los dos grupos de estudio se aplicó el estadígrafo U de Mann-Whitney, por tener una variable ordinal y dos grupos diferentes de estudio. El rango promedio de diferencias en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo es de 328,75 y en el mercado modelo de El Tambo es de 128,99. Por lo tanto podemos afirmar que hay diferencias significativas en los elementos estructuradores del espacio de los mercados modelo de Huancayo y El Tambo, ya que el valor obtenido en la U de Mann-Whitney es de 6042,500 con el Sig. asintótica(bilateral) es de 0.000 menor que 0.05.
- Conclusión Estadística; con los datos analizados y una probabilidad de error de 0%, se demostró que existen diferencias significativas en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo y El Tambo.

#### **d) Tercera hipótesis específica**

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** No existe diferencia significativa en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

**Hipótesis Alterna ( $H_i$ ):** Existe diferencia significativa en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.

*Tabla 8*

*Diferencia significativa en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo.*

### Rangos

	Mercado	N	Rango promedio	Suma de rangos
Val_Simb	MMHuancayo	306	334,22	102272,50
	MMEITambo	195	120,40	23478,50
	Total	501		

### Estadísticos de prueba<sup>a</sup>

	Val_Simb
U de Mann-Whitney	4368,500
W de Wilcoxon	23478,500
Z	-16,211
Sig. asintótica(bilateral)	,000

**Nota:** En la tabla se evidencia el valor obtenido del estadígrafo U de Mann Whitney es de 2372.000 con un valor del sig. Asintótica de 0.000.

- El nivel de confianza de la investigación es de 95%, por lo tanto, el margen de error que se consideró fue 5% (0.05). Cuando el valor del Sig. asintótica(bilateral) es mayor o igual que 0.05 se acepta la hipótesis nula  $H_0$  y si el Sig. asintótica(bilateral) es menor que 0.05 se acepta la hipótesis alterna  $H_a$ .
- Decisión Estadística; para confirmar la diferencia entre los dos grupos de estudio se aplicó el estadígrafo U de Mann-Whitney, por tener una variable ordinal y dos grupos diferentes de estudio. El rango promedio de diferencias en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo es de 334,22 y en el mercado modelo de El Tambo es de 120,40. Por lo tanto podemos afirmar que hay diferencias significativas en el valor simbólico del mercado modelo de Huancayo y El Tambo, ya que el valor obtenido en la U de Mann-Whitney es de 4368,500 con el Sig. asintótica(bilateral) es de 0.000 menor que 0.05.
- Conclusión Estadística; con los datos analizados y una probabilidad de error de 0%, se demostró que existen diferencias significativas en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el mercado modelo de Huancayo y El Tambo.

## CAPÍTULO VI

### 6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con relación a los resultados conseguidos para la variable se puede analizar lo siguiente:

- El objetivo general formulado en la investigación fue determinar las diferencias que existen en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, según los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis (tabla 5), el valor de  $p$  es de 0.000 menor que el valor alfa 0.05, por lo tanto, la hipótesis formulada se aceptó.

Por otro lado, el rango promedio de diferencias en los espacios intermedios de los equipamientos de comercialización del mercado modelo de Huancayo fue de 340.75, mientras que en el mercado modelo de El tambo fue de 110.16, por lo tanto, el espacio intermedio del mercado modelo de Huancayo existe con mayor evidencia que en el mercado modelo de El Tambo, los cuales podemos afirmar que existe diferencia significativa en los espacios intermedios en los equipamientos de comercialización.

Basado en la teoría de Moreno y Zapata (2021), el espacio intermedio es un elemento reestructurador del tejido urbano y reconciliador de lo público con lo privado, donde se afronta desde la recuperación del espacio intermedio como escenario de la vida colectiva a través de una estructura que actúa sobre el fragmento de una ciudad existente.

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que un 21.8 % de los usuarios evidencian la existencia de espacios intermedios en el mercado modelo de Huancayo, mientras que en el mercado modelo de El Tambo sólo un 0.2 % de los usuarios evidencian la existencia de espacios intermedios, ambos estudiados en un escenario de participación para actividades sociales y comerciales.

En la investigación desarrollada por Moreno y Zapata (2021), no se muestra un resultado estadístico, lo cual no se evidencia estadísticamente o confirme la validación, sin

embargo, manifestaron en su conclusión la elaboración de un proyecto arquitectónico, como una forma de recuperar al barrio, generado espacios intermedios entre el espacio público y el espacio privado, dotando de espacios óptimos que mejoren su calidad de vida y fomente la actividad de encuentro e interacción social.

Reafirmando de esta manera con Gutiérrez (2017), quien manifestó en su resultado estadístico, que más de la mitad de los equipamientos (58.3 %), tienen espacios intermedios deficientes y críticos, por lo tanto, resaltó que el espacio intermedio garantiza la vida urbana dentro de la realidad vivencial con características que promueven su uso y un tratamiento de borde que configura el espacio por medio de la integración de la infraestructura y la ciudad.

-El objetivo específico 1 formulado en la investigación fue determinar la diferencia que existe en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, según los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis (tabla 6), el valor de  $p$  es de 0.000 menor que el valor alfa 0.05, por lo tanto, la hipótesis formulada se aceptó.

Por otro lado, el rango promedio de diferencias en los espacios de transición de los equipamientos de comercialización del mercado modelo de Huancayo fue de 319.69, mientras que en el mercado modelo de El tambo fue de 143.20, por lo tanto, el espacio de transición del mercado modelo de Huancayo es más adecuado que en el mercado modelo de el Tambo, los cuales podemos afirmar que existe diferencia significativa en los espacios de transición en los equipamientos de comercialización.

Basado en la teoría de Asto (2018), el espacio de transición permite articular las zonas tanto en interior como en el exterior de una infraestructura a través de la continuidad espacial que se manifiesta como conexión o unión entre distintos espacios adyacentes, es posible que el usuario pueda establecer una relación visual entre ellos, ya sea desde un punto de vista fijo o en movimiento

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que un 5.6% de los usuarios perciben poco adecuado al espacio de transición en el mercado modelo de Huancayo, mientras que en el mercado modelo de El Tambo sólo un 0.4 % de los usuarios perciben poco adecuado al espacio de transición, ambos estudiados en un escenario de participación para actividades sociales y comerciales.

Reafirmando de esta manera con Asto (2018), quien manifestó en su resultado estadístico, que el 59% de la espacialidad intermedia es adecuada, además busca configurar espacios que integren de manera conjunta la ocupación, el confort y la seguridad, tomándolo como elemento básico para la generación de espacios intermedios a través de espacios de transición.

-El objetivo específico 2 formulado en la investigación fue determinar las diferencias que existen en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, según los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis (tabla 7), el valor de  $p$  es de 0.000 menor que el valor alfa 0.05, por lo tanto, la hipótesis formulada se aceptó.

Por otro lado, el rango promedio de diferencias en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización del mercado modelo de Huancayo fue de 328.75, mientras que en el mercado modelo de El tambo fue de 128.99, por lo tanto, los elementos estructuradores del mercado modelo de Huancayo en más perceptible que en el mercado modelo de el Tambo, los cuales podemos afirmar que existe diferencia significativa en los elementos estructuradores en los equipamientos de comercialización.

Basado en la teoría de Gutierrez (2021), los elementos estructuradores del espacio sirven como límites para el espacio intermedio a partir del tratamiento de borde porque es a través de éste que tiene lugar el espacio intermedio y su tratamiento impactará en la percepción del mismo.

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que un 19.4% de los usuarios perciben los elementos estructuradores del espacio en el mercado modelo de Huancayo, mientras que en el mercado modelo de El Tambo sólo un 0.6 % de los usuarios perciben los elementos estructuradores, ambos estudiados en un escenario de participación para actividades sociales y comerciales.

Reafirmando de esta manera con Asto (2018), quien manifestó en su resultado que los espacios intermedios con respecto a la unidimensionalidad consideran a los elementos estructuradores del espacio al límite estructurado en base a líneas, barandas y límites naturales.

-El objetivo específico 3 formulado en la investigación fue determinar la diferencia que existe en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, según los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis (tabla 8), el valor de  $p$  es de 0.000 menor que el valor alfa 0.05, por lo tanto, la hipótesis formulada se aceptó.

Por otro lado, el rango promedio de diferencias en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización del mercado modelo de Huancayo fue de 334.22, mientras que en el mercado modelo de El tambo fue de 120.40, por lo tanto, el valor simbólico del mercado modelo de Huancayo es más representativo que en el mercado modelo de el Tambo, los cuales podemos afirmar que existe diferencia significativa en el valor simbólico en los equipamientos de comercialización.

Basado en la teoría de Salazar (2019), el valor simbólico tiene carácter rememorativo, y ayuda a entablar una relación entre las personas o el grupo humano que lo produjo y la sociedad actual en un contexto urbano.

Los resultados obtenidos en la investigación muestran que un 46.9 % de los usuarios identifican como representativo el valor simbólico en el mercado modelo de Huancayo, mientras que en el mercado modelo de El Tambo sólo un 24.8 % de los usuarios perciben el

valor simbólico, ambos estudiados en un escenario de participación para actividades sociales y comerciales.

Reafirmando de esta manera con Salazar (2019), quien manifestó en su resultado que el valor simbólico permite conocer y valorar las diversas cualidades que tiene el edificio por su lenguaje arquitectónico además de ser apreciado por su carácter rememorativo que cada sociedad produjo al pasar el tiempo.

## CONCLUSIONES

### 1. CONCLUSION GENERAL

Según el objetivo general, en esta tesis, se determinó que si existe una diferencia significativa en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo y según las evidencias estadísticas se encontró que el 61.1 % de usuarios encuestados, si perciben la existencia del espacio intermedio en el mercado modelo de Huancayo, mientras el 38.9 % de usuarios encuestados, perciben la existencia del espacio intermedio en el mercado modelo de El Tambo, considerando al M.M. de Huancayo, con espacios intermedios óptimos en función a las actividades que se desarrollan en el exterior del mercado, mientras que en el M.M. de El Tambo, se percibe de manera precaria y deficiente.

### 2. CONCLUSIONES ESPECIFICAS

-Según el objetivo específico N°1, se determinó que si existe una diferencia significativa respecto a la dimensión de espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, y según los datos estadísticos se encontró que el 5.6 % de los usuarios del mercado modelo de Huancayo, perciben que el espacio de transición es adecuada, mientras que en el mercado modelo de El Tambo, solo tienen la misma percepción el 0.4 % de los usuarios; se llegó a la conclusión que el M.M. de Huancayo, se percibe al espacio de transición con más facilidad como como conexión o unión

entre distintos espacios adyacentes, mientras que en el M.M. de El Tambo, no se percibe fácilmente.

-Según el objetivo específico N°2, se determinó que si existe una diferencia significativa respecto a la dimensión de elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, y según los datos estadísticos se encontró que el 19.4 % de los usuarios del mercado modelo de Huancayo, perciben los elementos estructuradores del espacio, mientras que en el mercado modelo de El Tambo, solo tienen la misma percepción el 0.6 % de los usuarios; se llegó a la conclusión que en el M.M. de Huancayo, se distinguen los elementos estructuradores en mayor proporción, los cuales sirven de límites tanto en el interior como en el exterior del equipamiento, mientras que en el M.M. de El Tambo, no se distingue fácilmente.

-Según el objetivo específico N°3, se determinó que si existe una diferencia significativa respecto a la dimensión de valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo, y según los datos estadísticos se encontró que el 46.9 % de los usuarios del mercado modelo de Huancayo, lo consideran representativo, mientras que en el mercado modelo de El Tambo, solo tienen la misma percepción el 24.8 % de los usuarios; se llegó a la conclusión que en el M.M. de Huancayo, se perciben elementos arquitectónicos como símbolo significativo, mientras que en el M.M. de El Tambo, no se distingue con claridad.

-Finalmente, se determinó la existencia de diferencias significativas en el espacio intermedio tanto del mercado modelo de Huancayo y el mercado modelo de El Tambo, con un nivel de confianza de la investigación de 95%, por lo tanto, el margen de error que se consideró fue 5% (0.05). Cuando el valor del Sig. asintótica(bilateral) es mayor o igual que 0.05 se acepta la hipótesis nula  $H_0$  y si el Sig. asintótica(bilateral) es menor que 0.05 se acepta la hipótesis alterna  $H_a$ .

## RECOMENDACIONES

### 1. RECOMENDACIONES GENERALES

Se recomienda, incluir en el diseño de una infraestructura un área apropiada para la creación de espacios intermedios que sirvan como elemento conector entre el espacio público y el espacio privado, sobre todo en las nuevas construcciones dependiendo del uso en la ciudad, a su vez implementar espacios intermedios en los equipamientos de comercialización, la cual sufre un déficit para la realización de actividades sociales y comerciales; además de ser éste un elemento jerárquico de interrelación de espacios en medio de la propuesta arquitectónica.

### 2. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS

-Respecto a lo analizado en el espacio de transición, se recomienda considerar las características mínimas que se proponen en el proyecto de investigación, como la conexión espacial, continuidad espacial, integración espacial, permeabilidad visual-espacial, espacios de permanencia y la actividad social, ya que garantizan una mejor calidad de vida del usuario a través de espacios adecuados, con el fin de mejorar y atraer con más intensidad la actividad comercial y social, mediante espacios de transición adecuadas que propician percepciones positivas para las personas durante su visita a los equipamientos; además de ser éste un elemento funcional en relación a la composición formal dentro de la propuesta arquitectónica.

-Respecto a lo analizado en los elementos estructuradores del espacio, se recomienda considerar las características mínimas que se proponen en el proyecto de investigación, como la composición espacial, presencia de área verde, límite interior y exterior y los elementos verticales y horizontales, ya que garantizan una mejor percepción positiva, ofreciendo elementos que limitan tanto en el interior como en el exterior del equipamiento, que obligan únicamente a transitar y no generar actividades informales a nivel de la calle; además de ser éste un elemento arquitectónico dentro de la propuesta final.

-Respecto a lo analizado en el valor simbólico, se recomienda considerar las características mínimas que se proponen en el proyecto de investigación, como el contexto urbano, comunicación visual, lenguaje arquitectónico, elemento significativo e identidad de lugar, ya que garantizan un nivel representativo y atractivo, que genera una serie de sensaciones para el usuario, diferenciándola de las demás y plasmándola en la memoria colectiva de la población, quienes se encargaran de adoptarla como parte de su identidad; además de ser éste un elemento simbólico significativo dentro de la propuesta final.

-Respecto a lo analizado en proyecto de investigación, se recomienda incorporar espacios intermedios que generen percepciones interesantes a la hora de transitar por ella, además que ésta sea un espacio de conexión, unión e inclusión, acondicionadas respecto a la accesibilidad para personas discapacitadas; además de ser éste un espacio de mayor importancia para el usuario dentro de la propuesta final.

## SUGERENCIAS

-Respecto a lo analizado en el proyecto de investigación, se recomienda PEATONALIZAR el Jr. Sebastián Lorente (desde la calle Real hasta la Av. Ferrocarril), la cual será destinada al uso exclusivo para peatones, restringiendo la circulación de vehículos motorizados. Esta calle traerá grandes beneficios a los comerciantes y usuarios en general, porque conectará a lugares estratégicos, como al parque de Los Sombreros, la calle Real, la Av. Ferrocarril y finalmente al mercado modelo de el Tambo. Esta calle peatonal generará mayor flujo de peatones donde los comerciantes registrarán aumento en sus ventas y se logrará la recuperación de espacios intermedios en relación al espacio público como elemento integrador.

-Con la existencia de la calle peatonal, se recomienda CREAR ESPACIOS TEMPORALES donde permitirá la reubicación de los feriantes (que actualmente realizan sus ventas en la calle Grau) en el Jr. Sebastián Lorente los días martes y jueves. Esto permitirá a los usuarios transitar por una calle fluida y armoniosa, que les invitará ingresar al mercado modelo de El Tambo siendo el espacio intermedio el atractivo principal, la cual servirá como conector entre el espacio privado con el espacio público.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Díaz Guevara, Lorena Scarlet y Quito Torres, Joaquín Rodrigo.** Comercio informal, espacios públicos y seguridad ciudadana en el sector este de la urbanización Lima Industrial, Cercado de Lima 2021. Lima : s.n., 2022. pág. 91.
2. **Guanilo, María.** Los espacios intermedios como regeneradores puntuales de la ciudad. Lima : s.n., 2016.
3. **Castro, Enrique.** ENTRE, Los espacios intermedios en la arquitectura desde el movimiento moderno a nuestros días. Montevideo : UR. FARQ, 2016. CC BY-NC-ND 4.0.
4. **Gamboa Samper, Pablo.** El sentido urbano del espacio público. Colombia : Revista Bitácora Urbano Territoria, 2003. pág. 18. Vol. 1.
5. **Justo Moscardó, Enrique.** Introducción a las estructuras de edificación. Sevilla : Universidad de Sevilla, 2016. pág. 19.
6. **Asto, Cesar.** Espacios intermedios en equipamientos culturales juveniles en la ciudad de Huancayo. Huancayo : Universidad del Centro del Perú, 2018. pág. 63.
7. **Moreno Herrera, Jefferson Vladimir y Zapata Oña, Carlos Javier.** El espacio intermedio como elemento de reestructuración del espacio urbano (entre lo público y lo privado) en el barrio la Larrea. Quito : Universidad Central de Ecuador, 2021. pág. 279.
8. **Rodríguez Rodríguez, Víctor Daniel.** Ni dentro ni fuera: Análisis de los espacios intermedios para el diseño de viviendas unifamiliares aisladas. Valencia : Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Valencia, 2021. pág. 70.
9. **Caprioli Fuentealba, Giovanna.** El espacio intermedio en la vivienda colectiva. Dispositivos arquitectónicos mediadores. Barcelona : Universidad Politécnica de Cataluña, 2020. pág. 131.

10. **Rodera Martínez, Paloma.** Espacios intermedios de Madrid. Madrid : Departamento de Paisaje Urbano del Ayto de Madrid, 2018. pág. 204.
11. **Duarte Cruz, Daniela.** Relación interior - exterior. El espacio intermedio en una galería comercial y centro tecnológico. Bogotá : Universidad Piloto de Colombia, 2020. pág. 49.
12. **Mendía, Rocio del Carmen.** El espacio intermedio y su aplicación en la propuesta de diseño arquitectónico del edificio administrativo para la universidad privada de Tacna, 2019. Tacna : Universidad de Tacna, 2019. pág. 220.
13. **Alvarez Janampa, Lizbeth Alexandra.** Estudio de espacios intermedios en una residencia para estudiantes en Pasco. Lima : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2019. pág. 47.
14. **Diaz, Lorena y Quito, Joaquin.** Comercio informal, espacios públicos y seguridad ciudadana en el sector este de la urbanización Lima Industrial, Cercado de Lima 2021. Lima : Universidad César Vallejo, 2022.
15. **Moncada Cabezas, Solangel Estrella.** Transformación comercial y Vida cotidiana – Caso Mall del Sur en Urbanización Entel Perú, San Juan de Miraflores 2015 – 2022. Lima Norte : Universidad César Vallejo, 2022. pág. 109.
16. **Barzola Ubillus, Gianella Geraldine.** Centro de Educación Técnico Productivo en el distrito de Villa El Salvador desarrollado mediante una arquitectura con espacios intermedios para adolescentes y jóvenes (CETPRO). Lima : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2020. pág. 62.
17. **Gutierrez, María de los Ángeles Valentina.** Los espacios intermedios en los equipamientos de la ciudad de Huancayo 2020. Huancayo : Universidad Continental, 2021. pág. 253.

18. **Casas, Maria Cristina.** Los imaginarios urbanos y el espacio público del área central de la ciudad de Huancayo. Huancayo : Universidad Nacional del Centro del Perú, 2017. pág. 223.
19. **De La Cruz, José.** Configuración del borde de los equipamientos urbanos y comportamiento del peatón en la ciudad de Huancayo, 2019 - caso Coliseo Wanka. Huancayo : Universidad Peruana los Andes, 2021. pág. 172.
20. **Huamaní, Rocio Del Pilar.** Estudio de la vida pública en los espacios públicos de la ciudad de Huancayo. Huancayo : Universidad Peruana los Andes, 2017. pág. 249.
21. **Suarez, Marjorie.** Los espacios intermedios como tema y estrategia de proyecto en la arquitectura moderna. Caracas : Universidad Central de Venezuela, 2014. pág. 208.
22. **Cevallos Valarezo, Adriana Elizabeth.** Construcción de lugares de permanencia en el espacio público, propuesta a partir del manejo de áreas verdes. Loja : Universidad Técnica Particular de Loja, 2012. pág. 151.
23. **iiarquitectos.** El simbolismo en la arquitectura. s.l. : Disponible en: <https://www.iiarquitectos.com/2010/01/el-simbolismo-en-la-arquitectura.html>, 2010.
24. **Diaz Diaz, Renzo.** Estrategias proyectuales espaciales que determinen espacios flexibles, para el diseño de un Centro Pastoral - Chugur 2018. Cajamarca : Universidad Peruana del Norte, 2018. pág. 73.
25. **De Justo Moscardó, Enrique, y otros.** Introducción a las estructuras de edificación. Sevilla : Universidad de Sevilla, 2016. pág. 19.
26. **Pachón Romero, Javier Alejandro, y otros.** Límite y arquitectura : relación entre el espacio interior y exterior. Bogotá : Universidad Piloto de Colombia, 2016. pág. 85.
27. **D.K. Ching, Francis.** Arquitectura forma, espacio y orden. [ed.] SA de CV; México, 1982, 1998. Barcelona :

file:///C:/Users/TUF%20GAMING%20By%20ASUS/Downloads/Arquitectura\_Forma\_Espacio\_y\_Orden\_Franc.pdf, 1998. pág. 414.

28. —. Forma y espacio. s.l. : G.G. México, 2018. pág. 414.

29. **Ambrocio Diestra, Karin Jahel.** El simbolismo y la identidad en la arquitectura religiosa de Chimbote. Chimbote : Universidad César Vallejo, 2019. pág. 250.

30. **Chong Garduño, Maria Concepción, Carmona Olivares , América y Pérez Hernández, Marco Antonio.** El análisis de sitio y su entorno en el desarrollo de proyectos arquitectónicos y urbanos. Veracruz : Universidad Veracruzana. Facultad de Arquitectura, 2012. pág. 6.

31. **Vicario, Patricia.** Transiciones: del espacio público al privado, un mundo. s.l. : Disponible en: <https://habitatgecollectiu.wordpress.com/2015/01/04/transiciones-del-espacio-publico-al-privado-un-mundo/>, 2015.

32. **Holgado Garcia, Eider.** La casa del vacío. Espacios de interacción en la arquitectura doméstica de Sejima y Nishizawa. Madrid : Disponible en: [https://oa.upm.es/43473/1/EIDER\\_HOLGADO\\_GARCIA.pdf](https://oa.upm.es/43473/1/EIDER_HOLGADO_GARCIA.pdf), 2016. pág. 315.

33. **Cerezo Miguel, Jesús M.** Nuevo concepto de elementos estructurales horizontales de vidrio : placa autoportante y pretensada en forma de PI. Madrid : Universidad Politécnica de Madrid, 2015. pág. 271.

34. **Gil López, Tomás.** Influencia de la configuración del borde público- privado. Parámetros de diseño. Madrid : Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio, U.P.M., 2007. pág. 68. I.S.S.N.: 1886-6654.

35. **Carrasco Diaz, Sergio.** Metodología de La Investigación Científica. 2º edición. Lima : San Marcos, 2006. pág. 239.

36. **Maya, Esther.** Métodos y técnicas de investigación. México : Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Arquitectura, 2014. pág. 90.

37. **Sierra Bravo, R.** Técnicas de investigación social. 9° edición. Madrid : Universidad Panamericana-Departamento de estudios de posgrados, 2001. pág. 68.

38. **Municipalidad de San Isidro.** Manual de mobiliario urbano. 1° edición. Lima : Disponible en: [http://msi.gob.pe/portal/wp-content/uploads/2016/03/Manual-de-Mobiliario-Urbano\\_MMU.pdf](http://msi.gob.pe/portal/wp-content/uploads/2016/03/Manual-de-Mobiliario-Urbano_MMU.pdf), 2016. pág. 122.

## ANEXOS

## Anexo A. Matriz de consistencia

Título de Investigación: EL ESPACIO INTERMEDIO DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO -2022						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>General:</p> <p>¿Qué diferencia existen en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?</p> <p>Secundarios:</p> <p>1. ¿Qué diferencia existe en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?</p> <p>2. ¿Qué diferencia existe en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?</p> <p>3. ¿Qué diferencia existe en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar las diferencias que existen en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p> <p>Secundarios:</p> <p>1. Determinar la diferencia que existe en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p> <p>2. Determinar las diferencias que existen en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p> <p>3. Determinar la diferencia que existe en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p>	<p>General:</p> <p>Existen diferencias significativas en el espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p> <p>Secundarios:</p> <p>1. Existe diferencia significativa en el espacio de transición de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p> <p>2. Existe diferencia significativa en los elementos estructuradores del espacio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p> <p>3. Existe diferencia significativa en el valor simbólico de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo-2022.</p>	<p>Variable</p> <p>X= Espacio intermedio</p>	<p>X1: Espacio de transición</p> <p>X2: Elementos estructuradores del espacio</p> <p>X3: Valor simbólico</p>	<p>De X1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión espacial</li> <li>• Continuidad espacial</li> <li>• Integración espacial</li> <li>• Permeabilidad visual-espacial</li> <li>• Espacios de permanencia</li> <li>• Actividad social</li> </ul> <p>De X2:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Composición espacial</li> <li>• Presencia de área verde</li> <li>• Limite interior - exterior</li> <li>• Elementos verticales y horizontales</li> </ul> <p>De X3:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto urbano</li> <li>• Comunicación visual</li> <li>• Lenguaje arquitectónico</li> <li>• Elemento significativo</li> <li>• Identidad de lugar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipo de Investigación: Aplicada</li> <li>✓ Nivel de investigación: Descriptiva</li> <li>✓ Diseño de investigación: Comparativa</li> <li>No experimental – transversal</li> <li>✓ Técnica de recolección de datos: Encuesta</li> <li>✓ Instrumentos: Cuestionario</li> <li>✓ Procesamiento de datos: Para hallar la comparación se utilizará: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Software Excel 2016</li> <li>- IBM SPSS Statistics 25</li> <li>- Estadígrafo U de Mann Whitney</li> <li>- Fiabilidad Alfa de Cronbach</li> </ul> </li> <li>✓ Población Equipamientos de comercialización (Usuarios que frecuentan los mercados una o más veces por semana).</li> <li>✓ Muestra <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lado centro (Mercado modelo de Huancayo: 306 usuarios)</li> <li>▪ Lado norte (Mercado modelo de El Tambo: 195 usuarios)</li> </ul> </li> </ul>

### Anexo B. Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN DE DIMENSIONES	INDICADORES	NIVELES Y RANGOS
<b>X:</b> Espacio intermedio	Suárez (2013) : El espacio intermedio es un lugar único para transitar, pausar, deambular o permanecer, pero también puede estar compuesto de una combinación de lugares con esas características.(p.83).	El espacio intermedio es un lugar que vincula un ámbito más privado con otro más público, pero no solo consiste en una conexión de espacios, sino que también posibilita que este espacio sea de estancia, recorrido, ejercicio de alguna actividad humana que permite la interacción con los demás.	<b>X1:</b> Espacio de transición	Según Suárez (2014), aporta que “La transición del exterior al interior está concebida como una sucesión de situaciones contiguas que cambian paulatinamente desde la apertura absoluta a una condición de encierro.” (p.124)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión espacial</li> <li>• Continuidad espacial</li> <li>• Integración espacial</li> <li>• Permeabilidad visual-espacial</li> <li>• Espacios de permanencia</li> <li>• Actividad social</li> </ul>	• Ordinal
			<b>X2:</b> Elementos estructuradores del espacio	Según Suárez (2014), “Señala a las masas y superficies que sirven de límite para el espacio intermedio. El grado de definición de estos elementos estará determinado por el tratamiento de la forma: estructura, materialidad y disposición.” (p.87)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Composición espacial</li> <li>• Presencia de área verde</li> <li>• Limite interior - exterior</li> <li>• Elementos verticales y horizontales</li> </ul>	
			<b>X3:</b> Valor simbólico	Según Karín Ambrosio (2019), “El simbolismo se refiere a la expresión de diversas formas que puede transmitir una edificación, en relación a su contexto y un tiempo determinado que marque historia; como resultado ésta genera una serie de sensaciones para el usuario, que el arquitecto diseñador tiene que lograr marcar, en él mismo como para los demás, y en conjunto lograr una edificación única, diferenciándola de las demás y plasmándola en la memoria colectiva de los usuarios, quienes se encargaran de adoptarla como parte de su identidad.” (p. 92)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto urbano</li> <li>• Comunicación visual</li> <li>• Lenguaje arquitectónico</li> <li>• Elemento significativo</li> <li>• Identidad de lugar</li> </ul>	

**Anexo C. Matriz de Operacionalización del Instrumento.**

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS
ESPACIO INTERMEDIO	ESPACIO DE TRANSICION	Conexión espacial	¿Con que facilidad identifica las puertas de ingreso y salida del mercado?
		Continuidad espacial	¿Qué tan fácil identifica los recorridos dentro y fuera del mercado? ¿Suele hacer el mismo recorrido dentro y fuera del mercado?
		Integración espacial	¿Le parece integrado los espacios exteriores del mercado con la ciudad?
		Permeabilidad visual - espacial	¿Observa con facilidad las actividades que suceden en el interior del mercado, desde afuera a través de ventanas, mamparas y puertas? ¿Observa con facilidad las actividades que suceden en el exterior del mercado, desde adentro a través de ventanas, mamparas y puertas?
		Espacios de permanencia	¿Con que frecuencia utiliza los espacios exteriores como punto de encuentro para sus actividades cotidianas?
		Actividad social	¿Con que frecuencia realiza actividades sociales y/o comerciales en el exterior del mercado?
	ELEMENTOS ESTRUCTURADORES DEL ESPACIO	Composición espacial	¿Le parece atractivo el diseño arquitectónico - espacial del mercado?
		Presencia de área verde	¿Le parece importante la existencia de área verde en el exterior del mercado como conector del espacio público y privado? ¿Observa la existencia de área verde en el exterior del mercado como conector del espacio público y privado?
		Limite interior - exterior	¿Con que facilidad identifica el envolvente (muros, columnas, ventanas y puertas), que limitan la espacialidad en el interior del mercado? ¿Con que facilidad identifica los elementos (veredas, mobiliarios urbanos), que limitan el exterior del mercado?
		Elementos verticales y horizontales	¿Con que facilidad percibe los elementos horizontales (techos, voladizos, veredas), en el exterior del mercado? ¿Con que facilidad percibe los elementos verticales (columnas, escaleras, arborización), en el exterior del mercado?
	VALOR SIMBOLICO	Contexto urbano	¿Le parece importante la ubicación del mercado en este lugar?
		Comunicación visual	¿Refleja el diseño arquitectónico del exterior del mercado al uso que se da en el interior del mismo?
		Lenguaje arquitectónico	¿El diseño del mercado tiene relación con las construcciones del entorno?
		Elemento significativo	¿Identifica fácilmente los elementos atractivos en los techos, puertas, ventanas, muros, como símbolo significativo?
		Identidad del lugar	¿Considera esta edificación como parte de la identidad Wanka por sus características de diseño formal y espacial?

## Anexo D. Instrumento de investigación y constancia de su aplicación



**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**

**ENCUESTA PARA TRABAJO DE INVESTIGACION DE ARQUITECTURA**



Esta encuesta se aplicará en los equipamientos de comercialización, en el área metropolitana de Huancayo, directamente a usuarios que frecuentan los mercados una o más veces por semana. Se encuentra dividido en tres dimensiones: espacio de transición, elementos estructuradores del espacio y valor simbólico. La encuesta cuenta con 20 preguntas.

**NORMAS DE PUNTUACION:** En la encuesta se tomará 4 escalas de valoración (teniendo como mínimo puntaje por pregunta 1 y máximo 4), lo cual se denota en las alternativas de respuesta.

### ESPACIO DE TRANSICION

1. ¿Con que facilidad identifica las puertas de ingreso y salida del mercado?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
2. ¿Qué tan fácil identifica los recorridos dentro y fuera del mercado?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
3. ¿Suele hacer el mismo recorrido dentro y fuera del mercado?  
1) Nunca 2) A veces 3) Generalmente 4) Siempre
4. ¿Le parece integrado los espacios exteriores del mercado con la ciudad?  
1) Nada integrado 2) Poco integrado 3) Integrado 4) Muy integrado
5. ¿Observa con facilidad las actividades que suceden en el interior del mercado, desde afuera a través de ventanas, mamparas y puertas?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
6. ¿Observa con facilidad las actividades que suceden en el exterior del mercado, desde adentro a través de ventanas, mamparas y puertas?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
7. ¿Con que frecuencia utiliza los espacios exteriores como punto de encuentro para sus actividades cotidianas?  
1) Nada frecuente 2) Poco frecuente 3) Frecuente 4) Muy frecuente
8. ¿Con que frecuencia realiza actividades sociales y/o comerciales en el exterior del mercado?  
1) Nada frecuente 2) Poco frecuente 3) Frecuente 4) Muy frecuente

### ELEMENTOS ESTRUCTURADORES DEL ESPACIO

9. ¿Le parece atractivo el diseño arquitectónico - espacial del mercado?  
1) Nada atractivo 2) Poco atractivo 3) Atractivo 4) Muy atractivo
10. ¿Le parece importante la existencia de área verde en el exterior del mercado como conector del espacio público y privado?  
1) Nada importante 2) Poco importante 3) Importante 4) Muy importante

11. ¿Observa la existencia de área verde en el exterior del mercado como conector del espacio público y privado?  
1) Nada 2) Poco 3) Bastante 4) Mucho
12. ¿Con que facilidad identifica el envolvente (muros, columnas, ventanas y puertas), que limitan la espacialidad en el interior del mercado?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
13. ¿Con que facilidad identifica los elementos (veredas, mobiliarios urbanos), que limitan el exterior del mercado?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
14. ¿Con que facilidad percibe los elementos horizontales (techos, voladizos, veredas), en el exterior del mercado?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
15. ¿Con que facilidad percibe los elementos verticales (columnas, escaleras, arborización), en el exterior del mercado?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil

### VALOR SIMBÓLICO

16. ¿Le parece importante la ubicación del mercado en este lugar?  
1) Nada importante 2) Poco importante 3) Importante 4) Muy importante
17. ¿Refleja el diseño arquitectónico del exterior del mercado al uso que se da en el interior del mismo?  
1) Nada 2) Poco 3) Bastante 4) Mucho
18. ¿El diseño del mercado tiene relación con las construcciones del entorno?  
1) Nada 2) Poco 3) Bastante 4) Mucho
19. ¿Identifica fácilmente los elementos atractivos en los techos, puertas, ventanas, muros, como símbolo significativo?  
1) Muy difícil 2) Difícil 3) Fácil 4) Muy fácil
20. ¿Considera esta edificación como parte de la identidad Wanka por sus características de diseño formal y espacial?  
1) Nada 2) Poco 3) Bastante 4) Mucho

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo E. Confiabilidad y validez del instrumento

### UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

#### FACULTAD DE INGENIERÍA

Escuela Profesional de Arquitectura

#### FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

##### 1. DATOS GENERALES

1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Ms. Arq. RICARDO CEBBIAN MAYCO

1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario

1.4. AUTO DEL INSTRUMENTO: Bach. Arias Goñi, Lisseth

Bach. Ramos Gala, Carmen Luz

1.5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "El espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022"

##### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Contenido	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0	0.5	1	1.5	2
1. Internacionalidad	El instrumento responde a los objetivos de la investigación					✓
2. Objetividad	El instrumento esta expresado en comportamientos observables					✓
3. Organización	El orden de los ítems y áreas es adecuado				✓	
4. Claridad	El vocabulario aplicado es adecuado para el grupo de investigación				✓	
5. Suficiencia	El número de ítems propuesto es suficiente para medir la variable				✓	
6. Consistencia	Tiene una base teórica y científica q lo respalda				✓	
7. Coherencia	Entre el objetivo, problema e hipótesis existe relación					✓
8. Aplicabilidad	Los procedimientos para su aplicación y su corrección son adecuados					✓
9. Metodología	Responde a la operacionalización de la variable					✓
10. Pertinencia	Es útil a la investigación					✓

##### 3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

EL INSTRUMENTO ES APLICABLE

##### 4. VALORACIÓN

18 DIECIOCHO

##### 5. OBSERVACIONES

FIRMA (del experto): [Firma] N° de colegiatura: 7469

DNI: 20051888

FECHA: 23-NOVIEMBRE-2022

## UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

## FACULTAD DE INGENIERÍA

## Escuela Profesional de Arquitectura

## FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

## 1. DATOS GENERALES

1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: MALLOU SHICSHI ANIBAL AUGUSTO1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UPCA1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario1.4. AUTO DEL INSTRUMENTO: Bach. Arias Goñi, LissethBach. Ramos Gala, Carmen Luz1.5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "El espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022"

## 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Contenido	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0	0.5	1	1.5	2
1. Internacionalidad	El instrumento responde a los objetivos de la investigación				X	
2. Objetividad	El instrumento esta expresado en comportamientos observables			X		
3. Organización	El orden de los ítems y áreas es adecuado				X	
4. Claridad	El vocabulario aplicado es adecuado para el grupo de investigación				X	
5. Suficiencia	El número de ítems propuesto es suficiente para medir la variable			X		
6. Consistencia *	Tiene una base teórica y científica q lo respalda				X	
7. Coherencia	Entre el objetivo, problema e hipótesis existe relación				X	
8. Aplicabilidad	Los procedimientos para su aplicación y su corrección son adecuados					X
9. Metodología	Responde a la operacionalización de la variable				X	
10. Pertinencia	Es útil a la investigación					X

## 3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

FIRMA ADECUADA, PROCEDE SU APLICACION.

## 4. VALORACIÓN

15 (QUINCE)

## 5. OBSERVACIONES

FIRMA (del experto): N° de colegiatura: CAP 7914DNI: 20047930FECHA: 17/12/2022

## UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

### FACULTAD DE INGENIERÍA

#### Escuela Profesional de Arquitectura

#### FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

##### 1. DATOS GENERALES

1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: DAMIAN PEINADO, YONE VICTOR

1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: UNIVERSIDAD CONTINENTAL

1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario

1.4. AUTO DEL INSTRUMENTO: Bach. Arias Goñi, Lisseth

Bach. Ramos Gala, Carmen Luz

1.5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "El espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022"

##### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Contenido	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0	0.5	1	1.5	2
1. Internacionalidad	El instrumento responde a los objetivos de la investigación					X
2. Objetividad	El instrumento esta expresado en comportamientos observables					X
3. Organización	El orden de los items y áreas es adecuado				X	
4. Claridad	El vocabulario aplicado es adecuado para el grupo de investigación				X	
5. Sufficiencia	El número de items propuesto es suficiente para medir la variable				X	
6. Consistencia	Tiene una base teórica y científica q lo respalda					X
7. Coherencia	Entre el objetivo, problema e hipótesis existe relación					X
8. Aplicabilidad	Los procedimientos para su aplicación y su corrección son adecuados					X
9. Metodología	Responde a la operacionalización de la variable					X
10. Pertinencia	Es útil a la investigación					X

##### 3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

ES APLICABLE

##### 4. VALORACIÓN

##### 5. OBSERVACIONES :

18.5

FIRMA (del experto):  N° de colegiatura: 9561

DNI: 19901452

FECHA: 16/12/22

## UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

### FACULTAD DE INGENIERÍA

Escuela Profesional de Arquitectura

#### FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

##### 1. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Vilcohuaman Sanabria Percutuj  
 1.2. INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Colegio de Arquitectos del Perú  
 1.3. INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Cuestionario  
 1.4. AUTO DEL INSTRUMENTO: Bach. Arias Goñi, Lisseth  
Bach. Ramos Gala, Carmen Luz  
 1.5. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "El espacio intermedio de los equipamientos de comercialización en el área metropolitana de Huancayo -2022"

##### 2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Contenido	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0	0.5	1	1.5	2
1. Internacionalidad	El instrumento responde a los objetivos de la investigación				X	
2. Objetividad	El instrumento esta expresado en comportamientos observables				X	
3. Organización	El orden de los ítems y áreas es adecuado					X
4. Claridad	El vocabulario aplicado es adecuado para el grupo de investigación				X	
5. Suficiencia	El número de ítems propuesto es suficiente para medir la variable					X
6. Consistencia	Tiene una base teórica y científica q lo respalda				X	
7. Coherencia	Entre el objetivo, problema e hipótesis existe relación					X
8. Aplicabilidad	Los procedimientos para su aplicación y su corrección son adecuados				X	
9. Metodología	Responde a la operacionalización de la variable					X
10. Pertinencia	Es útil a la investigación					X

##### 3. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

##### 4. VALORACIÓN

##### 5. OBSERVACIONES

Continuar con el trabajo.

17.5

FIRMA (del experto):

DNI: 20026981

FECHA: 26-11-22



Percy L. Vilcohuaman Sanabria  
ARQUITECTO

N° de colegiatura: 7923

## Anexo F. Data del procesamiento de datos

MERCADO MODELO DE HUANCAYO																				
USUARIOS	Variable de Estudio								ESPACIO INTERMEDIO											
	DIMENSIONES DE ESTUDIO																			
	ESPACIOS DE TRANSICION								ELEMENTOS ESTRUCTURADORES DEL ESPACIO							VALOR SIMBOLICO				
	Conexión espacial	Continuidad espacial		Integración espacial	Permeabilidad visual - espacial		Espacios de permanencia	Actividad social	Composición espacial	Presencia de área verde		Limite interior - exterior		Elementos verticales y horizontales			Contexto urbano	Comunicación visual	Lenguaje arquitectónico	Elemento significativo
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	3	3	2	2	2	2	4	2	1	4	1	1	3	1	2	4	2	1	3	4
2	3	4	3	2	1	1	2	1	2	4	3	1	3	1	2	4	2	1	3	4
3	3	3	2	2	3	3	2	4	1	4	2	4	4	2	2	4	2	1	1	4
4	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
5	2	3	3	2	3	1	2	4	2	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3
6	4	3	4	3	1	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2
7	3	3	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4
8	3	3	3	3	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	1	3	3	3	3	4	2	1	2	1
10	3	3	3	2	2	2	3	4	2	3	1	3	2	2	2	4	2	2	2	3
11	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
12	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3
13	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3
14	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	3	2	2	2	4	2	2	2	4
15	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4
16	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3
17	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2
18	3	3	2	3	2	2	2	3	4	4	2	4	2	2	3	3	2	3	3	3
19	3	4	1	4	4	4	3	3	3	4	1	4	4	4	1	4	4	3	4	4
20	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	2
21	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
22	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	2
23	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
24	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
25	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
26	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
27	4	3	1	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
28	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
29	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
30	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
31	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4
32	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3

33	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
34	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
35	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	2
36	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3
37	2	3	2	1	3	1	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
38	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
39	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	2	3	2
40	2	4	1	3	2	3	1	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	1	2
41	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	3
42	3	3	2	2	3	1	2	3	2	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	2
43	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3
44	2	2	2	3	1	1	3	2	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
45	3	2	2	4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3
46	2	3	2	3	1	2	3	2	2	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2
47	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
48	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
49	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	2	3	2	3
50	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
51	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4
52	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
53	4	3	1	3	2	2	3	3	3	4	2	4	2	2	2	3	3	2	3	2
54	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
55	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
56	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
57	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
58	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
59	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
60	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
61	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
62	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
63	2	3	2	1	3	1	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
64	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
65	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	2
66	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
67	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
68	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
69	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
70	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
71	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
72	4	3	1	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
73	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
74	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
75	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
76	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
77	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
78	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
79	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
80	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2

81	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
82	2	3	3	2	3	1	2	4	2	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3
83	4	3	4	3	1	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2
84	3	3	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4
85	3	3	3	3	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3
86	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	1	3	3	3	3	4	2	1	2	1
87	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3
88	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
89	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
90	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	2
91	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
92	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
93	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
94	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
95	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
96	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
97	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	4	4	2	3	2	3
98	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
99	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	3	2	4
100	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
101	4	3	1	3	2	2	3	3	3	4	2	4	2	2	2	3	3	2	3	2
102	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
103	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
104	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
105	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
106	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
107	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
108	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
109	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
110	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
111	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
112	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
113	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
114	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
115	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
116	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
117	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
118	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
119	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
120	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
121	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
122	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
123	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
124	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	2
125	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
126	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
127	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
128	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3

129	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
130	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
131	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
132	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
133	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
134	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
135	2	3	2	1	3	1	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
136	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
137	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
138	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
139	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
140	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
141	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
142	3	3	2	2	1	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
143	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
144	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
145	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
146	3	3	3	2	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
147	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
148	3	3	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
149	3	3	3	4	2	2	3	4	2	3	1	3	2	2	2	4	2	2	2	3
150	3	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
151	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3
152	3	4	1	4	4	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3
153	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	3	2	2	2	4	2	2	2	4
154	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4
155	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3
156	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2
157	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
158	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
159	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
160	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
161	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
162	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
163	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
164	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
165	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
166	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
167	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
168	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
169	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
170	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
171	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
172	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
173	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
174	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
175	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
176	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4

177	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
178	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	2
179	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3
180	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2
181	3	3	2	3	2	2	2	3	4	4	2	4	2	2	3	3	2	3	3	3
182	3	4	1	4	4	4	3	3	3	4	1	4	4	4	1	4	4	3	4	4
183	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	2	2	2
184	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
185	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	4	2	3	2	2
186	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
187	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
188	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
189	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
190	4	3	1	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
191	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
192	3	3	2	2	3	3	2	4	1	4	2	4	4	2	2	4	2	1	1	4
193	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
194	2	3	3	2	3	1	2	4	2	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3
195	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
196	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
197	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
198	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
199	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4
200	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3
201	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2
202	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
203	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
204	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
205	2	3	3	2	3	1	2	4	2	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3
206	4	3	4	3	1	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2
207	3	3	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4
208	3	3	3	3	1	1	2	1	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3
209	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	1	3	3	3	3	4	2	1	2	1
210	3	3	3	2	2	2	3	4	2	3	1	3	2	2	2	4	2	2	2	3
211	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
212	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3
213	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3
214	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
215	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
216	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
217	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
218	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
219	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
220	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
221	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
222	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
223	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
224	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2

225	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
226	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
227	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
228	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	1	3	3	3	3	4	2	1	2	1
229	3	3	3	2	2	2	3	4	2	3	1	3	2	2	2	4	2	2	2	3
230	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
231	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3
232	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3
233	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
234	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
235	3	3	2	2	3	3	2	4	1	4	2	4	4	2	2	4	2	1	1	4
236	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
237	2	3	3	2	3	1	2	4	2	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3
238	2	3	2	1	3	1	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
239	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
240	3	3	2	2	1	1	1	1	2	4	1	3	3	3	3	4	2	1	2	1
241	3	3	3	2	2	2	3	4	2	3	1	3	2	2	2	4	2	2	2	3
242	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3
243	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	4	3	2	2	3
244	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3
245	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	3	2	2	2	4	2	2	2	4
246	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4
247	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3
248	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2
249	3	3	2	3	2	2	2	3	4	4	2	4	2	2	3	3	2	3	3	3
250	3	4	1	4	4	4	3	3	3	4	1	4	4	4	1	4	4	3	4	4
251	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
252	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
253	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
254	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	1	4	4	2	3	2	3
255	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	1	2	4	2	3	2	3
256	4	2	4	3	3	1	4	3	2	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4
257	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
258	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
259	3	2	1	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3
260	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
261	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
262	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
263	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
264	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
265	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
266	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
267	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
268	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	2	3	2	4	3	4	3	3	3	4
269	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
270	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	2
271	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2

272	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
273	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
274	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
275	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4
276	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	2	3
277	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	1	2
278	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
279	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
280	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
281	3	4	2	2	1	3	1	2	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
282	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2
283	3	3	2	2	3	3	2	4	1	4	2	4	4	2	2	4	2	1	1	4
284	4	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4
285	2	3	3	2	3	1	2	4	2	4	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3
286	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
287	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
288	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
289	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
290	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
291	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4
292	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
293	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2
294	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
295	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2
296	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3
297	2	3	2	1	3	1	4	3	4	2	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4
298	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3
299	3	2	3	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	2
300	3	3	4	2	2	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3
301	4	3	1	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2
302	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
303	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2
304	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3
305	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
306	3	3	2	2	2	2	2	1	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	2

MERCADO MODELO DE EL TAMBO																														
USUARIOS	Variable de Estudio								ESPACIO INTERMEDIO																					
	DIMENSIONES DE ESTUDIO																													
	ESPACIOS DE TRANSICION								ELEMENTOS ESTRUCTURADORES DEL ESPACIO								VALOR SIMBOLICO													
	Conexión espacial		Continuidad espacial		Integración espacial		Permeabilidad visual - espacial		Espacios de permanencia		Actividad social		Composición espacial		Presencia de área verde		Limite interior - exterior		Elementos verticales y horizontales		Contexto urbano		Comunicación visual		Lenguaje arquitectónico		Elemento significativo		Identidad de lugar	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20										
1	4	2	2	2	1	1	1	1	1	4	1	2	3	2	1	3	1	1	1	2										
2	4	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	3	4	3	2	3	2										
3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	1	4	4	3	3	4	3	3	2	3										
4	3	4	2	3	1	1	2	2	2	4	1	4	3	2	2	3	2	1	3	2										
5	3	3	4	3	1	1	3	3	3	4	1	3	3	3	1	4	3	2	2	1										
6	3	3	2	3	1	1	3	3	1	4	1	3	4	3	3	3	3	2	2	4										
7	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	1	3	4	1	1	4	3	1	1	1										
8	1	3	2	3	2	2	3	3	1	4	1	2	2	2	3	3	2	1	1	2										
9	3	3	2	2	1	2	4	4	2	4	1	2	3	2	2	3	4	1	1	1										
10	2	3	4	3	1	1	1	4	1	4	1	3	3	3	3	3	1	3	2	2										
11	3	3	2	1	2	1	2	2	1	4	1	3	3	1	1	3	2	1	1	1										
12	3	3	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	1	2	2	3	1	1	1	2										
13	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1										
14	3	2	3	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2										
15	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2										
16	3	2	2	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	3	2	1	2	1										
17	3	2	2	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1										
18	3	3	2	1	1	1	2	3	1	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1										
19	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3										
20	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	1	1										
21	3	3	3	2	2	2	3	2	1	4	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2										
22	2	3	2	1	2	1	2	1	1	3	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1										
23	3	3	3	2	1	2	3	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	1	2	4										
24	3	2	1	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3										
25	3	3	2	1	2	1	2	2	1	4	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2										
26	3	3	2	2	1	1	2	3	1	4	1	3	3	1	1	3	2	1	2	1										
27	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	1	2	2	3	1	1	1	1										
28	3	3	2	1	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1										

29	3	2	2	2	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3
30	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	1	1
31	3	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2
32	3	3	2	3	1	1	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
33	3	3	3	3	3	2	2	3	1	4	1	3	2	1	1	3	2	1	2	4
34	1	3	2	3	2	2	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3
35	3	3	2	2	1	2	4	4	1	3	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2
36	3	3	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2
37	3	2	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1
38	3	2	3	2	1	1	2	3	1	4	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1
39	2	2	3	2	2	2	2	3	1	4	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1
40	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	2	1	2	2	3	3	2	3	3
41	3	2	2	1	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	1	1
42	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	3	2	1	3	2
43	3	3	2	1	2	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	1
44	3	3	2	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	3	2	2	4
45	3	2	2	2	1	1	2	3	1	4	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
46	3	3	2	3	1	1	3	3	1	3	1	1	2	2	1	3	2	1	2	1
47	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	2	3	1	2	3	1	1	1	1
48	3	2	2	1	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	4	1	1	1	1
49	3	3	2	1	2	1	2	2	1	4	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2
50	3	3	2	2	1	1	2	3	1	4	1	3	3	1	1	3	2	1	2	1
51	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	1	2	2	3	1	1	1	1
52	3	2	3	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1
53	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3
54	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	1	1
55	3	3	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	4
56	3	4	2	3	1	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	3	2	1	3	2
57	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	1	3	3	3	1	3	3	2	2	1
58	3	3	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
59	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	2	1
60	3	2	3	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
61	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
62	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	3	2	1	1	3	2	2	2	2
63	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
64	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1
65	3	2	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3
66	3	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	3	2	1	1	1
67	3	3	2	3	1	1	3	3	1	4	1	1	1	1	1	4	2	1	2	2
68	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1
69	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	4
70	3	3	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3
71	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2

72	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1
73	3	3	4	3	1	1	3	3	1	2	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1
74	3	3	2	3	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1
75	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2
76	1	3	2	3	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
77	3	3	2	2	1	2	4	4	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
78	3	2	3	2	1	1	2	3	3	4	1	3	3	3	1	3	2	1	2	1
79	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
80	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1
81	3	3	2	1	2	1	2	2	1	4	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3
82	3	4	2	3	1	1	2	2	1	3	1	1	2	2	1	3	2	1	1	1
83	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	1	2	3	1	2	4	2	1	2	2
84	3	3	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
85	3	2	3	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
86	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
87	3	2	2	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	3	3	2	3	3
88	3	2	2	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1
89	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	2	1	1	2	3	2	2	4
90	3	3	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	3	2
91	3	3	2	2	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	3	3	2	2	1
92	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2
93	3	3	2	3	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	2	4	2	1	2	2
94	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1
95	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1
96	3	2	3	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
97	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
98	3	2	2	1	1	1	2	3	3	4	1	3	3	3	1	2	1	1	1	1
99	3	2	2	1	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
100	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	1	3	2	2	2	3	3	2	3	3
101	3	3	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1
102	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2
103	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1
104	3	3	2	3	1	1	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
105	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
106	3	2	2	1	1	1	2	3	2	4	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1
107	3	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	1	3	1	2	1	1
108	3	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1
109	3	3	2	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2
110	3	2	2	2	1	1	2	3	1	3	1	2	2	1	1	3	3	2	3	3
111	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1
112	3	2	2	2	2	2	3	3	1	3	1	3	2	1	1	4	2	1	2	2
113	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
114	2	3	4	3	1	1	3	3	2	4	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1

115	3	3	2	3	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
116	3	2	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1
117	3	3	2	1	1	1	2	3	2	3	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1
118	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	3	3	3	1	3	1	1	1	1
119	3	3	2	1	1	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3
120	3	3	4	3	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	2	3	2	1	1	1
121	3	3	2	3	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2
122	3	3	2	1	2	1	2	2	1	4	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3
123	3	2	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
124	3	3	2	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	1	4	2	1	2	2
125	3	3	4	3	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	2	1	2	1
126	3	3	2	3	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1
127	3	3	3	3	3	2	2	3	1	4	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1
128	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1
129	2	3	2	2	1	2	4	4	2	3	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1
130	3	3	4	3	1	1	3	3	1	4	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1
131	3	3	2	3	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1
132	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	3	2	2	2	3	3	2	3	3
133	1	3	2	3	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1
134	3	3	2	2	1	2	3	4	1	3	1	3	2	2	2	3	1	1	2	3
135	3	3	2	2	1	1	2	3	1	4	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
136	1	3	2	2	1	1	2	3	4	3	3	3	3	1	2	3	2	1	2	1
137	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3
138	3	3	2	1	1	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
139	3	3	4	3	1	1	3	3	3	4	2	2	2	2	3	4	2	1	2	2
140	3	3	2	3	1	1	3	3	2	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2
141	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	1	3	1	2	2
142	1	3	2	3	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2
143	3	2	2	1	1	1	2	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	1	2	3
144	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	1	3	3	3	1	3	4	1	3	3
145	4	3	2	1	1	1	2	2	2	4	1	2	2	2	2	3	2	1	2	1
146	3	3	2	1	1	1	2	3	2	3	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1
147	3	3	2	1	2	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1
148	3	3	2	2	1	1	2	3	4	3	3	2	1	1	3	2	2	2	1	1
149	2	2	2	2	1	1	2	3	3	4	2	2	2	3	4	2	2	2	3	3
150	3	3	2	3	1	1	3	3	4	4	2	3	2	2	3	2	1	2	1	1
151	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2
152	3	2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	2	2	1
153	3	2	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	4	2	1	1
154	3	3	2	1	1	1	2	3	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1
155	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	3	3	3	1	3	3	1	1	3
156	3	2	2	2	1	1	2	3	1	4	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
157	3	2	3	2	1	1	2	3	4	3	3	3	3	1	2	4	2	1	2	2

158	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1
159	3	2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	1	1	1
160	1	3	2	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1
161	3	2	2	1	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
162	3	2	2	1	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3
163	4	3	2	1	1	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2
164	4	2	2	2	1	1	1	1	2	3	1	2	3	2	2	3	2	1	2	1
165	4	3	2	1	1	1	2	2	3	4	1	3	3	3	1	3	3	2	2	3
166	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
167	3	3	2	3	1	1	3	3	3	3	1	3	3	3	1	4	2	1	2	2
168	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2
169	1	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	1	2	1	3	1	2	2
170	3	3	2	2	1	2	4	4	3	4	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3
171	3	2	3	2	1	1	2	3	3	4	3	2	2	2	3	1	3	3	2	2
172	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	1	2	2	2	2	1	3	2	2	1
173	3	3	2	1	1	1	2	3	1	3	1	3	2	2	2	2	4	2	1	1
174	3	3	2	1	2	1	2	2	1	3	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1
175	3	3	2	2	1	1	2	3	4	4	3	3	3	1	2	3	3	1	1	3
176	3	3	2	1	1	2	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2
177	2	3	4	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	1	2	2
178	3	3	2	3	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2
179	3	2	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	1	3	1	2	2
180	3	3	2	1	1	1	2	3	1	3	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2
181	3	3	2	3	1	1	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1
182	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
183	1	3	2	3	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1
184	2	2	4	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
185	2	3	4	3	1	3	3	3	2	3	1	2	3	2	2	1	3	3	2	2
186	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	1	3	3	3	1	1	3	2	2	1
187	4	3	2	1	1	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	2	1
188	3	3	2	1	1	1	2	3	2	4	1	2	2	2	2	2	4	2	1	1
189	3	3	2	1	2	1	2	2	2	4	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1
190	3	3	2	2	1	1	2	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	3
191	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	1	3	2
192	3	3	2	3	1	1	3	3	2	3	1	2	3	2	2	3	2	1	2	1
193	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2
194	3	2	2	1	1	1	2	3	2	4	1	2	2	2	2	1	3	2	2	1
195	2	3	4	3	1	1	3	3	2	3	1	2	3	2	2	2	4	2	1	1

Anexo G. Fotografía de la aplicación del instrumento

MERCADO MODELO DE HUANCAYO	MERCADO MODELO DE EL TAMBO
	
 <p data-bbox="229 1424 775 1496">ENCUESTA EN EL ESPACIO INTERMEDIO DEL MERCADO</p>	 <p data-bbox="849 1424 1394 1496">ENCUESTA EN EL ESPACIO INTERMEDIO DEL MERCADO</p>
	

## **Anexo H. Proyecto**

### **1. PROYECTO**

#### **1.1. Introducción**

El equipamiento de comercialización, en la actualidad, es considerado como aquella infraestructura que alberga a usuarios como compradores y comerciantes, donde se genera un intercambio comercial; este acto es fundamental en el comercio y tiene un impacto importante en el mercado de bienes, servicios y la propiedad intelectual.

El mercado modelo de El Tambo, es considerada un comercio minorista zonal, que diariamente reciben a usuarios de todo nivel socio económico, sin ninguna distinción de condiciones y clases sociales, donde los proveedores hacen llegar los productos a los comerciantes, donde ellos finalmente distribuyen a usuarios finales; sin embargo, los espacios exteriores que se observan en el mercado no son las adecuadas, por lo que existe deficiencia en la existencia de espacios intermedios, en relación a la infraestructura.

En esta parte de la investigación se presentará un proyecto arquitectónico de regeneración a nivel espacial y formal, el cual responde la aplicación de las teorías de los espacios intermedios que componen un equipamiento de comercialización y a su vez responder las situaciones sociales que ocurren dentro de un espacio con mayor utilidad, firmeza y belleza.

#### **1.2. Planteamiento del problema**

Cuando nos referimos a espacios intermedios, hablamos de aquellos espacios que sirven como conector entre espacio público y la infraestructura. Los equipamientos de comercialización no se articulan adecuadamente, no generan un espacio vital para las actividades sociales y comerciales cotidianas que el usuario suele realizar, mayormente

sucedan en los mercados, las cuales no se muestra énfasis e interés en la creación o adaptación de espacios intermedios.

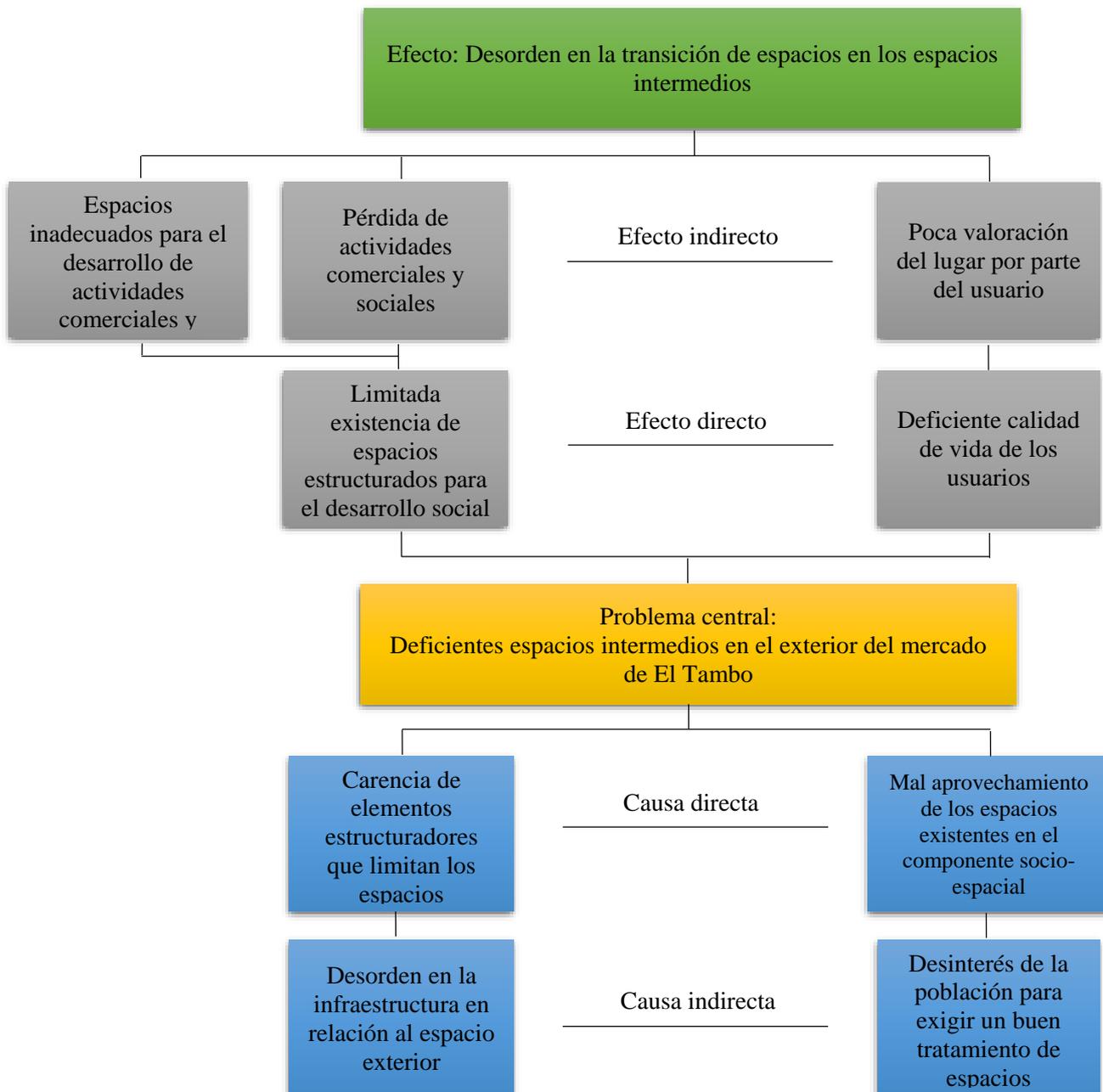
En el área metropolitana de la ciudad de Huancayo, existen mercados donde la población está completamente vinculada ya que son populares y mantienen la conexión de la infraestructura con la espacialidad y su relación en la sociedad, por las actividades que se realizan diariamente, a su vez generan el intercambio comercial y social entre los usuarios como comerciantes y compradores dentro de un espacio tanto al interior como en el exterior del mercado

En la actualidad el mercado modelo de El Tambo se identifica por ser un equipamiento de gran valor por su aspecto comercial, sin embargo, tiene deficiencias en cuanto a sus espacios intermedios, por lo que se busca plantear una alternativa de regeneración de los espacios de transición, elementos estructurales del espacio y su valor simbólico

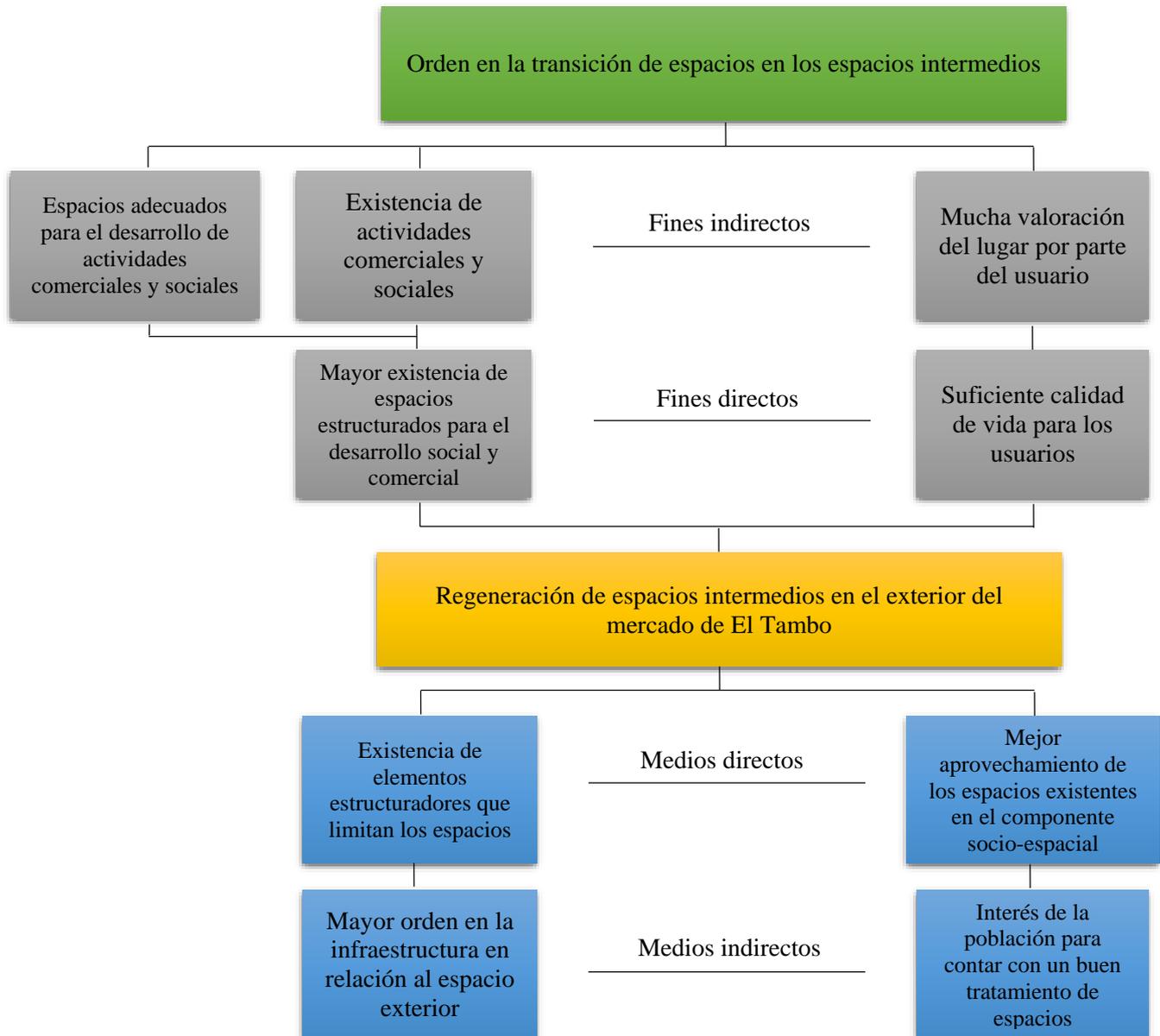
El usuario tiene la necesidad de transitar cómodamente por los espacios intermedios que son indispensables en el desarrollo social y comercial, no olvidemos que un espacio bien estructurado puede cambiar la imagen y percepción hacia la sociedad.

Los espacios intermedios de transición que aparecen dentro de un equipamiento, presentan oportunidades para crear espacios vitales, atractivos y útiles en la problemática que hoy en día aqueja a la participación ciudadana.

### 1.2.1. Árbol de causa y efecto



### 1.2.2. Árbol de medios y fines



### 1.3. Análisis de población

La población del distrito de El Tambo, de acuerdo al Censo Nacional 2007: XI Población y VI Vivienda, esta agrupado por áreas urbanas y rurales considerados como centros poblados, cual se encuentra en “Sistema de Consulta de Datos de Centros Poblados (CCPP) y Población Dispersa, Departamento de JUNIN”, cual se muestra en el presente cuadro.

<b>Cuadro Nro. 05</b> <b>Población del Distrito de El Tambo por Centros Poblados</b>			
<b>N°</b>	<b>Anexo</b>	<b>Número de habitantes</b>	<b>Área</b>
1	Ancalayo	276	rural
2	Aza	795	rural
3	Cochas Chico	1667	rural
4	Cochas Grande	573	rural
5	Cullpa Alta	1152	rural
6	Cullpa Baja	777	rural
7	Hualahoyo	766	rural
8	Cantuta	307	rural
9	Paccha	805	rural
10	Urpaycancha	153	rural
11	Población Dispersa	196	rural
12	<b>CCPP El Tambo</b>	<b>139380</b>	<b>urbano</b>
<b>Total</b>		<b>146847</b>	

Fuente: INEI Censos Nacionales 2007 IX de Población y VI de vivienda

#### 1.3.1. Densidad poblacional

La densidad poblacional del distrito de El Tambo es de 1996.3 Hab./Km<sup>2</sup> .

#### 1.3.2. Población urbana y rural

Tomando de referencia el IX Censo de Población y VI de Vivienda realizado por el INEI el 2007, el distrito de El Tambo cuenta con 146,847 habitantes, distribuidas con 139,380 habitantes en la zona urbana y 7,467 habitantes de la zona rural.

<b>Cuadro Nro.02</b> <b>Población Urbana y Rural del Distrito de El Tambo</b>		
<b>Zona</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Urbano</b>	139,380	94.92%
<b>Rural</b>	7,467	5.08%
<b>Total</b>	146,847	100.00%

Fuente: INEI Censos Nacionales 2007 IX de Población y VI de Vivienda

### 1.3.3. Población por grupos de edad y sexo

En el cuadro Nro. 04 y Gráfico Nro. 04 se observa que el distrito de El Tambo cuenta con un alto porcentaje de población joven, entre las edades de 0-34 años se concentra al 64.78% de la población, mientras que entre las edades de 35-99 años se encuentran el 35.22%..

La relevancia de los jóvenes, dentro del contexto distrital, deriva no solamente de su importancia numérica y del peso relativo que tienen, sino también de sus necesidades, demandas, problemáticas y potencialidades particulares y de su participación en las diferentes esferas de la vida económica, política y social del distrito.

Cuadro Nro. 04 Población del Distrito de El Tambo por rango de Edades y Sexo			
RANGO DE EDADES	HOMBRE	MUJER	TOTAL
De 0 a 4 años	6593	6281	12874
De 5 a 9 años	6796	6328	13124
De 10 a 14 años	7536	7218	14754
De 15 a 19 años	7606	7929	15535
De 20 a 24 años	7234	7706	14940
De 25 a 29 años	5779	6848	12627
De 30 a 34 años	5145	6130	11275
De 35 a 39 años	4278	5490	9768
De 40 a 44 años	3889	4947	8836
De 45 a 49 años	3263	4265	7528
De 50 a 54 años	2918	3755	6673
De 55 a 59 años	2398	2885	5283
De 60 a 64 años	2047	2226	4273
De 65 a 69 años	1715	1671	3386
De 70 a 74 años	1116	1222	2338
De 75 a 79 años	831	871	1702
De 80 a 84 años	493	566	1059
De 85 a 89 años	263	329	592
De 90 a 94 años	73	111	184
De 95 a 99 años	35	61	96
<b>Total</b>	<b>70,008</b>	<b>76,839</b>	<b>146,847</b>

Fuente: INEI Censos Nacionales 2007 IX de Población y VI de vivienda

### 1.3.4. Población por aforo

La población por aforo responde a la capacidad de la infraestructura. El mercado modelo de El Tambo, cuenta con 2925 m<sup>2</sup>, donde la capacidad permitida según el aforo es de 400 usuarios.



## 1.4. Análisis del usuario

### 1.4.1. Descripción general del usuario

El usuario principal identificado, son los compradores y comerciantes, en general, aquellos que concurren al equipamiento una o más veces por semana, donde encontramos usuarios de todas las clases sociales, géneros, edades y grupos étnicos. La infraestructura busca la asistencia de todo tipo de usuarios, sin discriminación, ya que son ellos quienes cumplen un rol importante en el equipamiento y el espacio intermedio, dentro y fuera del mercado.

El usuario es aquel que utiliza algún servicio (para poder satisfacer sus necesidades primarias por la que tienen que pagar un precio o intercambio económico para adquirir un bien o un producto.

### 1.4.2. Tipos de usuario

TIPO DE USUARIO SEGÚN ESTADÍA	
PERMANENTE	VISITANTE
Comerciante	Compradores
Personal administrativo	Proveedores
Personal de limpieza y mantenimiento	Turistas

Para el presente proyecto arquitectónico se tomaron en cuenta como usuarios: comerciantes, personal administrativo, personal de limpieza y mantenimiento, compradores, proveedores y turistas.

#### **1.4.2.1. Permanente**

Los usuarios permanentes que están en un mercado, se definen en tres tipos: comerciante, personal administrativo y personal de limpieza y mantenimiento. Estos tres usuarios pertenecen al tipo de usuario permanente el cual cumple un tiempo de estadía aproximado de 10 horas diarias.

- **Comerciante**

Un comerciante es aquella persona que se especializa en comprar y vender diversos bienes. Se encuentran entre los principales usuarios del mercado y de las personas que habitan en él, por lo que es importante considerar plantear espacios atractivos y de mayor comodidad, para el buen desarrollo laboral en sus espacios de trabajo.

Esquema 1: Recorrido del comerciante



- Personal administrativo

El personal administrativo se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar el buen funcionamiento del mercado. Se puede ubicar en este grupo: el administrador, los sindicatos, la secretaria, etc.

Esquema 2: Recorrido del personal administrativo



- Personal de limpieza y mantenimiento

Este personal es responsable de la limpieza y mantenimiento de la edificación, manteniendo un ambiente limpio e higiénico. La labor que realiza este personal se da a lo largo del día, por eso es conveniente abastecerlos de espacios óptimos.

Esquema 3: Recorrido del personal de limpieza y mantenimiento



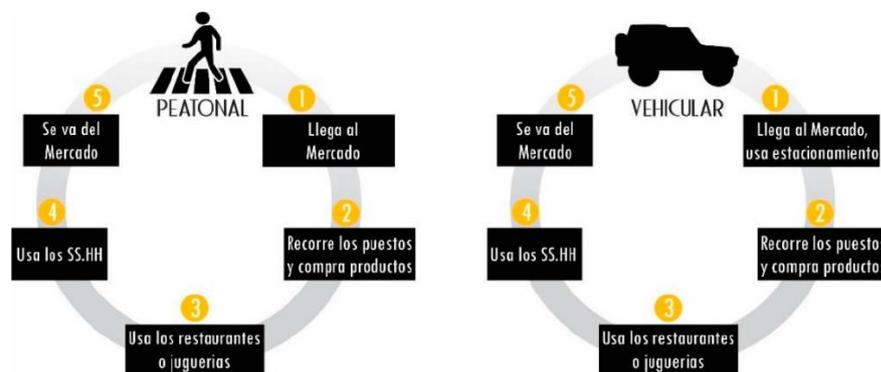
#### 1.4.2.2. Visitante

Los usuarios visitantes de un mercado, se dividen en tres tipos: comprador, proveedor y turista. Los tres usuarios pertenecen al tipo de usuario visitante el cual va al mercado en un tiempo determinado, generalmente muy corto.

##### • Comprador

Es aquel usuario que realiza compras de primera necesidad en el mercado, el cual va una o más veces por semana. Se considera público en general, hombres o mujeres

Esquema 4: Recorrido del comprador



##### • Proveedor

El proveedor es el que abastece productos al comerciante, el cual posteriormente éste ofrece al cliente. Éste usuario va ciertos días a la semana, según la demanda de los productos que brinda el comerciante.

Esquema 5: Recorrido del proveedor



- Turista

Este usuario, es aquel que visita el mercado, solo para actividades específicas, como degustar alimentos, comprar artesanía, etc. Por lo general concurren pocas veces a la semana.

## 1.5. Marco Normativo

### MARCO NORMATIVO

#### REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES

#### NORMA A.070 – COMERCIO

#### CAP I – ASPECTOS GENERALES

En el art. 1 nos define la edificación comercial, el tipo de actividad que se da, cuyo fin es el comercio de bienes y servicios.

#### LOCALES COMERCIALES AGRUPADOS.

- **MERCADO MINORISTA.** - Establecimiento el que comerciantes distribuidos en puestos venden a usuarios finales y en pequeñas cantidades productos agropecuarios, productos hidrobiológicos, abarrotes, productos de limpieza personales y del hogar y se prestan algunos servicios para el hogar (electricidad, reparación de artefactos, vidriera, ebanistería, sastrería, renovadora de calzado, entre otros).

CLASIFICACION	AFORO
Mercado mayorista	5.0 m2 por persona
Mercado minorista	2.0 m2 por persona
Galería comercial	2.0 m2 por persona
Galería ferial	2.0 m2 por persona

## CAP II – CONDICIONES DE HABITABILIDAD Y FUNCIONALIDAD.

- **Art.4.-** Los mercados minoristas y mayoristas deberán de contar con un estudio vial que pueda resolver el acceso y la salida de los automóviles sin perjudicar el funcionamiento de las vías por donde se accede.
- **Art.5.-** Los mercados deben contar con una iluminación artificial y natural debido a que algunos productos no tienen que tener una iluminación directa con los rayos solares.
  - 5.1. aislamiento acústico.
  - 5.2. aislamiento termino
- **Art.6.-** La ventilación natural se puede dar mediante la creación de patios o áreas abiertas.
- **Art.7.-** Los mercados deberán contar con sistema de detención y extinción de incendios y detención, así como condiciones de seguridad de acuerdo con lo establecido en la Norma Técnica A-30.
- **Art. 8.-** El número de personas de una edificación comercial (AFORO) determinara de acuerdo a la siguiente tabla en base al AREA DE VENTA DE C. establecido.
- **Art.9.-** También nos indican la altura mínima para un cielo raso debe ser de 3.00 m.

### CAP III – CARACTERISTICAS DE LOS COMPONENTES.

- **Art.10.-** Dan condicionantes de diseño a considerar, en edificaciones comerciales nos habla de contar con un ingreso para personas discapacitadas a partir de 1000 m<sup>2</sup>.
- **Art.11.-** Las dimensiones de los vanos para la instalación de puerta de acceso, comunicación y salida deberán calcularse según el uso de los ambientes a los que se dan acceso y el tipo de usuario.

a) La altura mínima será de 2.10 m.

b) Los anchos mínimos de los vanos en que se instalen puertas es:

Ingreso principal	1.00 m
Dependencias interiores	0.90 m
Servicios higiénicos	0.80 m
Servicios higiénicos para discapacitados	0.90 m.

- **Art.12.-** cualquier puerta que provea hacia la azotea, debe disponer de mecanismo de abertura a presión, en el sentido de la evacuación.
- **Art.13.-** El ancho de los pasajes de circulación de público depende de la longitud del pasaje desde a la salida más cercana, el número de personas en la edificación y la profundidad de las tiendas o puestos los que accede el pasaje; el ancho mínimo de los pasajes es de 2.40 m, los pasajes principales deben tener un ancho mínimo de 3.00 m.
- **Art.14.-** el material de acabado de los pisos exteriores debe ser antideslizante.  
Los pisos en mercados, son de material impermeable, antideslizante y liso con una pendiente de 1.5 % hacia las canaletas.
- **Art.15.-** los locales comerciales tiene un área mínima de 6.00 m<sup>2</sup>, sin incluir depósitos, sin incluir depósitos ni servicios higiénicos, con un frente mínimo de 2.40 m.
- **Art.16.-** Los niveles subsiguientes deberán tener escaleras adicionalmente rampas que lo estable la norma A.10 que ayuden a la circulación de los siguientes niveles.

- **Art.17.-** los puestos de comercialización se construirán de material no inflamable. Los diseños de las instalaciones serán apropiados para la exhibición y la comercialización de alimentos en forma inocua, considera una zona de depósito para almacenar mercadería ligera; requiere instalaciones eléctricas y sanitarias en caso que lo exija la actividad comercial a desarrollar.

Carnes, pescado y productos perecibles	6 m <sup>2</sup>
Abarrotes, mercería y cocina	8 m <sup>2</sup>
Otros productos	6 m <sup>2</sup>

- **Art.23.-** Las edificaciones para mercados y galería feriales estarán provistas de servicios sanitarios para empleados, considerando 10 m2 por persona, según lo que se establece a continuación:

Número de Empleados	Hombres	Mujeres
De 1 a 5 empleados	1L, 1u, 1l	
De 6 a 20 empleados	1L, 1u, 1l	1L, 1l
De 21 a 60 empleados	2L, 2u, 2l	2L, 2l
De 61 a 150 empleados	3L, 3u, 3l	3L, 3l
Por cada 100 empleados adicionales	1L, 1u, 1l	1L, 1l

Adicionalmente a los servicios sanitarios para los empleados se proveerán servicios sanitarios para el público en base del número de ocupantes según el artículo 8 de esta norma, conforme a lo siguiente:

Número de Personas	Hombres	Mujeres
De 1 a 100 personas (público)	1L, 1u, 1l	1L, 1l
De 101 a 250 personas (público)	2L, 2u, 2l	2L, 2l
Por cada 250 personas adicionales	1L, 1u, 1l	1L, 1l

- **Art.24.-** Los estacionamientos están determinados de la siguiente manera:

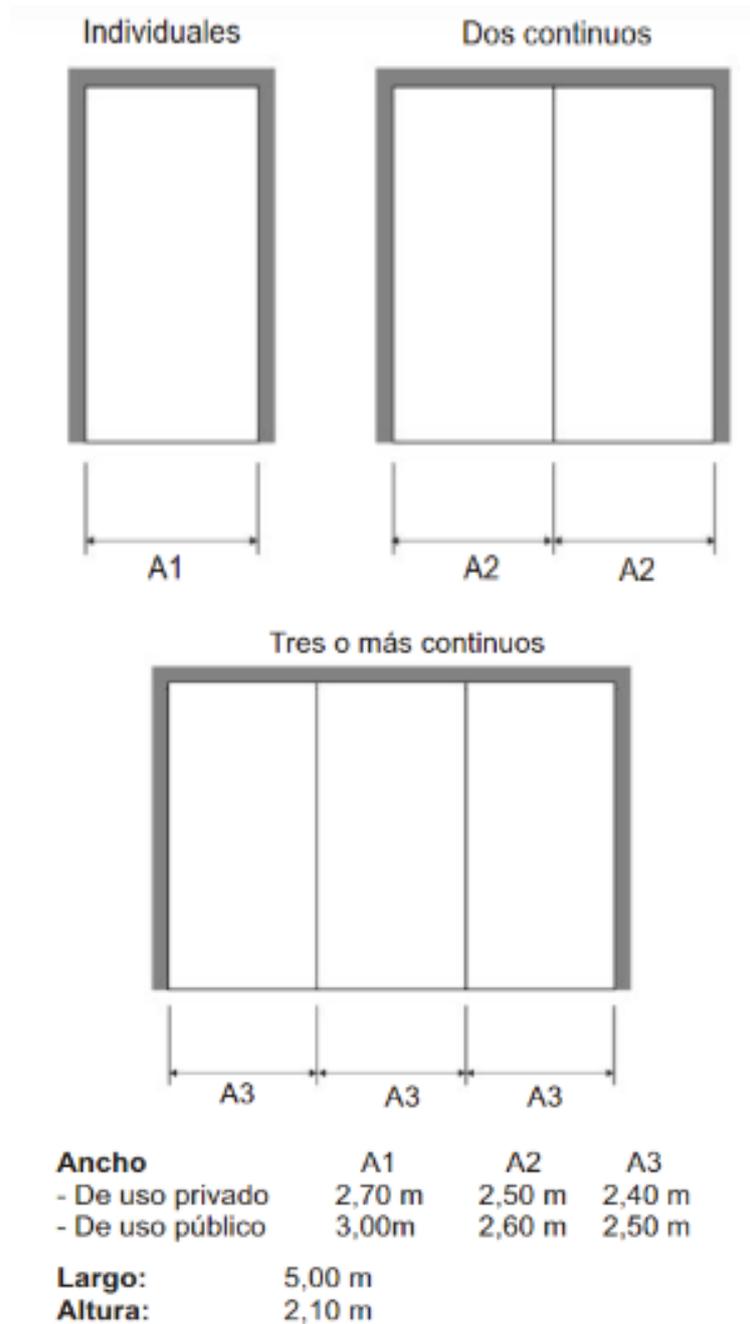
	Para el personal	Para el publico
Tienda independiente	1 est.Cada 6 pers.	1 est.Cada 10pers.
Tienda por departamentos	1 est.Cada 5 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Centro Comercial	1 est.Cada 5 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Complejo comercial	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Locales de asientos fijos	1 est.Cada 15 asientos	
Mercados Mayoristas	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Supermercados	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.
Mercados minoristas	1 est.Cada 20 pers.	1 est.Cada 20 pers.
Restaurantes	1 est.Cada 10 pers.	1 est.Cada 10 pers.

GRAFICO 01 Numero de estacionamiento por persona  
Fuente: Reglamento Nacional de edificaciones

Para los vehículos que son conducidos por personas con discapacidad, deberá tener una dimensión mínima de 3.80 de ancho por 5.0 m de profundidad, 1 cada 50 estacionamientos requeridos.

- **Art.26.-** Los supermercados y mercados minoristas deben considerar áreas para el depósito de su mercancía que tendrá una dimensión como mínima el 25 % de la zona de venta, exposición de productos y áreas de circulación al público.
- **Art.31.-** En las edificaciones comerciales donde se haya establecido ingresos diferenciados para persona y para mercadería, la entrega y recepción de esta, deberá efectuarse dentro del lote para lo cual deberá existir un patio de maniobras para vehículos de carga acorde con las demandas de recepción de mercadería.

De 1 a 500 m <sup>2</sup> de área techada	1 estacionamiento
De 501 a 1,500 m <sup>2</sup> de área techada	2 estacionamientos
De 1,500 a 3,000 m <sup>2</sup> de área techada	3 estacionamientos
Más de 3,000 m <sup>2</sup> de área techada	4 estacionamientos



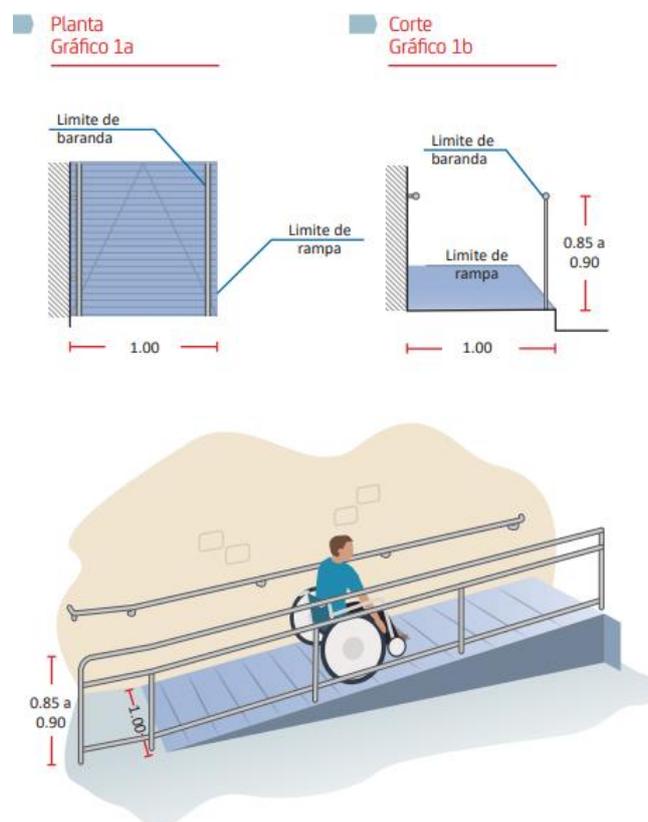
### NORMA A.120

#### CONDICIONES GENERALES DE ACCESIBILIDAD Y FUNCIONALIDAD

Artículo 6.- Características de diseño en rampas y escaleras

Las rampas deben cumplir con lo siguiente:

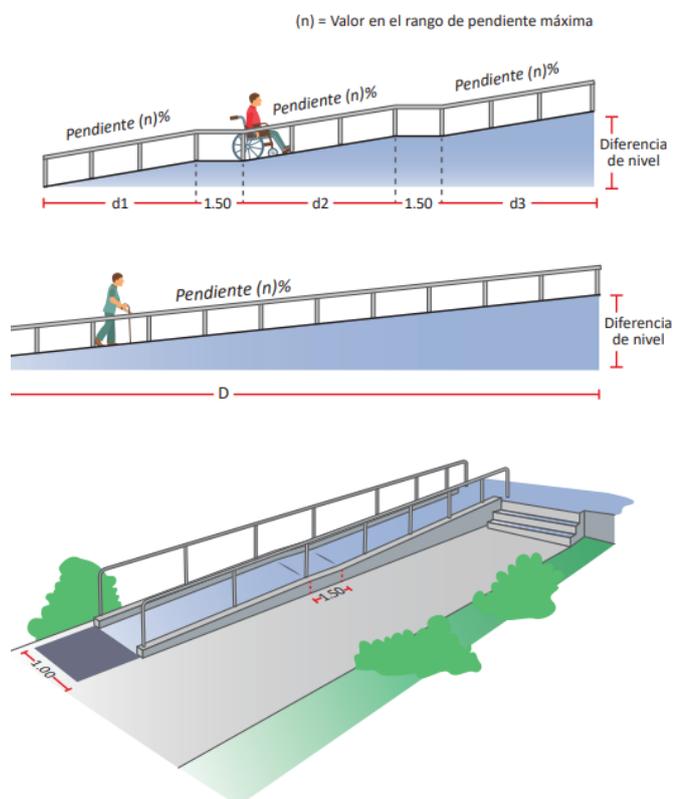
- a) El ancho mínimo de una rampa debe ser de 1.00 m., incluyendo pasamanos y/o barandas, medido entre las caras internas de los paramentos que la limitan, o la sección de la rampa en ausencia de paramentos. Las rampas de longitud mayor de 3.00 m. deben contar con parapetos o barandas en los lados libres, y pasamanos en los lados confinados. Los pasamanos y/o barandas deben ocupar como máximo el 15% del ancho de la rampa



- b) La rampa, según la diferencia de nivel debe cumplir con la pendiente máxima, de acuerdo al siguiente cuadro:

Diferencias de nivel	Pendiente máxima
Hasta 0.25 m.	12%
De 0.26 m. hasta 0.75 m.	10%
De 0.76 m. hasta 1.20 m.	8%
De 1.21 m. hasta 1.80 m.	6%
De 1.81 m. hasta 2.00 m.	4%
De 2.01 m. a más	2%

Para reducir la longitud de la rampa, en relación a la diferencia de nivel, se pueden desarrollar tramos consecutivos intercalados con descansos de longitud mínima de 1.50 m.; pudiendo aplicar, según corresponda, la pendiente máxima entre la diferencia de nivel en cada tramo.



# 1.6. Análisis de referente

## PRESENTACIÓN

<b>Arquitecto</b>	Arqs. Enric Miralles, Benedetta Tagliabue
<b>Ubicación</b>	Av. de Francesc Cambó, 16, 08003 Barcelona, España
<b>Área del terreno</b>	9.000 m <sup>2</sup>
<b>Jefe de Proyecto</b>	Igor Peraza
<b>Altura</b>	6 m de altura
<b>Ciente</b>	IMMB, Foment de Ciutat Vella
<b>Tipo de edificio</b>	Aislado
<b>Superficie total:</b>	3.000 m <sup>2</sup>
<b>Superficie comercial:</b>	2.176 m <sup>2</sup>
<b>Ingeniería estructural</b>	Robert Brufau
<b>Colaboradores</b>	José María Velasco, Miquel Llorens
<b>Constructora</b>	COMSA, S.A.
<b>Año Construcción.</b>	2003 – 2004
<b>Instalaciones eléctricas (corriente pesada)</b>	PGI
<b>Remodelaciones</b>	el hallazgo de los restos arqueológicos del antiguo convento retrasaron la fecha de apertura del 2001 al 2005

**Enric Miralles Benedetta Tagliabue, Associated Architects.**

COMSA Corporación constituye el primer grupo español no cotizado en el sector de las infraestructuras y la ingeniería. Con más de un siglo de experiencia, COMSA Corporación centra su actividad en las áreas de Infraestructuras e Ingeniería industrial, Servicios y Tecnología y Concesiones y Energías Renovables. COMSA Corporación, que se sitúa como séptima empresa española del sector, suma una facturación de 1.080 millones de euros y gestiona una plantilla superior a las 7.700 personas. Estas son sus principales obras:



## DATOS GENERALES



La Ciudad Vella, a diferencia de otros sectores de Barcelona, es una ciudad propia. Este lugar dentro de la ciudad parece ser la característica primordial de los centros históricos de la ciudad a partir de ese punto, todo se complica. La planificación es incapaz de componer la complejidad de la posición en la que se encuentre. Y la planificación, en exploración de resultados a un corto plazo, ha condicionado insoportablemente las reglas establecidas del juego. La expectativa de hablar de lo viejo y lo nuevo crea una primera ambigüedad. La forma de la edificación tiene una correlación compleja con el pasar del tiempo. Tal vez podríamos experimentar en nuestra vivienda Mercaders algo como vivir, consecuentemente, en los mismos sectores, como si habitaran en un mismo lugar que no sería otro que se mueve a través del periodo de una localidad.

## DIMENSIÓN CONTEXTUAL

## PERFIL E IMAGEN URBANA – FUERZAS DEL LUGAR

### PERFIL E IMAGEN URBANA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**Comentario:**

El mercado de Santa Caterina originalmente fue una edificación neoclásica con un patio central muy grande cubierto con una estructura metálica ligera, obra de Joan Torres. Su nivel único en planta, de 6 metros de altura máxima, ponía por encima al espacio de una gran plaza de 9.000 m<sup>2</sup> en un sector densamente poblado. La construcción de un estacionamiento subterráneo había dejado el mercado y al sector con un acceso difícil.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

### FUERZAS DEL LUGAR

**Comentario:**

Este sector de la ciudad se caracteriza por ser una zona de tráfico comercial y cultural, El Mercado de Santa Caterina es un mercado de abastos ubicada en el sector de Sant Pere, La ribera de Barcelona y Santa Caterina.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**LEYENDA**

- A.V DE FRANCESC CAMBÓ
- CARRER DE FREIXURES

En el lugar hay una residencia de estudiantes, una copistería, restaurantes, esta zona es básicamente residencial comercial. Enric Miralles y Benedetta Tagliabue, tenían como doble objetivo modernizarlo para dotar al barrio de un mercado atractivo y respetar, en la medida de lo posible, las fachadas neoclásicas originales. El resultado: es un espacio vibrante y multicolor cubierto por un manto gigantesco.



CASA MARI I RUFO



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA  
ESCUELA TÉCNICO PROFESIONAL XAVIER

**DIMENSIÓN CONTEXTUAL**

**ACCESIBILIDAD – INGRESOS**

**ACCESIBILIDAD**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

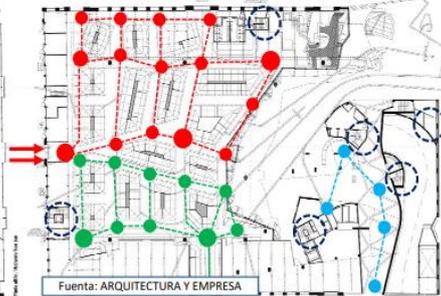
**Comentario:**

Se desechó la opción de derribar el conjunto existente de tal manera que la imagen nueva que mostraba el mercado forme parte de la historia del sector. De tal manera, los nuevos edificios se sobrepone a las actuales, se confunden, se mezclan y finalmente se rigen como una unión de todo, un híbrido que sea útil y contemporáneo. La cubierta del mercado está revestida por representaciones de gres tintado y hervido a una alta temperatura, formadas por una crema de gres blanco que esto permite trabajar con tintes o esmaltes brillantes con transparencia. Esta característica es importa mucho para así obtener colores muy netos.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**INGRESOS**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

El mercado tiene cuatro entradas, la de la fachada principal, las de las calles laterales y la ubicada en la plaza de la parte trasera.

**CIRCULACIONES**

- PUNTOS ESTRATEGICOS
- ASCENSORES / MONTACARGAS
- CIRCULACIÓN
- CIRCULACIÓN
- ESCALERAS DE EMERGENCIA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

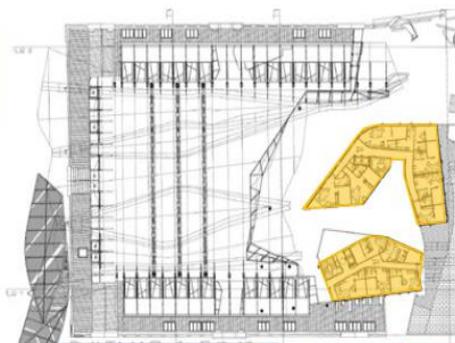
**DIMENSIÓN FUNCIONAL**

**ZONIFICACIÓN**

**CIRCULACIONES**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

- ÁREA RESIDENCIAL
- ÁREA COMERCIAL
- SERVICIOS PÚBLICOS
- ESPACIO PÚBLICO

**PRIMER NIVEL**

**Comentario:**  
La zona comercial tiene casi el 70% de uso de ventas y comerciales por el mayor uso de usuarios de la zona. Un gran porcentaje para un espacio público central y sus circulaciones verticales que permiten el acceso a los siguientes niveles



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**SEGUNDO NIVEL**

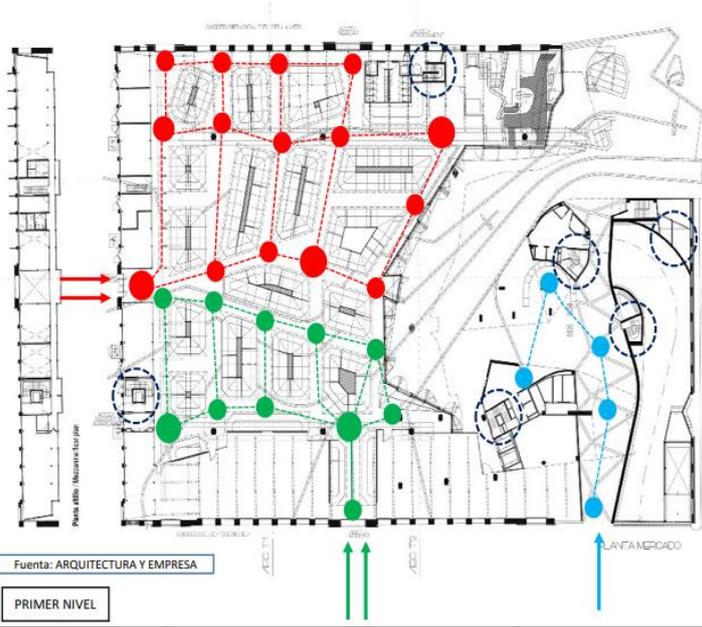
**Comentario:**  
Se implementa la Zona Residencial en el lado Este, obteniendo un acceso exclusivo por las calles aledañas de ese establecimiento comercial.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**DIMENSIÓN FUNCIONAL**

**CIRCULACIÓN – DISTRIBUCIÓN**



➤ **Comentario:**  
Aquí se desarrollan la circulación general de los usuarios en el establecimiento comercial, permite el acceso inmediato y conecta mediante diversos puntos estratégicos para su fácil llegada a las diversas Góndolas y Stands

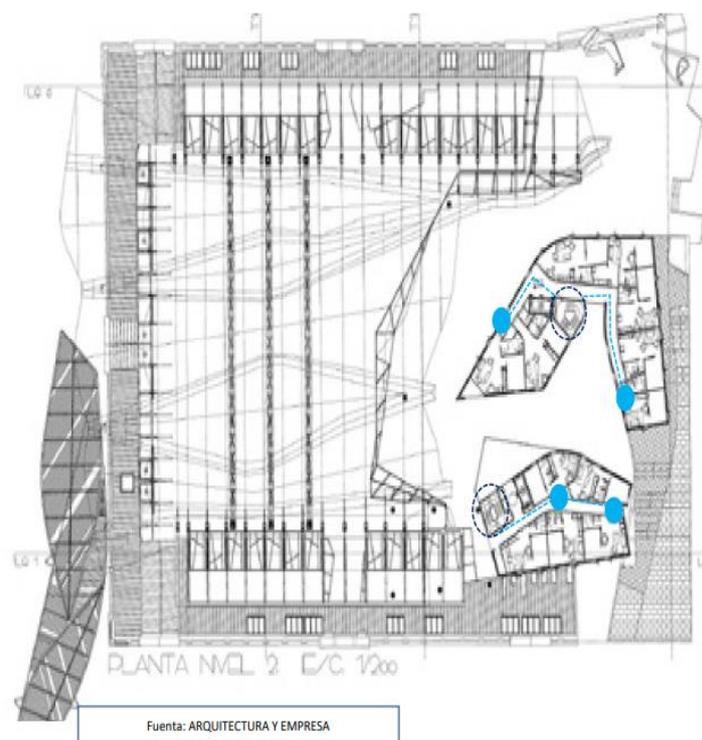


**CIRCULACIONES**

- PUNTOS ESTRATEGICOS
- ASCENSORES / MONTACARGAS
- - - CIRCULACIÓN
- - - CIRCULACIÓN
- - - CIRCULACIÓN
- E ESCALERAS DE EMERGENCIA

**DIMENSIÓN FUNCIONAL**

**CIRCULACIÓN – DISTRIBUCIÓN**



➤ **Comentario:**  
Se desarrolla una circulación casi nula en el establecimiento comercial, permite el flujo sólo en primer piso para uso comercial, mientras en otra área permite el acceso a las edificaciones de residencia.

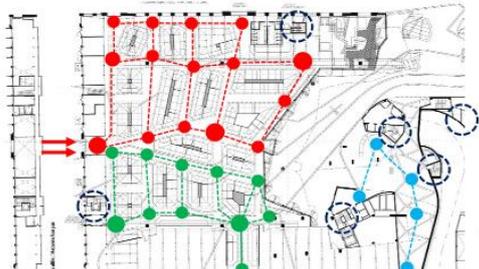


**CIRCULACIONES**

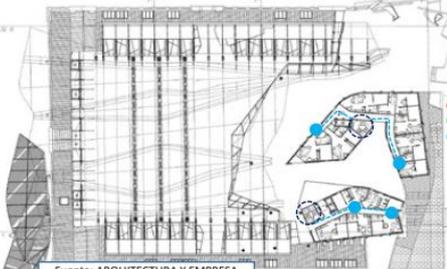
- PUNTOS ESTRATEGICOS
- ASCENSORES / MONTACARGAS
- - - CIRCULACIÓN
- - - CIRCULACIÓN
- - - CIRCULACIÓN
- E ESCALERAS DE EMERGENCIA

**DIMENSIÓN FUNCIONAL**

**CIRCULACIÓN – DISTRIBUCIÓN**



Fuente: ELABORACION PROPIA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**CIRCULACIONES**

- PUNTOS ESTRATEGICOS
- ASCENSORES / MONTACARGAS
- CIRCULACIÓN
- ESCALERAS DE EMERGENCIA

**PRIMER NIVEL**

➤ **Comentario:**  
Aquí se desarrollan la circulación general de los usuarios en el establecimiento comercial, permite el acceso inmediato y conecta mediante diversos puntos estratégicos para su fácil llegada a las diversas Góndolas y Stands



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**SEGUNDO NIVEL**

➤ **Comentario:**  
Se desarrolla una circulación casi nula en el establecimiento comercial, permite el flujo sólo en primer piso para uso comercial, mientras en otra área permite el acceso a las edificaciones de residencia.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**DIMENSIÓN FORMAL**

**PRINCIPIOS ORDENADORES – COMPOSICIÓN DE FRENTERES**



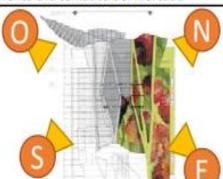
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**  
**Elevación Este:** Se implementa un acceso principal que conecta directamente de la calle principal hacia las góndolas internas.

➤ **Comentario:**  
**Elevación Norte:** De igual manera el acceso conecta a los usuarios desde las calles hacia las góndolas de ventas internas, además permiten una jerarquía en el tipo de fachada referente a la temática del mercado



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: elaboración propia



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**  
**Elevación Oeste:** En esta fachada predomina el ingreso principal, demostrando dos tipos de arquitectura, la primera fachada de la arquitectura gótica, mientras la segunda fachada a la arquitectura contemporánea.

➤ **Comentario:**  
**Elevación Sur:** Es la fachada principal para el edificio Residencial, permitiendo un acceso diferenciado hacia el establecimiento comercial y la edificación.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**LEYENDA:**

- Forma principal (volumen)
- Forma secundaria (niveles)

➤ **Comentario:**  
**JERARQUÍA-POR EL CONTORNO:** El predominio visual de unas formas y espacios, y, por consiguiente, su importancia, puede obtenerse creando una clara diferenciación entre su contorno y el de otros elementos de la composición. Una diferenciación que se apoye en un cambio de la geometría o de la regularidad, implica que un acusado contraste formal sea condición básica.

**DIMENSIÓN FORMAL**

**MATERIALIDAD – COLOR**

**MATERIALIDAD**

**MATERIALES EXTERIORES**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**MATERIALES INTERIORES**

El cielo raso del establecimiento comercial contiene la materialidad de madera en cubierta y acero en su estructura.

Los pisos son de diferentes materiales:

- 1º nivel: piso cerámico.
- 2º nivel: piso cerámico.
- 3º nivel: Cubierta de



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**COLOR**

**COLOR PRINCIPAL**

**BLANCO – PUREZA Y CONFORT**



➤ **Comentario:** Debido a la refracción de la luz con el cielo despejado de Sendai, la fachada se torna de un color azul.

**COLORES SECUNDARIOS**

**NARANJA – AMISTAD Y VIDA**

➤ **Comentario:** Puertas y ventanas de establecimiento comercial y madera de cielo raso, Cubierta

**VERDE – RELAX Y FRESCURA**

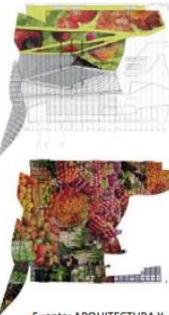
➤ **Comentario:** Cubierta liviana exterior

**CAFÉ - FELICIDAD**

➤ **Comentario:** Cubierta liviana exterior

**ROJO – PODER Y ACCION**

➤ **Comentario:** Cubierta liviana exterior.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:** La cubierta es un elemento muy singular de la obra diseñada por los arquitectos Enric Miralles y Benedetta Tagliabue. El mosaico, con figuras gigantes de colores muy vivos que representarán frutas y verduras, es obra del artista Toni Comella



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:** La importancia de las fachadas góticas de Barcelona, predominan en un máximo esplendor, ubicándose cada usuario viajar al pasado y ver una arquitectura contemporánea.

➤ **Comentario:** Las fachadas secundarias mantienen un diseño temático a los cajones utilizados por los agrónomos y/o distribuidores, implementando la madera como materia prima y la utilización de formas con dicha referencia

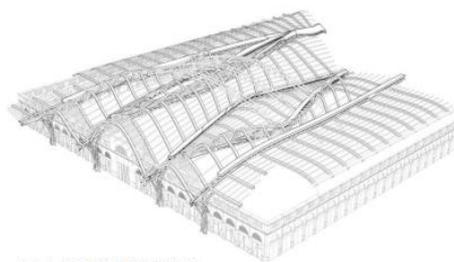
➤ **Comentario:** La fachada principal, ubicada en el lado oeste frente a la plaza que entrelaza los espacios públicos con el ingreso principal del rehabilitado mercado Santa Catarina. Su implementación de los colores de su cobertura hacia el espacio público más importante

**DIMENSIÓN ESPACIAL**

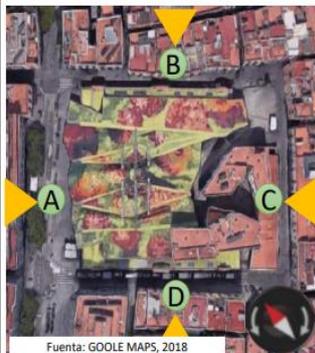
**RELACIÓN JERÁRQUICA – REGISTRO VISUAL**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: GOOLE MAPS, 2018



➤ **Comentario:** Frente a la fachada tenemos un gran vereda donde la gente transcurre mayormente por la sombra que genera los techos del mercado y por lo que se atractiva y genera sensaciones ya que la envolvente tiene una altura la cual se hace notar como una edificación monumental.



➤ **Comentario:** En esta fachada no notamos la cobertura ya que este punto de la fachada termina la cobertura del mercado de una manera sinuosa. Frente a esta fachada encontramos edificios que al igual que en la fachada principal encontramos edificios de 5 a 7 pisos de altura.



➤ **Comentario:** Esta es la fachada de la parte posterior del edificio la cual esta fachada esta mas trabajada y pronunciada que podría decirse que es mas llamativa que el ingreso principal frente a esta se encuentra una pequeña plazuela, también encontramos edificaciones de 6 a 7 pisos.



➤ **Comentario:** Esta fachada al igual que la fachada B también reciben el fin de la cobertura, también encontramos edificaciones con alturas mayores y cuentan con un pequeño pasaje la cual lo hace ver angosto lo la monumentalidad que se siente debido a la altura del mercado y del edificio.

**DIMENSIÓN ESPACIAL**

**RELACIÓN: INTERIOR-EXTERIOR / PÚBLICO-PRIVADO**

**INTERIOR – EXTERIOR**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El ingreso principal se esta relacionado a una avenida importante y a una plaza longitudinal y en esa se encuentran los comercios abiertos a la calle lo que fortalece la relación con el entorno; por las calles secundarias tenemos los ingresos secundarios, y en la parte trasera tenemos también una pequeña plaza que enmarca el ingreso posterior. Lo interesante es que la estructura de la cubierta sobresale lo que crea zonas de sombra y las fachadas e invita a quedarse



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El mercado cuenta con aberturas que permiten que ingresen las luces y con ventanales creando una relación visual desde el interior del mercado.



➤ **Comentario:**

A pesar que esta masa hace notar que es un volumen cerrado y macizo; las aberturas y el vidrio crean una conexión con el exterior por medio de la naturaleza, crea un ambiente como cuando estamos fuera del mercado como disfrutar del mismo o sol o el viento que corre por esa dirección.

**PÚBLICO – PRIVADO**



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

La plaza exterior del mercado y las envolventes que sobresalen creando sombra en todo el frente del mercado crea una vía peatonal haciendo de esta una sola relación entre el mercado y la plaza.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

Utilizando elementos que puedan cerrar estas aberturas que permiten la visualización con el espacio exterior dándole privacidad.

**DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL**

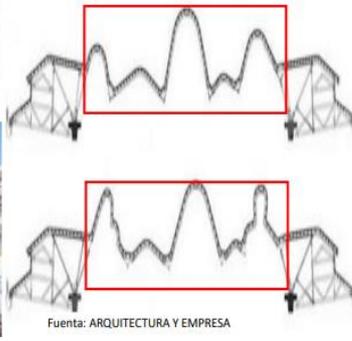
**SISTEMA CONSTRUCTIVO – MATERIALES**

➤ **Comentario:**

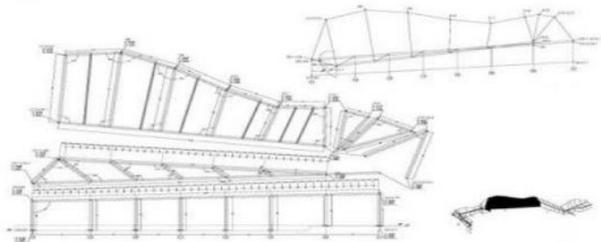
La estructura del mercado de Santa Caterina está formada por un conjunto de bóvedas de madera irregulares, unas biarticuladas otras triarticuladas, que se apoyan en vigas de acero de sección y directriz variable sustentadas, a su vez, en vigas y pilares de hormigón.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**MATERIALES**

➤ **Comentario:**

Estos materiales hace notar al proyecto como algo rustico y moderno al mismo tiempo con una forma atractora. Estos materiales mas su forma dar a entender que se trataría de un proyecto ecológico ya que por medio de estas aprovechan las condiciones ambientales que este lugar les brinda ya que por un lado por medio de sus espacios vidriados iluminan el ambiente naturalmente, por la madera que es un material que absorbe el ruido muy eficientemente y no permite que el sonido traspase fácilmente y también este cerámico de colores que le dan vida al proyecto y dándole identidad.



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL**

**ILUMINACIÓN – VENTILACIÓN – ACÚSTICA**

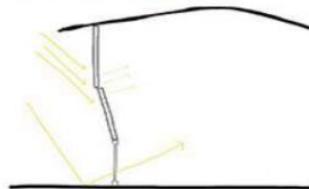
➤ **Comentario:**

**Iluminación:** La iluminación se da por medio de la reflexión de la luz solar que se da por medio del suelo y luego a la cubierta guiando la luz hacia el interior.

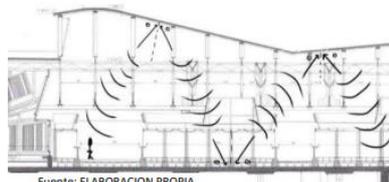
La iluminación decrece a medida que el ángulo aumenta pero siempre iluminando el interior de una manera natural



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



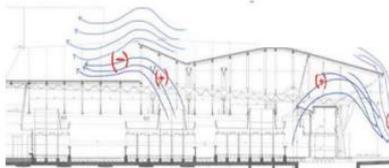
Fuente: ELABORACION PROPIA



Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

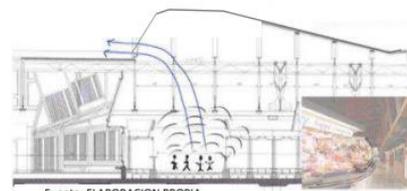
**Acústica :** En la reflexión el sonido rebota en una superficie y el ángulo reflector es igual al ángulo de incidencia. Los principios reflectores del mercado de Santa Caterina son la cubierta y el suelo



Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

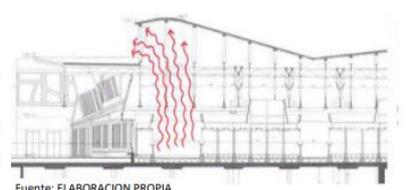
**Ventilación:** Proceso de transferencia en el cual las partículas de calor y se ponen mas livianas y por lo tanto suben, la presencia de los orificios en la parte superior del mercado permiten que ese aire caliente suba y salga. La ventilación se da principalmente por la cubierta que cuenta con directas



Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

**Acústica :** Las ondas del sonido se curvan dependiendo de los objetos que están alrededor y se meten por pequeños orificios. Las ventanas en este caso permiten que el ruido a través del espacio y salga por la cubierta por los orificios existentes.



Fuente: ELABORACION PROPIA

**DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL**

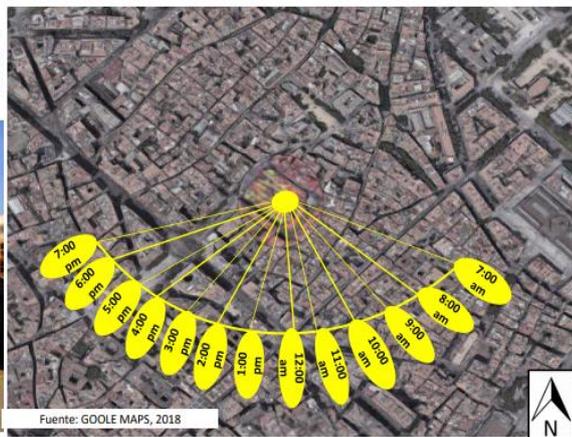
**ASOLEAMIENTO**

➤ **Comentario:**

El manejo de la Luz dentro del mercado Santa Caterina es interesante. Se maneja a través de reflejos de luz solar. Lo que permite en gran medida tener el lugar iluminado pero sin dejar que la luz directa pase, ya que este puede dar los alimentos dentro del mercado.



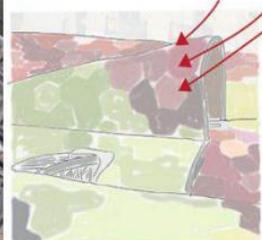
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: GOOLE MAPS, 2018

➤ **Comentario:**

La reflectancia aumenta a medida que el ángulo de incidencia aumenta. Hay 2 bolsillo de luz que permiten que entren indirectamente gracias al brillo de la cubierta



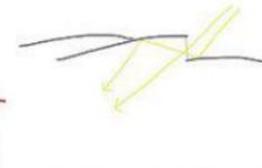
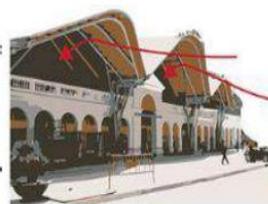
Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El uso de materiales ales como el de la cubierta y piso fueron seleccionados precisamente para poder darle un buen manejo de luz al lugar. La luz y la temperatura en realidad son elementos compositivos que le brindan a lugar sobriedad y frescura. El manejo de persianas en la parte posterior para no permitir el acceso directo de la luz porque no tiene tanta trascendencia como la fachada principal en el manejo de luz .



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

**DIMENSIÓN SEMÁNTICA – SIMBÓLICA**

**LENGUAJE ARQUITECTÓNICO – RELACIÓN SIGNIFICANTE-SIGNIFICADO**

El lenguaje arquitectónico del mercado es moderno y rustico, esta compuesto por 1 nivel . El mercado refleja modernidad y al mismo tiempo por ser un mercado con un gran tamaño se nota ligero por las curvas de su cubierta y por los materiales que se encuentran en el mercado lo cual eso el ayuda a verse mucho mas ligero.



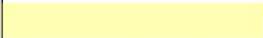
Fuente: ELABORACION PROPIA

➤ **Comentario:**

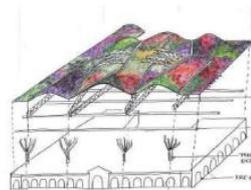
La forma construida tiene una compleja relación con el tiempo habitar como moverse en el tiempo que ha pasado sobre el lugar. Volver hacia atrás en el tiempo para seguir adelante. Las nuevas construcciones se sobrepone a las existentes. Se mezclan, se confunden para hacer aparecer ese lugar en sus mejores cualidades. LA cubierta que cuenta el mercado se transforma en la fachada mas importante del edificio pero su inconveniente es que solamente es visible desde la altura. Esta cobertura representa un gran toldo bajo el que se cobijan los puestos sin ningún organización predeterminada



CURVA - RITMICA



FACHADA LINEA



Fuente: ARQUITECTURA Y EMPRESA

➤ **Comentario:**

El mercado tienen un lenguaje línea lo que le da seriedad y estabilidad desde una vista frontal hacia la fachada , pero también nos damos cuenta que esta tiene una forma rítmica desde una vista área y la fachada nos muestra un cambio entre lo pasado y lo moderno sin perder esa identidad que le pertenece al pueblo

**RESUMEN**

<p><b>DIMENSIÓN CONTEXTUAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> plaza de abastados ubicada en el barrio de Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera de Barcelona. Construido entre 1844 y 1848 sobre un antiguo convento, del que heredó el nombre, es el mercado cubierto más antiguo de la ciudad.</p>		<p><b>DIMENSIÓN CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Sistema aporticado de arcos consiste en dos grandes vigas de concreto laterales, apoyadas en 7 pilares de concreto, de las que arrancan los tres arcos atirantados, de los cuales cuelga una compleja red de vigas metálicas triangulares suspendidas en su parte central pero que en sus extremos se apoyan en pilares ramificados de acero.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FUNCIONAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> La zona comercial tiene casi el 70% de uso de ventas y comerciales por el mayor uso de usuarios de la zona. Un gran porcentaje para un espacio público central y sus circulaciones verticales que permiten el acceso a los siguientes niveles</p>		<p><b>DIMENSIÓN TECNOLÓGICA – AMBIENTAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> El mercado cuenta con una iluminación natural la cual se aprovecha mediante la cubierta que generan espacios que ingresen gran cantidad de luz pero esto se controla mediante una estructura de madera la cual controla el ingreso de luz</p>	
<p><b>DIMENSIÓN FORMAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> La forma del contorno tiene una forma rectangular dándole así una mejor distribución al interior del lugar . Mas el techo tiene una forma ovalada que le da vida al mercado algo mas atractivo para las personas que visitan este mercado</p>		<p><b>DIMENSIÓN SEMÁNTICA – SIMBÓLICA</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Este mercado fue un mercado antiguo lo cual fue repotenciado con una nueva cubierta multicolor que pretende asemejarse a un toldo que cubre la actividad que se desarrolla bajo él, pero dejando adivinar la esencia de la misma. Las piezas cerámicas hexagonales son píxeles gigantes en colores que representan y se inspiran en las formas y colores de las frutas frescas y verduras que tradicionalmente se exponían en el mercado.</p>	
<p><b>DIMENSIÓN ESPACIAL</b></p>	<p>➤ <b>Comentario:</b> Se genera desde el exterior del edificio ya que tiene un espacio de bienvenida al mercado con la cobertura del techo, Esta cuenta con espacios muy bien trabajados que ayudan al usuario a poder desplazarse con tranquilidad.</p>				

**1.7. Análisis del equipamiento existente**

DEPARTAMENTO: JUNIN

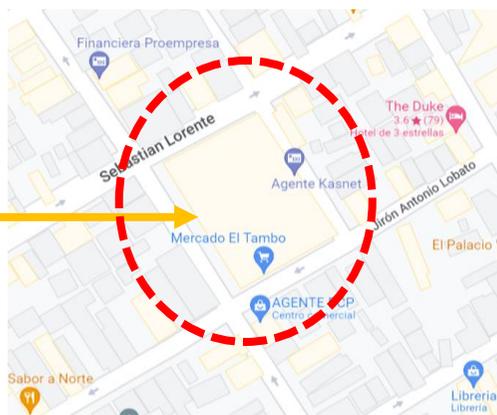


El mercado modelo de El Tambo, es un centro de abastecimiento zonal de tipo Minorista que inició actividades en el año 1966, con sus 56 años de existencia lo convierte en un mercado tradicional en su comunidad.

Está localizado en El jirón Antonio Lobato N° 262, piso 1 kilometro 0, Esquina Santa Isabel y jirón Antonio Lobato en el distrito de El Tambo, provincia de Huancayo en la región de Junín.

DISTRITO: EL TAMBO

LOCALIZACIÓN: JR. ANTONIO LOBATO



PROVINCIA: HUANCAYO

- **UBICACIÓN** : JR. ANTONIO LOBATO N° 262, DISTRTITO DE EL TAMBO, PROVINCIA DE HUANCAYO, DPTO. DE JUNIN
- **AÑO DE CONSTRUCCION** : 1966
- **ÁREA del terreno** : 2925 M2
- **USO ACTUAL** : COMERCIO
- **TIPO DE MERCADO** : MINORISTA
- **CATEGORIA** : COMERCIO ZONAL



Este mercado de Construcción noble alberga 198 puestos fijos, donde 150 puestos son activos permanentemente. Cuenta con energía eléctrica, si tiene abastecimiento de agua, y si posee alcantarillado. El Mercado Modelo del Tambo es administrado por la Junta directiva y/o propietarios.



	<b>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”</b>	<b>CASO:</b> <b>“MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</b>	<b>LAMINA:</b> <b>A - 01</b>
	<b>ASESOR:</b> ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN	<b>AUTOR:</b> BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ	

# ANÁLISIS CONTEXTUAL

# PERFIL E IMAGEN URBANA

## PERFIL E IMAGEN URBANA



La mayoría de edificaciones que componen la manzana son de 2 a 3 pisos con excepciones de 4 pisos en diferentes puntos alrededor del mercado y el mismo mercado que cuenta con 2 pisos. Se observa que un % de edificaciones son de adobe que se encuentran en buen estado. Las edificaciones cerca al mercado y frente a este son de buenas condiciones, y las edificaciones posteriores al mercado y alejadas en su mayoría son de material noble.



B. JR. SEBASTIAN LORENTE



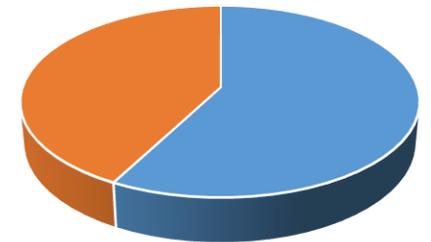
C. PSJE. COMERCIAL



D. JR. ANTONIO LOBATO



A. JR. SANTA ISABEL



■ MATERIAL NOBLE  
■ ADOBE



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

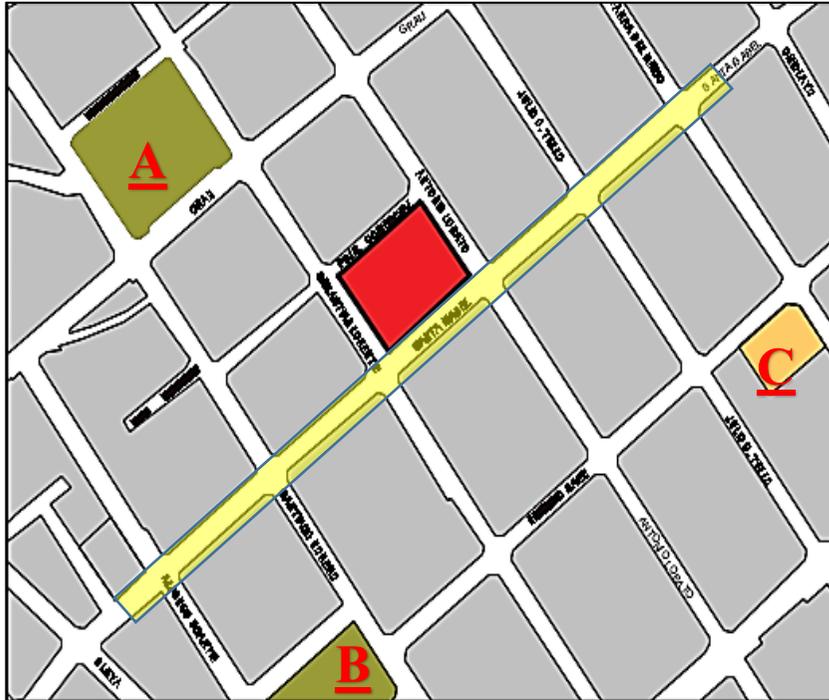
LAMINA:

A - 01

# ANÁLISIS CONTEXTUAL

# FUERZAS DEL LUGAR

## FUERZAS DEL LUGAR



A. PARQUE DE LOS SOMBREROS



A. PARQUE BOLOGNESI



PODER JUDICIAL

El sector de la ciudad se caracteriza por ser una zona de tráfico comercial y social.

VIAS

El jr. Santa Isabel es una calle que tiene mucha afluencia peatonal y de tránsito.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANGAYO - 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

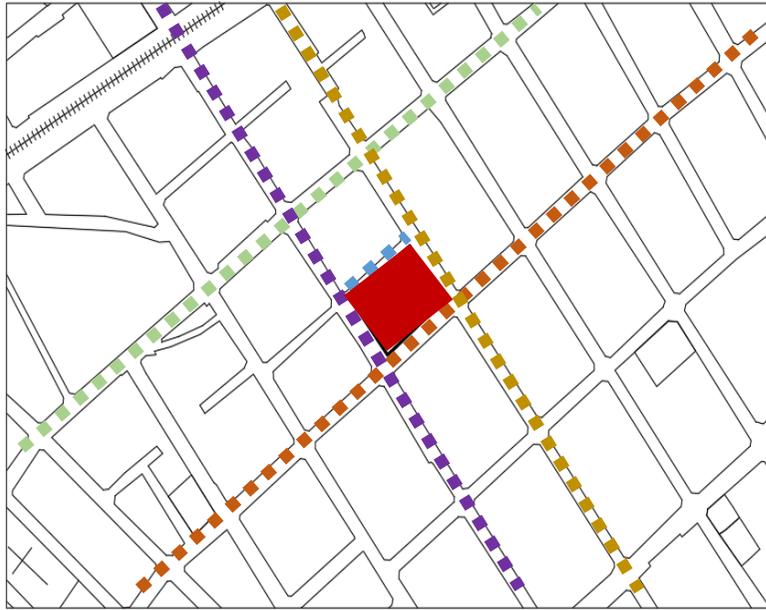
LAMINA:

**A - 01**

# ANÁLISIS CONTEXTUAL

# ACCESIBILIDAD - INGRESOS

## ACCESIBILIDAD



- VIAS PRINCIPALES**
  - JR. SANTA ISABEL
  - JR. SEBASTIAN LORENTE
- VIAS SECUNDARIAS**
  - JR. ANTONIO LOBATO
  - PSJE. COMERCIAL
- VIA ALTERNA**
  - JR. GRAU

El mercado Modelo de El Tambo, se encuentra ubicado en el casco urbano del distrito de El Tambo, los cuales cuentan con vías importante para una fácil accesibilidad.

## INGRESOS



JR. SANTA ISABEL



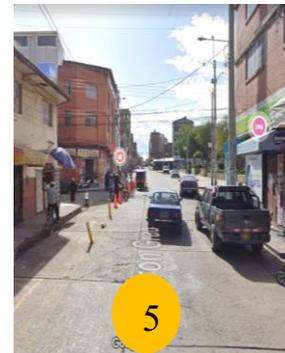
JR. SEBASTIAN LORENTE



JR. ANTONIO LOBATO

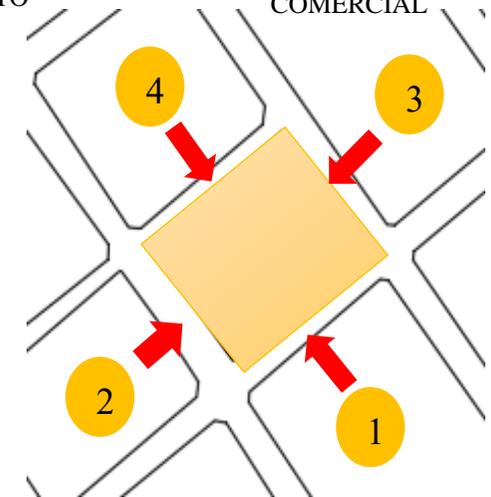


PSJE. COMERCIAL



JR. GRAU

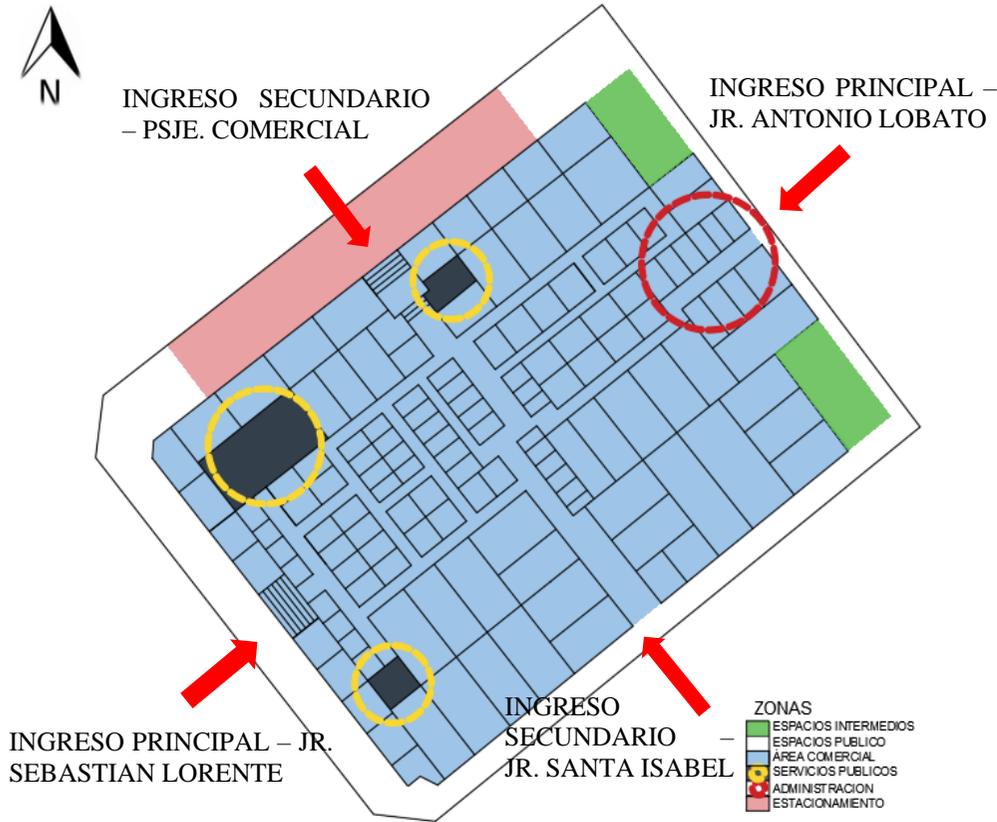
- El ingreso principal se encuentra en el 2 y 3, considerando al Jr. Sebastian Lorente, como zona de carga y descarga.
- El ingreso secundario se encuentra en el 1 y 4.
- El Jr. Grau, es una via alterna, para el ingreso al mercado, colinda con un parque atractivo a la zona.



**INGRESO AL MERCADO MODELO**

	<p>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022”</p>	<p>CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</p>	<p>LAMINA: <b>A - 01</b></p>
	<p>ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLAGURI HUAMÁN</p>	<p>AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</p>	

# ANÁLISIS FUNCIONAL



# ZONIFICACIÓN

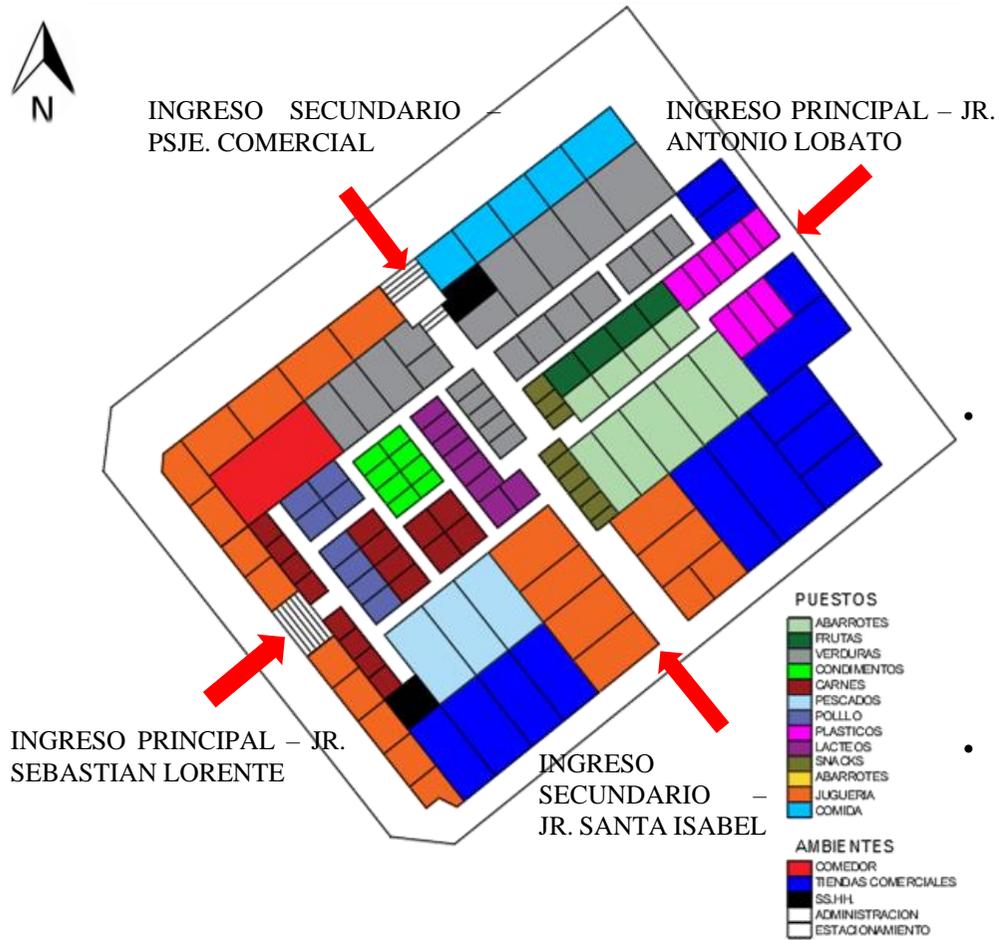
- El mercado modelo cuenta con una zona comercial casi en su totalidad, donde las ventas son directamente al consumidor final.
- Cuenta con estacionamiento por el Psje. Comercial.
- El espacio público se identifica a partir de la existencia de veredas, mostrándose al entorno de la infraestructura.
- La zona administrativa se ubica en el mezzanine, ubicado por el Jr. Antonio Lobato.
- Se puede identificar espacios intermedios libres, ubicados en el Jr. Antonio Lobato.



	<p align="center"><b>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”</b></p>	<p><b>CASO:</b> “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</p>	<p><b>LAMINA:</b> <b>A - 01</b></p>
	<p><b>ASESOR:</b> ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN</p>	<p><b>AUTOR:</b> BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</p>	

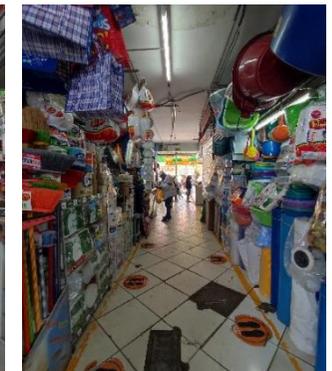
# ANÁLISIS FUNCIONAL

# DISTRIBUCIÓN



- Cuenta con 3 zonas importantes:
  - ZONA HÚMEDA: Es la zona donde el agua se utiliza frecuentemente, integrada por productos de primera necesidad, como: pollos, frutas, verduras, carne, pescado.
  - ZONA SEMI HUMEDA: Es una zona intermedia, en la que no requieren de uso frecuente de agua, cuya actividad principal es comer, como: juguerias, puestos de comida.
  - ZONA SECA: Es la zona donde no necesitan el uso de agua, como: abarrotes, plasticos snacks, artículos de limpieza, entre otros.

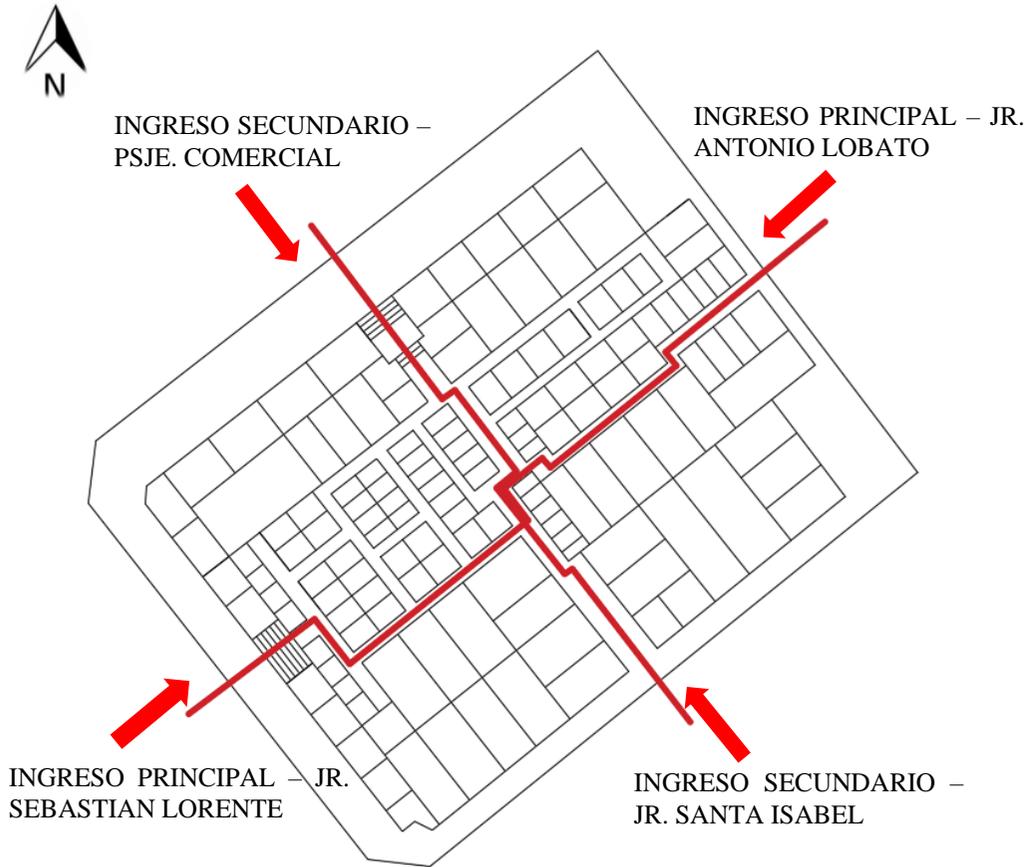
- El mercado modelo cuenta con un nivel, donde se presencia la mayor cantidad de puestos de ventas en su interior, y en el exterior del mercado podemos observar la existencia de tiendas comerciales, puestos de juguerias, puestos de comida y la zona de estacionamiento.
- Cuenta con un área administrativa ubicado en el mezzanine, a la altura de los puestos de snacks y plástico, ingresando por el Jr. Antonio Lobato.



	<p>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022”</p>	<p>CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</p>	<p>LAMINA: <b>A - 01</b></p>
	<p>ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN</p>	<p>AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</p>	

# ANÁLISIS FUNCIONAL

# CIRCULACIÓN



Podemos recalcar que, dentro de la circulación del mercado en su interior, no cuenta con espacios que conecte los ingresos de las 4 calles correspondientes al mercado, es por ello que no presenta una circulación ordenada.



La circulación dada en el interior del mercado modelo de El Tambo, aparentemente, se muestra como una circulación lineal, sin embargo, llegando a la parte central del mercado, se percibe la existencia de un desorden en los espacios de transición, entonces podemos decir que la circulación en general no es continua, por las interrupciones que generan los puestos de venta al interior del mercado.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

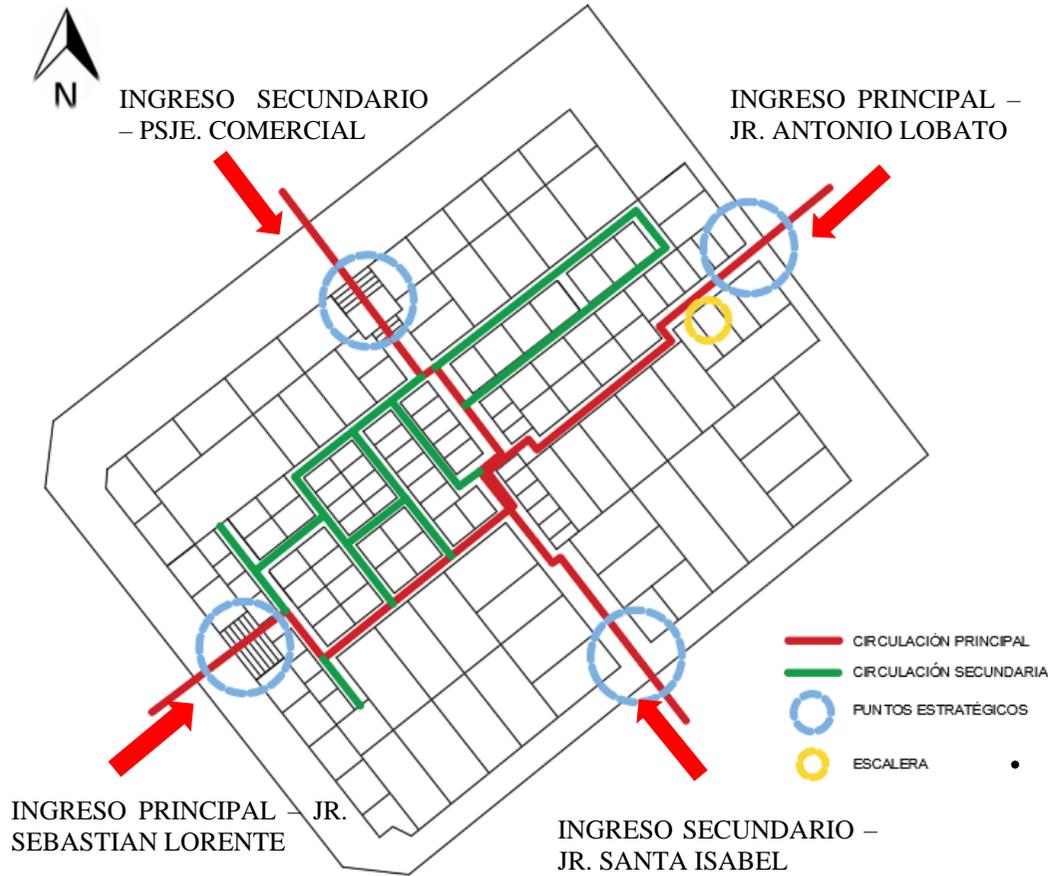
CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:  
**A - 01**

# ANÁLISIS FUNCIONAL

# CIRCULACIÓN



PUNTOS ESTRATÉGICOS



- Se identifican dos ingresos que se reflejan a través de coberturas, el cual permite acceder de manera fácil desde el exterior al interior del mercado, se encuentran en el Jr. Santa Isabel y Psje. Comercial.



- En el análisis se desarrolla la circulación general de los usuarios en el establecimiento comercial, donde permite el acceso inmediato y conecta mediante los puntos estratégicos para su determinada llegada a los diferentes puestos de venta.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLAGURI HUAMÁN

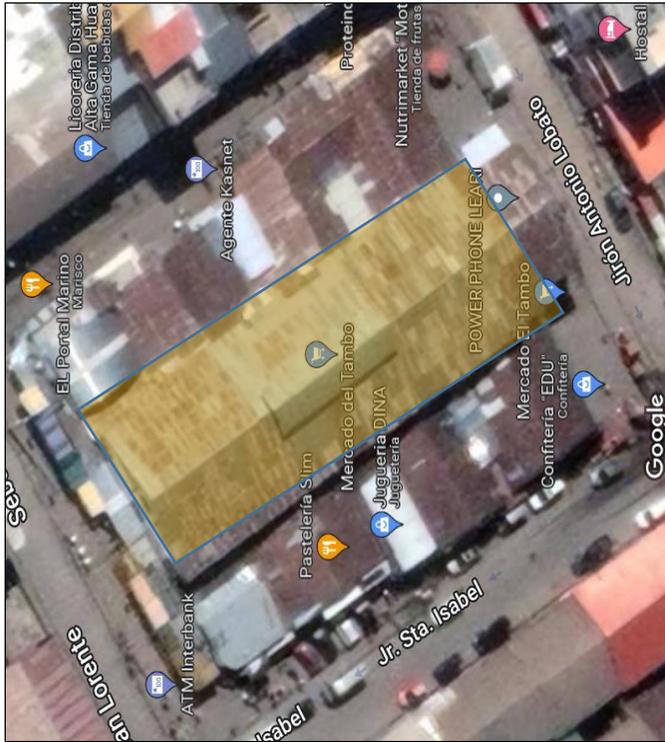
CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:

**A - 01**

ANÁLISIS FORMAL



- La forma predominante que resalta en la infraestructura es una nave rectangular y que todas las formas parten de esta, dicha forma es sobresaliente y es perceptible desde el interior y el exterior del mercado, sobresaliendo la forma tradicional con mayor altura y sus techos a dos aguas marcando el ingreso visiblemente.



- Todas las elevaciones presentan una forma Rectangular en su fachada, dominando los techos a dos aguas.



- En dos frentes de las cuatro elevaciones se pueden observar techos transparentes en forma de arco que a nivel de percepción pueden formar espacios virtuales, pero que no sobresalen dentro de la infraestructura.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:

A - 01

# ANÁLISIS FORMAL

# MATERIALIDAD - COLOR

## MATERIALIDAD

## COLOR

### MATERIALES EXTERIORES



- Es una edificación construida con concreto y estructura metálica y vidrio.



El material predominante en la infraestructura es el concreto.

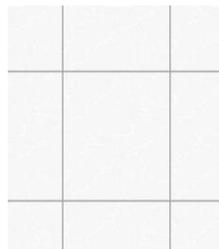


La estructura de la cobertura construida con estructura metálica y calamina metálica galvanizada.



La infraestructura cuenta con algunas superficies transparentes como los techos de policarbonato.

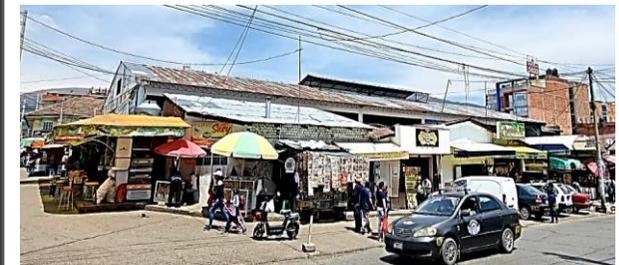
### MATERIALES INTERIORES



- Piso es de cerámica.
- Puestos de concreto y estructuras metálicas.
- Puertas metálicas.



- En el interior del mercado también se puede observar la construcción con concreto armado.



## IDENTIDAD

- Uno de los colores distintivos del edificio es el color blanco, el cual proporciona jerarquía, claridad y se relaciona con otros materiales.

## SOBRIO

- Como color secundario se observa en una de las fachadas el color azul.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

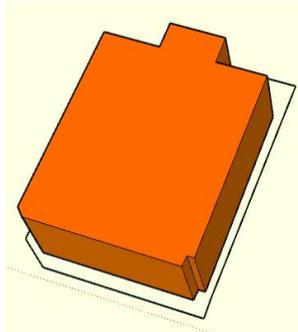
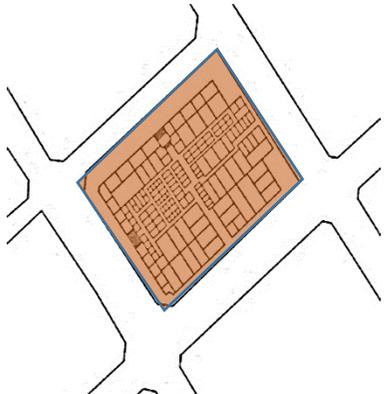
LAMINA:

A - 01

# RELACION JERARQUICA – REGISTRO VISUAL

## ANÁLISIS FORMAL

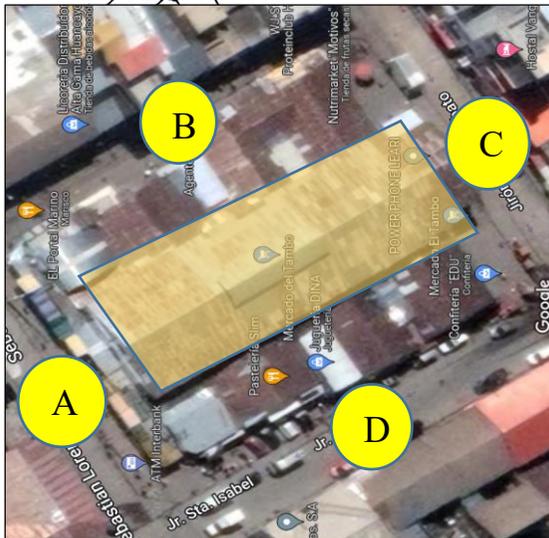
### RELACIÓN JERÁRQUICA



EL COMERCIO CONFORMA EL ESPACIO, SOBRESALIENDO LA NAVE CETRAL DE LA EDIFICACION.



- La infraestructura en general muestra a la nave central como el elemento predominante, donde se da la mayor actividad comercial en el interior del mercado modelo, es así que se puede identificar la jerarquía de la infraestructura en relación al registro visual de la fachada.



- En la fachada A, notamos la forma predominante tradicional de diseño con techo a dos aguas.



- En la fachada A, se encuentran formas y alturas variadas.

### REGISTRO VISUAL



- En la fachada C, se observa una forma rectangular con niveles de caída, que se relaciona de manera indirecta con las edificaciones del exterior.



- En la fachada D, se encuentran formas y alturas variadas.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:  
**A - 01**

# ANÁLISIS DE VARIABLE

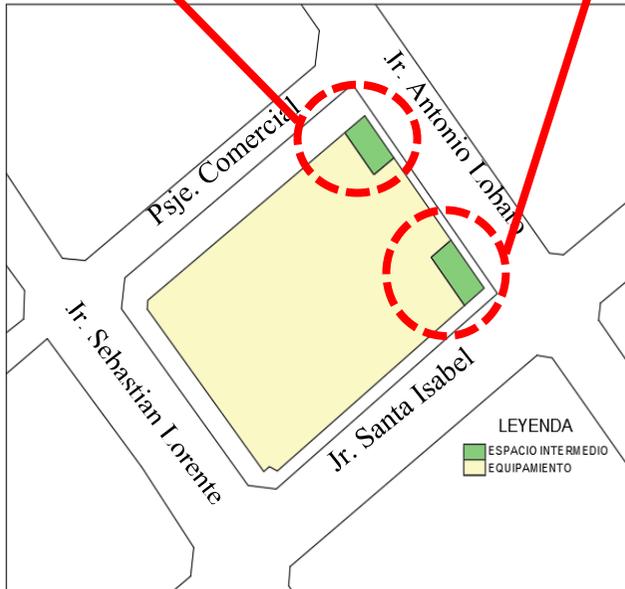
# ESPACIO INTERMEDIO



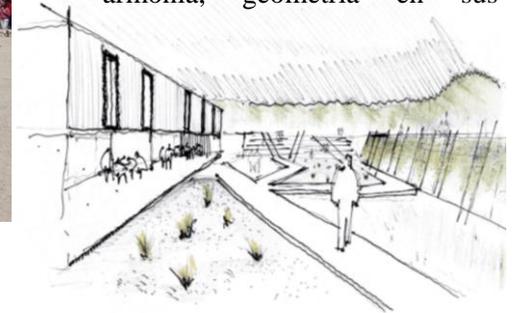
- El espacio intermedio es aquel espacio que articula tanto al equipamiento como al espacio público. En el mercado modelo de El Tambo, podemos identificar el espacio intermedio a las áreas distribuidas de forma rectangular, ubicado en el Jr. Antonio Lobato, por donde actualmente existe una de las dos puertas de ingreso.

CUADRO DE ÁREAS DEL EQUIPAMIENTO		
ÁREAS	ÁREA PARCIAL	ÁREAS EN %
ÁREA TOTAL CONSTRUIDA DE LA INFRAESTRUCTURA	2892.68	96.58
ÁREA TOTAL DE ESPACIO INTERMEDIO	102.32	3.42
ÁREA TOTAL	2995.00	100

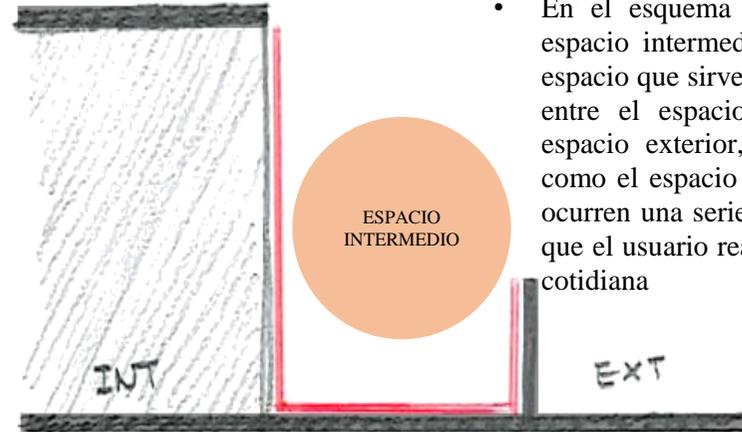
- Mediante un análisis de área que corresponde al censo nacional de mercados de abastos del 2016, el terreno cuenta con un área total de 2995 m<sup>2</sup>, las cuales 2892.68 m<sup>2</sup>, corresponde al área total construida de la infraestructura y 102.32 m<sup>2</sup> de área total espacios intermedios en el mercado modelo de El Tambo, haciendo referencia a un 3.42 % de área que ocupa el terreno.



- El espacio privado encuentra su equilibrio en la extensión hacia el exterior. Logra la apertura de los límites mediante el tratamiento de elementos estructuradores del espacio, las cuales generan armonía, geometría en sus



- En el esquema se presenta al espacio intermedio como aquel espacio que sirve como conector entre el espacio interior y el espacio exterior, tanto privado como el espacio público, donde ocurren una serie de situaciones que el usuario realiza en su vida cotidiana



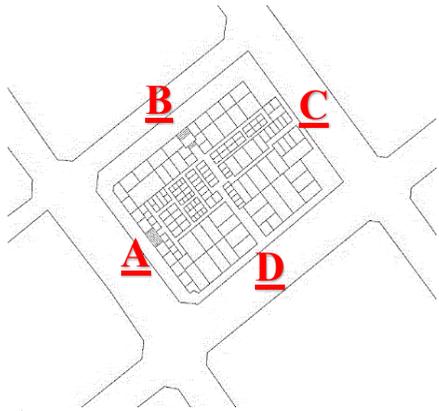
“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:  
**A - 01**

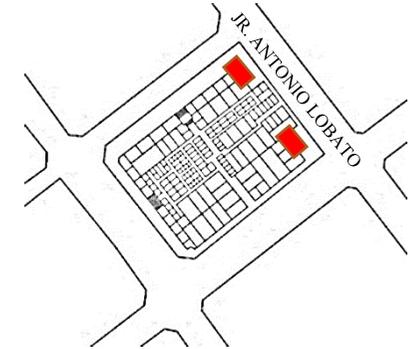


**CONEXIÓN ESPACIAL:** Se observa que todos los accesos no son legibles, de los cuales el acceso A y C son los que se pueden encontrar de manera fácil, y el acceso B y D no se pueden encontrar fácilmente.

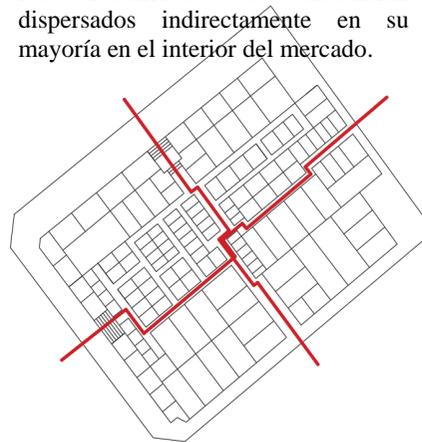
**INTEGRACIÓN ESPACIAL:** Se observa que los espacios del exterior del mercado tienen poca relación con la infraestructura y su entorno.



**ESPACIOS DE PERMANENCIA:** El mercado presenta 2 espacios libres que se puede describir como espacios de permanencia, pero este no cubre la necesidad del usuario. Los espacios de permanencia son necesarios porque son espacios que permiten el desarrollo de la participación en la vida local que favorecen su convivencia.



**CONTINUIDAD ESPACIAL:** Se puede leer que no presenta una continuidad espacial correcta, por ello los recorridos se encuentran dispersados indirectamente en su mayoría en el interior del mercado.



**PERMEABILIDAD VISUAL ESPACIAL:** Se percibe poca extensión visual tanto del interior hacia el exterior y viceversa.

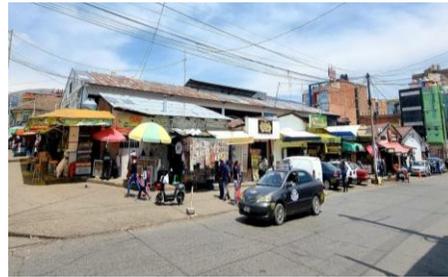


**ACTIVIDAD SOCIAL:** El mercado modelo de El Tambo, no cuenta con espacios agradables en su exterior para la realización de sus actividades que influyen en nuestra cultura social.



	<p>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”</p>	<p>CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</p>	<p>LAMINA: <b>A - 01</b></p>
	<p>ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN</p>	<p>AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</p>	

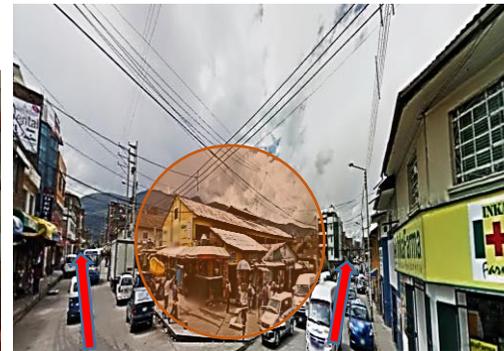
**COMPOSICIÓN ESPACIAL:** El mercado no tiene la infraestructura adecuada para su uso, la composición espacial es precaria y no existen elementos arquitectónicos capaces de aportar al diseño como atractivo.



**PRESENCIA DE AREA VERDE:** La presencia de área verde en un lugar nos permite crear un deleite visual tomando un papel perceptual de paisajismo y atracción sobre la infraestructura, nos permite crear espacios importantes dentro y fuera del mercado. En el mercado modelo, tanto en el interior como el exterior se observa la ausencia total de área verde.



**LIMITE INTERIOR Y EXTERIOR:** Para una mejor percepción de los límites, en necesario poder identificarlas. El ingreso principal e ingresos secundarios están en los bordes de la vereda, tanto como los muros que limita el interior del interior, sin embargo, no existen elementos que limiten en el exterior como es la presencia de plantas faroles, mobiliario urbano. Solo se observa como límite exterior la vereda que separa a la infraestructura del espacio público, estos límites se muestran precarios y no presenta relación con el espacio público.



**ELEMENTOS VERTICALES Y HORIZONTALS:** No se distinguen con facilidad los elementos verticales como columnas, gradas, entre otros, sin embargo, cuando hablamos de elementos horizontales, se pueden distinguir con poca claridad, los techos, sombrillas, entre otros; estos elementos son precarios ante la percepción del usuario.



	<p>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO – 2022”</p>	<p>CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</p>	<p>LAMINA: <b>A - 01</b></p>
	<p>ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLAGURI HUAMÁN</p>	<p>AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</p>	

# ANÁLISIS DE DIMENSION DE VARIABLE

# VALOR SIMBÓLICO



**COMUNICACIÓN VISUAL:** Esta dimensión pretende difundir aquel proyecto a una imagen integral a través del uso que se le da en su interior. La infraestructura muestra poca comunicación visual, ya que no tiene la intención clara y definida que presenta un mercado a modo perceptual del usuario.



**LENUAJE ARQUITECTONICO:** La infraestructura ofrece al distrito una arquitectura contemporánea, por lo que no mantiene el lenguaje arquitectónico con las edificaciones que la rodean, es decir, no guarda relación con las edificaciones existentes en los elementos de diseño como: diseño, tipología de ventanas, techos, puertas, colores, materiales; sin embargo, se integran muy bien al manejar los niveles de altura del sector.

La infraestructura genera un aporte socioeconómico y arquitectónico para el distrito de El Tambo, porque potencia el comercio de los productos de primera necesidad.

**CONTEXTO URBANO:** El contexto urbano que presenta el mercado modelo de El Tambo, presenta el desarrollo de interacciones sociales y comerciales a través de actividades que se desarrollan tanto al interior como en el exterior del equipamiento.

Es importante la ubicación de este mercado en el lugar donde se encuentra, su radio de influencia alberga a todo el distrito del Tambo.



	<p>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANGAYO – 2022”</p>	<p>CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</p>	<p>LAMINA: <b>A - 01</b></p>
	<p>ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN MAG. YAQUINI TICLLAGURI HUAMÁN</p>	<p>AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</p>	

# ANÁLISIS DE DIMENSION DE VARIABLE

# VALOR SIMBÓLICO



**ELEMENTO SIGNIFICATIVO:** Este mercado carece de cualquier elemento significativo, sin embargo, podemos identificar a un elemento predominante como la nave que se muestra en la cobertura del equipamiento.

Los Elementos Significativos Arquitectónicos determinan la calidad a preservar del bien, se busca rescatar o poner en valor las partes de la construcción por su calidad formal, por lo que no se muestra representativo en relación al contexto urbano.

**IDENTIDAD DE LUGAR:** El diseño del mercado no muestra la verdadera identidad wanka, es entendido que el mercado está dada como edificación antigua, sin embargo, el mercado modelo de El Tambo no presenta relación con nuestra cultura, sin embargo, podemos rescatar las actividades que se realizan en su entorno, ya que cuentan con mercadillos y locales comerciales en referencia al uso que se da tanto al mercado como en sus alrededores el mismo.



“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANGAYO – 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

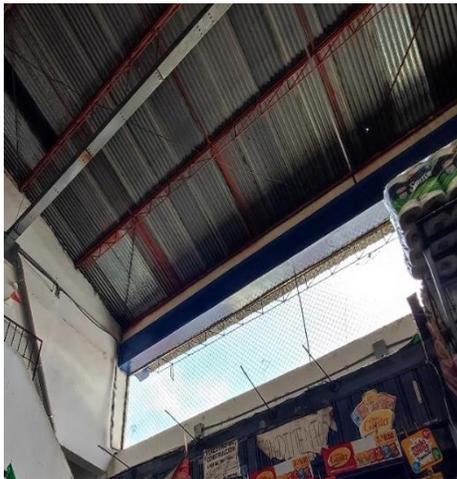
CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA GARMEN LUZ

LAMINA:

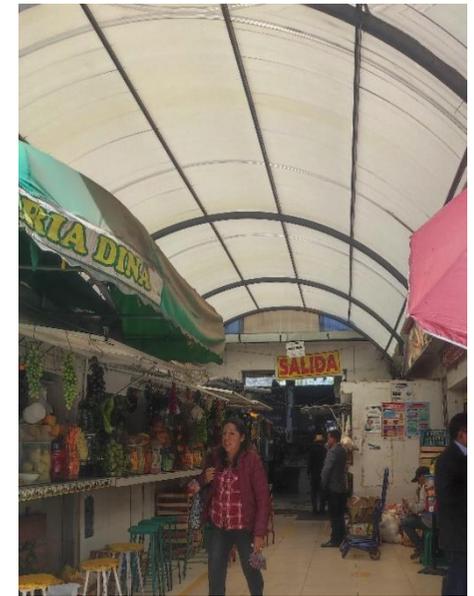
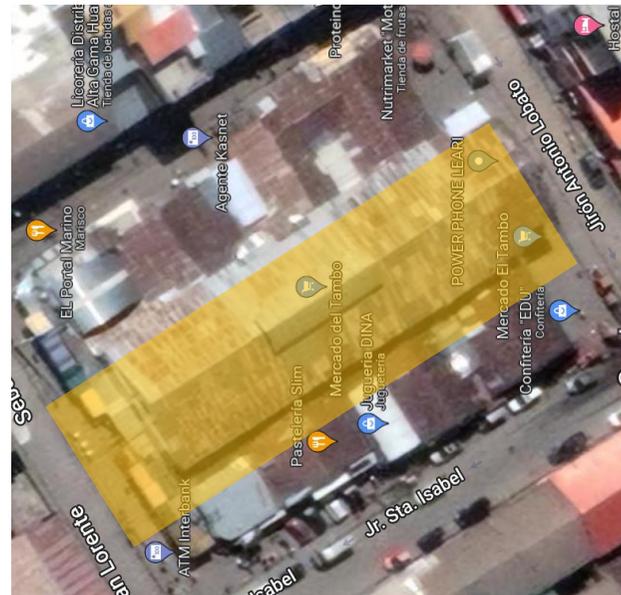
A - 01

- El sistema constructivo que presenta la construcción del mercado es convencional, se muestra identificado con la existencia de muros portantes, columnas y vigas de concreto armado, estos elementos son aquellos que delimitan la infraestructura en su interior.
- Es una edificación contemporánea, ya que está construido con concreto, vidrio y estructura metálica, materiales utilizados en mayor escala desde entonces.



- La estructura de la cobertura del mercado, está construida con una forma de nave en la parte central, elaborada con estructura metálica que se apoyan en las vigas y columnas
- La cobertura está dada por la colocación de calamina metálica galvanizada.
- Cuenta con vanos a una altura de 4 m, desde el piso, con cerramiento con mallas protectoras para ventanas, esto ayuda a controlar el sistema de ventilación desde su interior.

- Dos de los cuatro ingresos, se encuentran techadas con policarbonato, que permite el ingreso de la luz natural indirecta, está construida con estructura metálica, encontrándose en un estado de conservación regular.
- Los tratamientos de los pisos en general están enchapados con cerámicos de medidas variadas, se encuentran en un estado de conservación mala.



"LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022"

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO:

"MERCADO MODELO DE EL TAMBO"

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:

A - 01

### ZONA HÚMEDA



- Los puestos de carne, se encuentran en regular estado de conservación.
- El mesón está construido con concreto armado, enchapados con cerámico de 0.20 x 0.20.
- Cuentan con piso de concreto

### ZONA SEMI HÚMEDA



- Los puestos de jugueria se encuentran en regular estado de conservación.
- Estan contruidos con concreto armado, enchapados con cerámico de 0.60 x 0.60.
- El techo esta construido con estructura metálica, en estado de conservación regular.
- Cuentan con piso de concreto
- Las áreas ocupadas de estos puestos son de 6.00 m<sup>2</sup>.

### ZONA SECA



- Los puestos abarrotes y snacks en regular estado de conservación.
- Están contruidos con estructura metálica, con puerta enrollable.
- Cuentan con piso de concreto
- El techo esta construido con madera, en estado de conservación regular
- Las áreas ocupadas de estos puestos son de 4.00 m<sup>2</sup>.



"LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022"

ASESOR: ARG. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: "MERCADO MODELO DE EL TAMBO"

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

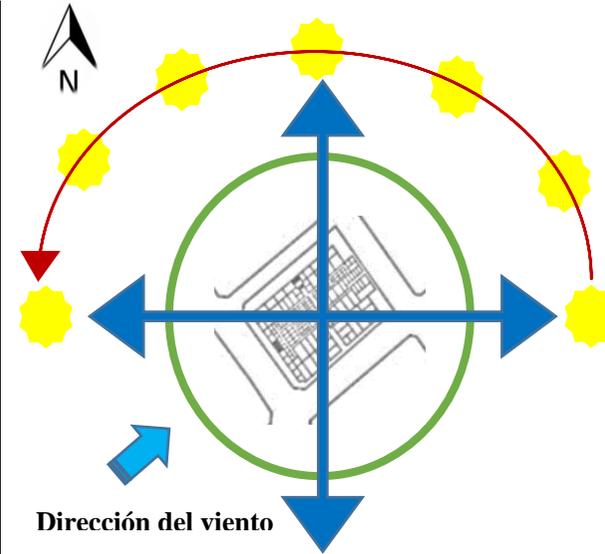
LAMINA:

**A - 01**

# ANÁLISIS TECNOLÓGICO - AMBIENTAL

## ASOLEAMIENTO – ILUMINACION – VENTILACION - ACUSTICA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Temperatura media (°C)	9.2	9.2	9.1	8.8	8.4	7.7	7.3	7.8	8.3	9	9.5	9.4
Temperatura min. (°C)	6	6.2	6.3	5.4	4.3	3.1	2.4	3	4.1	5.1	5.4	5.9
Temperatura máx. (°C)	13.7	13.5	13.4	13.4	13.3	13	13	13.5	13.6	14	14.6	14
Precipitación (mm)	254	252	228	125	61	34	32	53	100	157	164	222
Humedad(%)	81%	83%	83%	80%	75%	70%	67%	68%	74%	77%	76%	79%
Días lluviosos (días)	21	19	21	19	13	7	7	12	18	20	19	20
Horas de sol (horas)	4.5	4.1	4.0	4.6	5.8	6.5	6.9	6.8	5.7	5.1	5.4	4.9

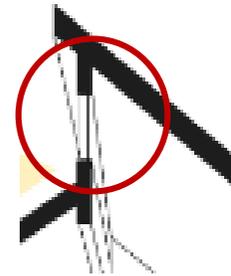


**ASOLEAMIENTO:** Las alturas de los edificios no obstruyen la luz solar hacia el mercado. Al comenzar el día los ángulos de los rayos del sol penetran por las ventanas.

**ILUMINACION:** El mercado se ilumina de una manera indirecta aprovechando esta con ventanas altas y con la forma de la cúpula del techo que ilumina la parte central del mercado.



**VENTILACION:** El mercado se ventila muy bien ya que el viento ingresa directamente ventilando el espacio interior, y esta pueda salir por las ventanas altas haciendo así que el viento ingrese y salga manteniendo un ambiente ventilado.



**ACÚSTICA:** Las ondas del sonido se esparcen por los orificios que se encuentran en el techo y las ventanas altas del mercado, donde el ruido no puede ser incomodo tanto para el comerciante como para el comprador.



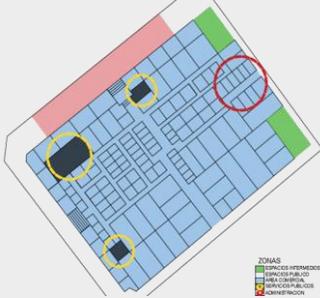
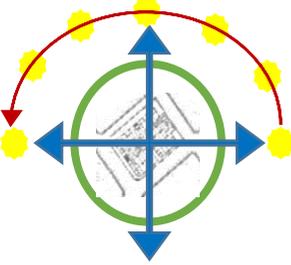
“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANGAYO – 2022”

ASESOR: ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN  
MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN

CASO: “MERCADO MODELO DE EL TAMBO”

AUTOR: BACH. ARIAS GOÑI LISSETH  
BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ

LAMINA:  
**A - 01**

<p><b>ANÁLISIS CONTEXTUAL</b></p>	<p>El mercado modelo de El Tambo, esta ubicada en Jr. Antonio Lobato N° 262, con intersección al Jr. Santa Isabel, Jr. Sebastian Lorente y Psje Comercial, construido en el año 1966.</p>		<p><b>ANÁLISIS ESPACIAL</b></p> <p>Los espacios del mercado van desde lo público hasta lo privado. El espacio principal del mercado no tiene relación directa con el ingreso y la zonas activas en el primer nivel ni del espacio activo externo del mercado.</p>	
<p><b>ANÁLISIS FUNCIONAL</b></p>	<p>El mercado modelo cuenta con una zona comercial casi en su totalidad, donde las ventas son directamente al consumidor final, y un pequeño porcentaje en espacios intermedios, que limitan la realización de actividades sociales y comerciales.</p>		<p><b>ANÁLISIS CONSTRUCTIVA Y ESTRUCTURAL</b></p> <p>Sistema constructivo de muros portantes, columnas y vigas de concreto armado, con techo de estructura metálica y cobertura de calamina metálica galvanizada y policarbonato, generando una nave en la cobertura final del mercado.</p>	
<p><b>ANÁLISIS FORMAL</b></p>	<p>El mercado es de forma cuadrada en planta y en la fachada principal tiene la forma tradicional cuadrada con techos a dos aguas, lo cual marca el ingreso y una cúpula rectangular que se encuentra en el espacio principal del mercado que es perceptible desde afuera del mercado. Por otro lado existe una fachada moderna cuadrada que no se relaciona formalmente con todo el volumen.</p>		<p><b>ANÁLISIS TECNOLÓGICA - AMBIENTAL</b></p> <p>El mercado cuenta con una iluminación natural la cual se aprovecha mediante las ventanas altas y la cúpula rectangular que tienes formas de ventanas a los lados que generan espacios que ingresen gran cantidad de luz pero esto se controla por la altura que le dan a los muros.</p>	

	<p align="center"><b>“LOS ESPACIOS INTERMEDIOS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE HUANCAYO - 2022”</b></p> <p>ASESOR: <b>ARQ. JANET PATRICIA SALAZAR BALDEÓN</b> <b>MAG. YAQUINI TICLLACURI HUAMÁN</b></p>	<p>CASO: <b>“MERCADO MODELO DE EL TAMBO”</b></p> <p>AUTOR: <b>BACH. ARIAS GOÑI LISSETH</b> <b>BACH. RAMOS GALA CARMEN LUZ</b></p>	<p>LAMINA: <b>A - 01</b></p>
--	--	---	------------------------------

## **1.8. Determinación del proyecto**

### **1.8.1. Generalidades**

La propuesta se sustenta en la necesidad que tiene la población, de contar con espacios intermedios que a su vez tenga relación con la infraestructura; esto permite ofrecer actividades comerciales y sociales en espacios adecuados, atractivos, seguros y ordenados, adicionalmente crear una adecuada organización de las zonas que requiere un mercado minorista, tales como área comercial, zona administrativa, servicios y lo más importante los espacios intermedios, convirtiéndolo en un elemento articulador para las diversas actividades.

### **1.8.2. Objetivos del proyecto arquitectónico**

#### **1.8.2.1. Objetivo principal**

- Diseñar espacios intermedios en relación a la infraestructura del mercado modelo de El Tambo, en el distrito de El Tambo.

#### **1.8.2.2. Objetivos específicos**

- Proveer de espacios arquitectónicos atractivos que cumplan con los requerimientos funcionales y formales.
- Crear el diseño de una infraestructura con utilidad, firmeza y belleza, que garantice la actividad de intercambio social y comercial.

### **1.8.3. Justificación del proyecto arquitectónico**

#### **1.8.3.1. Por su aporte a la realidad de la investigación**

El proyecto ayudará a determinar un comercio más funcional y ordenado, respetando las normas técnicas que corresponde a la investigación en el marco comercial, a su vez generará un aporte socioeconómico, porque potencia el comercio de los productos de primera necesidad.

### 1.8.3.2. Por su aporte social

El proyecto arquitectónico, busca ser reconocida dentro del marco comercial y social, donde se centrará en brindar una mejor calidad de vida, bienestar social y una gran satisfacción perceptual a los usuarios a través de la existencia de espacios intermedios

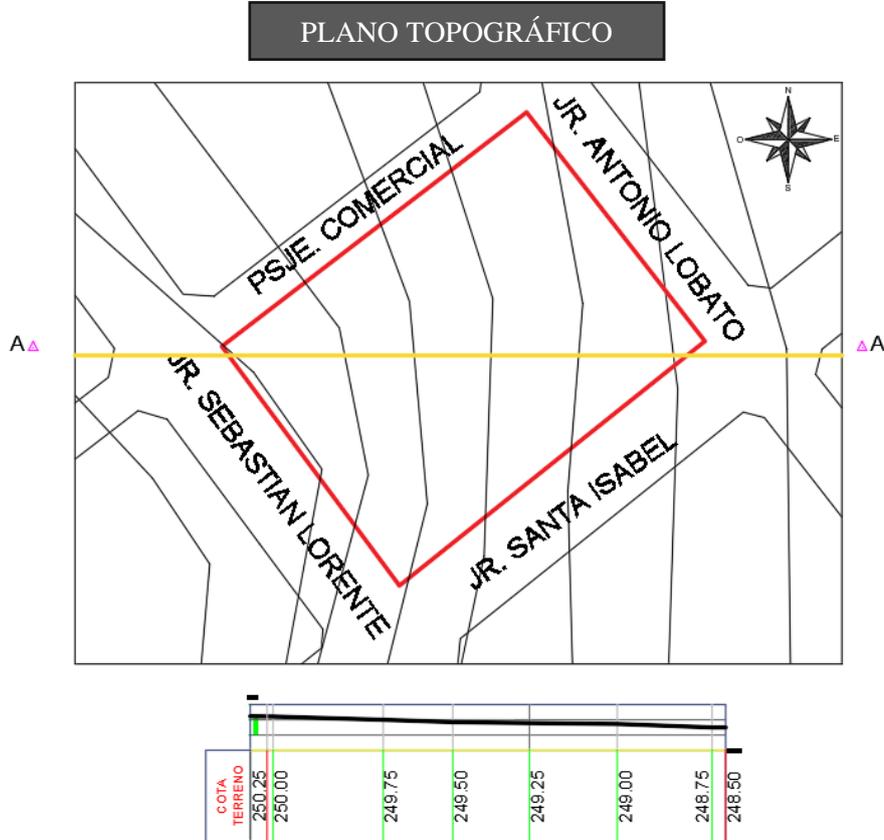
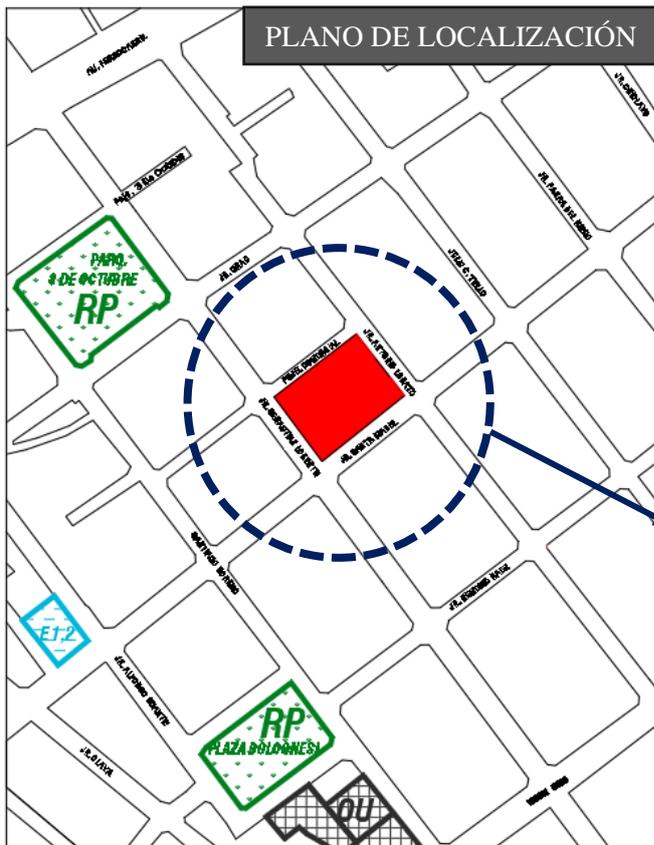
### 1.8.3.3. Por su aporte arquitectónico - urbanístico

En el ámbito arquitectónico, será un proyecto atractivo en el componente formal y espacial, y en el ámbito urbanístico aportará a la falta de espacios intermedios en relación al espacio público; también servirá como base para las futuros proyectos en la línea de investigación arquitectónico y urbanístico que se puedan realizar dentro del marco comercial, educativo, deportivo, cultural, entre otras.

### 1.8.4. Área de intervención

El área metropolitana de Huancayo, está conformada por los distritos de Huancayo, El Tambo y Chilca, por lo que el proyecto arquitectónico se trabajará en el distrito de El Tambo.





**PERFIL LONGITUDINAL A**  
 ESC H: 1/500 ESC V: 1/200

CONTEXTO URBANO

A. JR. SANTA ISABEL



B. JR. SEBASTIAN LORENTE



C. PSJE. COMERCIAL



D. JR. ANTONIO LOBATO

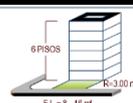


### 1.8.5. Parámetros Urbanos del área de intervención

ZONIFICACION DE USO COMERCIAL														
RESUMEN DE NORMAS DE ZONIFICACION COMERCIAL (PARA FINES DE EDIFICACION Y HABILITAC.)														
ZONIF.	ZONIFICACION	AREA DE LOTE (m <sup>2</sup> )	FRENTE LOTE (m)	ALTURA EDIFIC. (PISOS)	COEFIC. DE EDIF.	AREA LIBRE MINIMO VIVIENDA (1)	RETIRO (m) (1)	ESTACIONAMIENTO 1 VEHICULO CADA	APORTES GRATUITOS DE HABILITACION					
									RECREACION	EDUCACION	OTROS FINES	PARGUE ZONAL	TOTAL %	
ZCM	ZONA COMERCIO METROPOLITANO	200	8 - 20	8	7	40	-	1 Vehículo cada 50.00 m <sup>2</sup> de área de comercio u oficinas. 2 viviendas	15	-	4	1	20	
		450												
ZCE	ZONA COMERCIO ESPECIALIZADO	450	10 - 15	6	4	30	-	1 Vehículo cada 100.00 m <sup>2</sup> de área de comercio u oficinas. 2 viviendas	8	-	3	-	11	
		600												
ZCI	ZONA COMERCIO INTENSIVO	300	8 - 16	6	4	30	3	1 Vehículo cada 100.00 m <sup>2</sup> de área de comercio u oficinas. 2 viviendas	8	-	3	-	11	
		800												
ZCD	ZONA COMERCIO DISTITAL	120	6 - 8	6	5.5	30	2.5	1 Vehículo cada 200.00 m <sup>2</sup> de área de comercio u oficinas. 2 viviendas	8	-	2	-	10	
		300												

(1) Si el uso es de comercio exclusivo no es necesario dejar áreas libres siempre y cuando se solucione la iluminación y ventilación.  
(2) Cuando el uso es mixto se exigirá el 30% del área del lote, éste porcentaje se aplicará desde el nivel en que se construye las viviendas y/u oficinas.  
(3) Para el caso de Habilitaciones de Uso Mixto se Incrementará el Aporte correspondiente a Parque Zonal.  
- En las áreas consolidadas se considerará como lote normativo a las área y frente del lote existente.

ZONA DE COMERCIO INTENSIVO



### 1.8.6. Criterios de diseño

#### 1.8.6.1. Dimensión contextual

- Se tomarán en cuenta las vías principales y secundarias para el ingreso peatonal y zona de estacionamiento como también el área de carga y descarga.
- Se tomará en cuenta los parámetros urbanos dados por el plan de desarrollo Urbano de la Municipalidad Distrital de Huancayo como también el R.N.E. para la creación del mercado los cuales cumplan con toda la norma correspondiente.

#### 1.8.6.2. Dimensión funcional

- Se tomarán en cuenta la norma A.070 Comercio, para lograr un funcionamiento óptimo del mercado.
- Para los puestos comerciales se tomará en cuenta las medidas reglamentarias para un mejor funcionamiento y circulación dentro de ella.

### **1.8.6.3. Dimensión formal**

- Se aprovechará al máximo las condiciones ambientales que nos brinda la ciudad.
- La infraestructura tendrá una forma atractiva en relación al espacio intermedio, que servirá como conector entre el equipamiento y el espacio público.

### **1.8.6.4. Dimensión espacial**

- El espacio interior de los puestos comerciales dispondrá de un ambiente óptimo y reglamentario, que cumplan las especificaciones técnicas normadas para que así el comerciante se sienta cómodo en el interior de su puesto de trabajo.
- Contará con espacios intermedios donde el usuario pueda realizar sus actividades sociales y comerciales en espacios adecuados al exterior del mercado.

### **1.8.6.5. Dimensión constructiva - estructural**

- Contará con un sistema constructivo y materiales aptos para construcción de un mercado que genere la sensación de seguridad tanto al usuario permanente y visitante.
- Se tomarán en cuenta los materiales adecuados para el tipo de puesto comercial como son la zona húmeda, semi húmeda y zona seca, para un fácil mantenimiento.

### **1.8.6.6. Dimensión tecnológica - ambiental**

- Iluminación: Aprovechar mediante vanos en los muros, desniveles en los techos para una mejor radiación natural que se da en el distrito de El Tambo.
- Ventilación: Aprovechar la ventilación mediante los vanos y desniveles de techos para así poder extraer los malos olores del interior del mercado.

## 1.8.7. Partido arquitectónico

### 1.8.7.1. Concepto arquitectónico

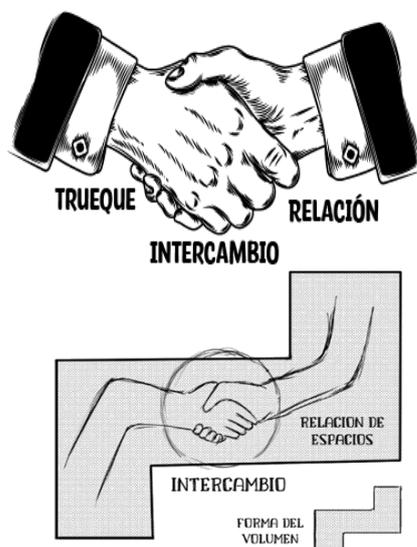
Salas (2017), “Es un proceso de construcción de ideas sobre la base de experiencias y vivencias, que, a través de procesos lógicos, se van configurando en definiciones precisas de cualidades esenciales de los objetos y fenómenos de la realidad objetiva.” (p.1).

La conceptualización, es el primer paso dentro del esquema del diseño, en esta parte se trabajará la **fundamentación metafórica, entre la función y la forma**, lo cual generará un proyecto atractivo.

#### ENFOQUE FORMAL

En la cultura huanca además de la agricultura y ganadería, practicaron el comercio a base de intercambio de productos (trueque), como algodón, maíz, charqui, lana y coca. El intercambio fue la base principal de la vida económica, sin intercambio no existiría economía y tampoco habría sociedad.

Finalmente, nuestro concepto arquitectónico de enfoque formal viene a ser el **INTERCAMBIO ESPACIAL - COMERCIAL**, a partir de las actividades que se realizan dentro y fuera del mercado entre el usuario temporal y usuario permanente, a través del espacio intermedio que sirve como conector.



## ENFOQUE FUNCIONAL

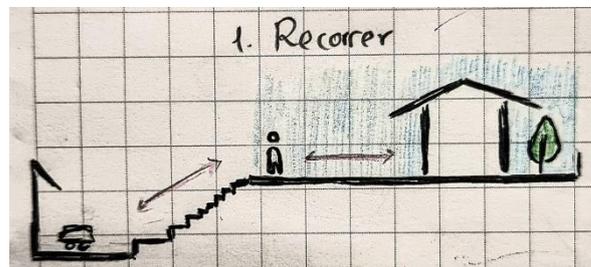
La palabra «umbral», no significa solo la línea de tránsito entre la calle y el interior del equipamiento.

El umbral suele ser usado en un sentido metafórico para indicar un punto en el que uno está dentro o fuera, da paso a lo abierto y cerrado, al refugio por encontrarnos en el interior de la infraestructura mientras se tiene la sensación de estar en el exterior.

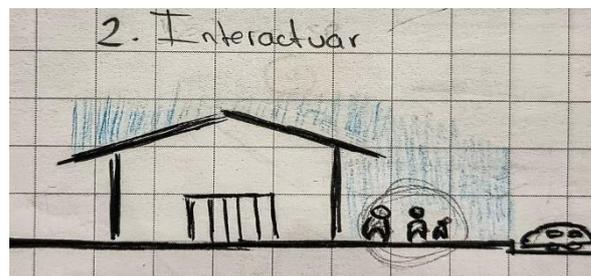
De esta manera identificamos los actos que realizan los usuarios dentro y fuera del equipamiento como recorrer, interactuar y permanecer, mediante elementos que articulan los espacios en los 3 niveles propuestos en el proyecto arquitectónico

Finalmente, nuestro concepto arquitectónico de enfoque funcional viene a ser **TRAS EL UMBRAL**, porque permitirá planificar mejor los flujos sociales y comerciales para cubrir determinadas necesidades; cada uno de estos umbrales vienen a ser las estrategias proyectuales que satisfará la necesidad del usuario según la actividad que desee realizar.

MEDIO NIVEL



NIVEL 0

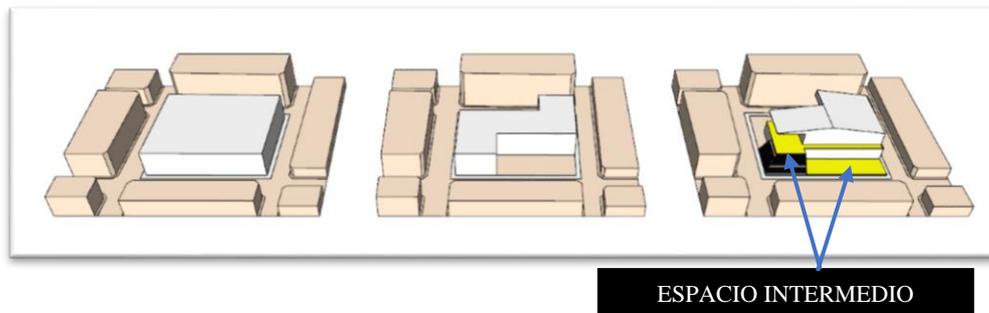


DOBLE ALTURA



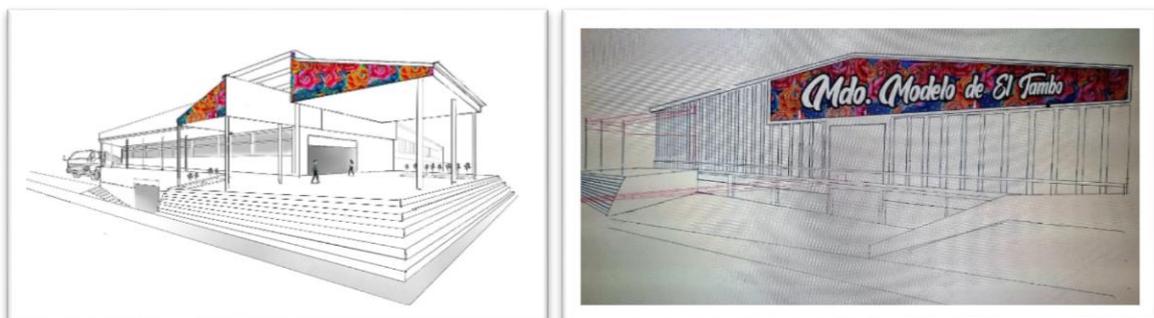
Para la creación de espacios intermedios, éstos estarán plasmados en el medio nivel y nivel 0, ambos espacios estarán conectados al espacio público, lo cual permitirá tener una mejor fluidez a través de la continuidad espacial.

#### ESQUEMA PRELIMINAR - ESPACIOS



Según D.K. Ching, la construcción de la forma, espacio y orden, parte de los elementos primarios hasta llegar a las composiciones arquitectónicas más complejas, examina la cadena secuencial que va desde el punto, la línea, el plano y el volumen hasta la forma, el espacio, la organización, la circulación, la proporción, la escala y los principios ordenadores.

#### ESQUEMA PRELIMINAR - FACHADA



Para la fachada principal del equipamiento, se tomará en cuenta EL CONTEXTO URBANO del Jr. Santa Isabel; aquellas viviendas que mantienen la identidad cultural plasmado en sus construcciones, que se mantienen hasta el momento, además contaremos con un envolvente como la cobertura con caída a dos aguas para poder hacer que las precipitaciones de lluvia y granizo corra hacia ambos lados.

### 1.8.8. Programa arquitectónico

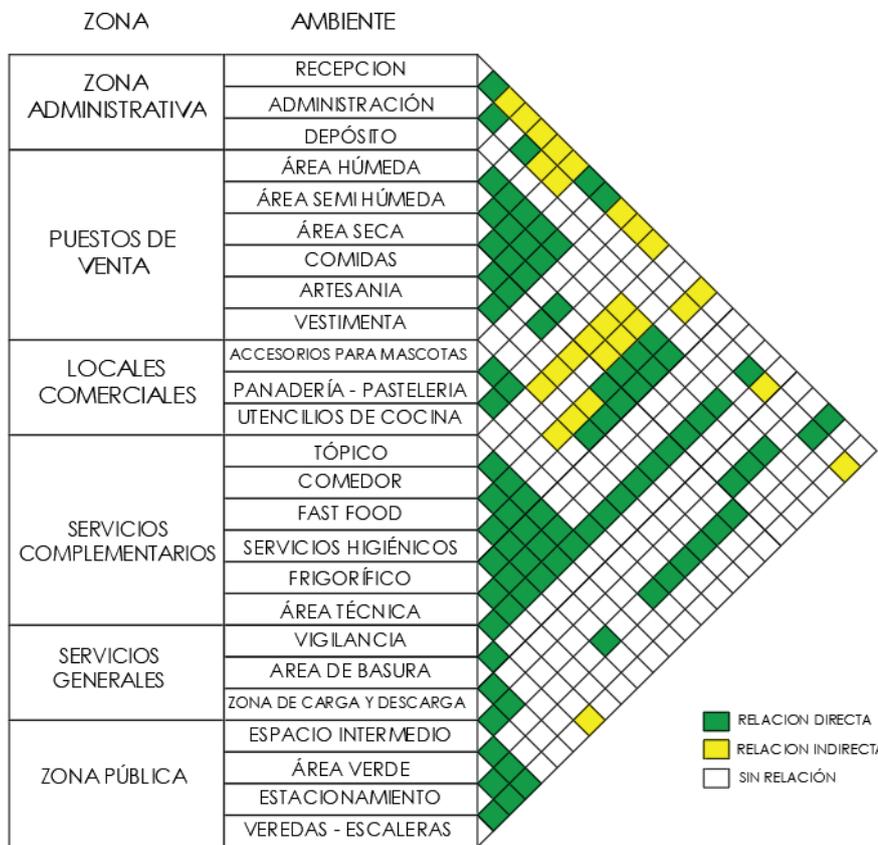
PROGRAMA ARQUITECTÓNICO									
ZONA	AMBIENTE	SUB AMBIENTE	ACTIVIDAD	CANTIDAD	ÁREA POR SUB AMBIENTE m2	AFORO	ÁREA PARCIAL m2	ÁREA TOTAL m2	
ADMINISTRATIVA	RECEPCION	INFORMES	Informar	1	3.50	1	3.50	73.30	
		SALA DE ESPERA	Esperar	1	6.00	4	6.00		
	ADMINISTRACION	PRESIDENCIA	Organizar, controlar	1	10.00	1	10.00		
		OFICINA ADMINISTRATIVA	Organizar, controlar	1	10.00	2	10.00		
		TESORERIA	Organizar, controlar	1	10.00	1	10.00		
		SECRETARIA	Servir, Organizar	1	10.00	1	10.00		
		SALA DE REUNION	Conversar	1	15.00	8	15.00		
		SS.HH VARONES	Higene personal	1	2.40	1	2.40		
		SS.HH MUJERES	Higene personal	1	2.40	1	2.40		
		DEPOSITO	DEPOSITO Y LIMPIEZA	Depositar	1	4.00	1		4.00
PUESTO DE VENTAS	ÁREA HUMEDA	CARNES	Vender	12	6.00	2	72.00	1,208.00	
		POLLO	Vender	12	6.00	2	72.00		
		PESCADOS Y MARISCOS	Vender	4	6.00	2	24.00		
	ÁREA SEMI HUMEDA	FRUTAS	Vender	12	8.00	2	96.00		
		VERDURAS	Vender	12	8.00	2	96.00		
		LACTEOS Y EMBUTIDOS	Vender	6	8.00	2	48.00		
		CONDIMENTOS	Vender	6	8.00	2	48.00		
	ÁREA SECA	LEGUMBRES	Vender	4	8.00	2	32.00		
		ABARROTOS	Vender	10	8.00	2	80.00		
		DULCERIA	Vender	4	8.00	2	32.00		
	COMIDAS	PLASTIQUERIA	Vender	4	8.00	2	32.00		
		JUGUERIAS	Vender - preparar	25	8.00	2	200.00		
	ARTESANIA	MENU	Vender - preparar	12	8.00	2	96.00		
		CEVICHERIA	Vender - preparar	8	8.00	2	64.00		
VESTIMENTA	ARTESANIA	Vender	15	8.00	2	120.00			
	ROPA	Vender	8	8.00	2	64.00			
LOCALES COMERCIALES	TIENDAS	CALZADOS	Vender	4	8.00	2	32.00	136.00	
		ACCESORIOS PARA MASCOTAS	Vender	2	25.00	4	50.00		
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	TÓPICO	PANADERIA/PASTELERIA	Vender	2	25.00	4	50.00	183.90	
		UTENCILIOS DE COCINA	Vender	1	36.00	4	36.00		
		RECEPCION	Esperar	1	1.00	2	1.00		
	COMEDOR	CONSULTORIO MEDICO	Curar - Diagnosticar	1	3.00	2	3.00		
		SS.HH	Higene personal	1	2.40	1	2.40		
	FAST FOOD	AREA DE COMENSALES	Alimentarse	1	40.00	20	40.00		
		COCINETA	Calentar alimentos	1	10.00	4	10.00		
		AREA DE COMENSALES	Comer	1	20.00	15	20.00		
		COCINA	Cocinar	1	3.00	2	3.00		
		S.H. DAMAS	Higene personal	1	1.00	4	1.00		
		S.H. VARONES	Higene personal	1	1.00	4	1.00		
		CAJA	Cobrar	1	1.00	4	1.00		
	SERVICIOS HIGENICOS	TERRAZA	Comer	1	16.00	4	16.00		
		SS.HH VARONES	Higene personal	4	2.40	4	9.60		
		SS.HH MUJERES	Higene personal	3	2.40	3	7.20		
		SS.HH. DISCAPACITADOS	Higene personal	3	3.80	1	11.40		
		CONTROL	Higene personal	3	3.00	1	9.00		
	AREA TECNICA	DEPOSITO Y LIMPIEZA	Higene personal	3	3.00	1	9.00		
		FRIGORIFICO	FRIGORIFICO	Almacenar	1	20.00	4		20.00
		CUARTO DE LIMPIEZA	Guardar - Almacenar	1	1.80	1	1.80		
CISTERNA		Almacenar agua	1	3.50	1	3.50			
CUARTO DE BOMBAS		Monitorear	1	3.50	1	3.50			
CUARTO DE TABLEROS		Monitorear	1	3.50	1	3.50			
GRUPO ELECTROGENO		Generar energia	1	3.50	1	3.50			
CUARTO DE MAQUINAS		Monitorear	1	3.50	1	3.50			
SERVICIOS GENERALES	VIGILANCIA	CUARTO DE VIGILANCIA	Monitorear	1	8.00	1	8.00	198.00	
	AREA DE BASURA	CONTENEDORES	Almacenar basura	1	10.00	1	10.00		
	ZONA DE CARGA Y DESCARGA	ZONA DE CARGA Y DESCARGA	Descargar y cargar	1	180.00	4	180.00		
ZONA PUBLICA	ESPACIO INTERMEDIO	PLAZOLETA 1	Socializar	1	550.00	-	550.00	2,133.00	
		PLAZOLETA 3	Socializar	1	600.00	-	600.00		
	AREA VERDE	AREA VERDE	Descansar	1	-	-	-		
	ESTACIONAMIENTO	ESTACIONAMIENTO	Estacionar	4	12.50	-	50.00		
	TERRAZA	TERRAZA	Permanecer	1	233.00	-	233.00		
	VEREDAS-ESCALERAS-RAMPAS	VEREDAS-ESCALERAS-RAMPA	Caminar	1	700.00	-	700.00		

SUB TOTAL	3,932.20
CIRCULACION Y MUROS 10%	393.22
AREA LIBRE 30%	1,179.66
TOTAL	5,505.08

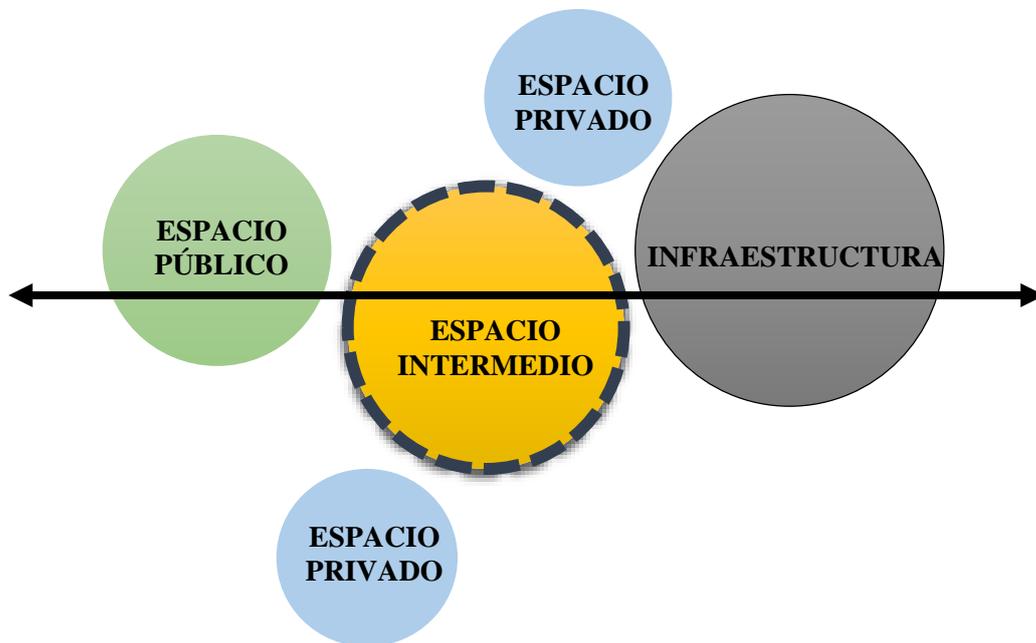
AFORO			155
1° PISO	870	2 M2 / persona	435
2° PISO	396	2 M2 / persona	198
3° PISO	500	2 M2 / persona	250
TOTAL AFORO			1038

**1.8.9. Matriz, esquema y flujograma de relaciones espaciales**

**MATRIZ DE RELACIONES ESPACIALES**



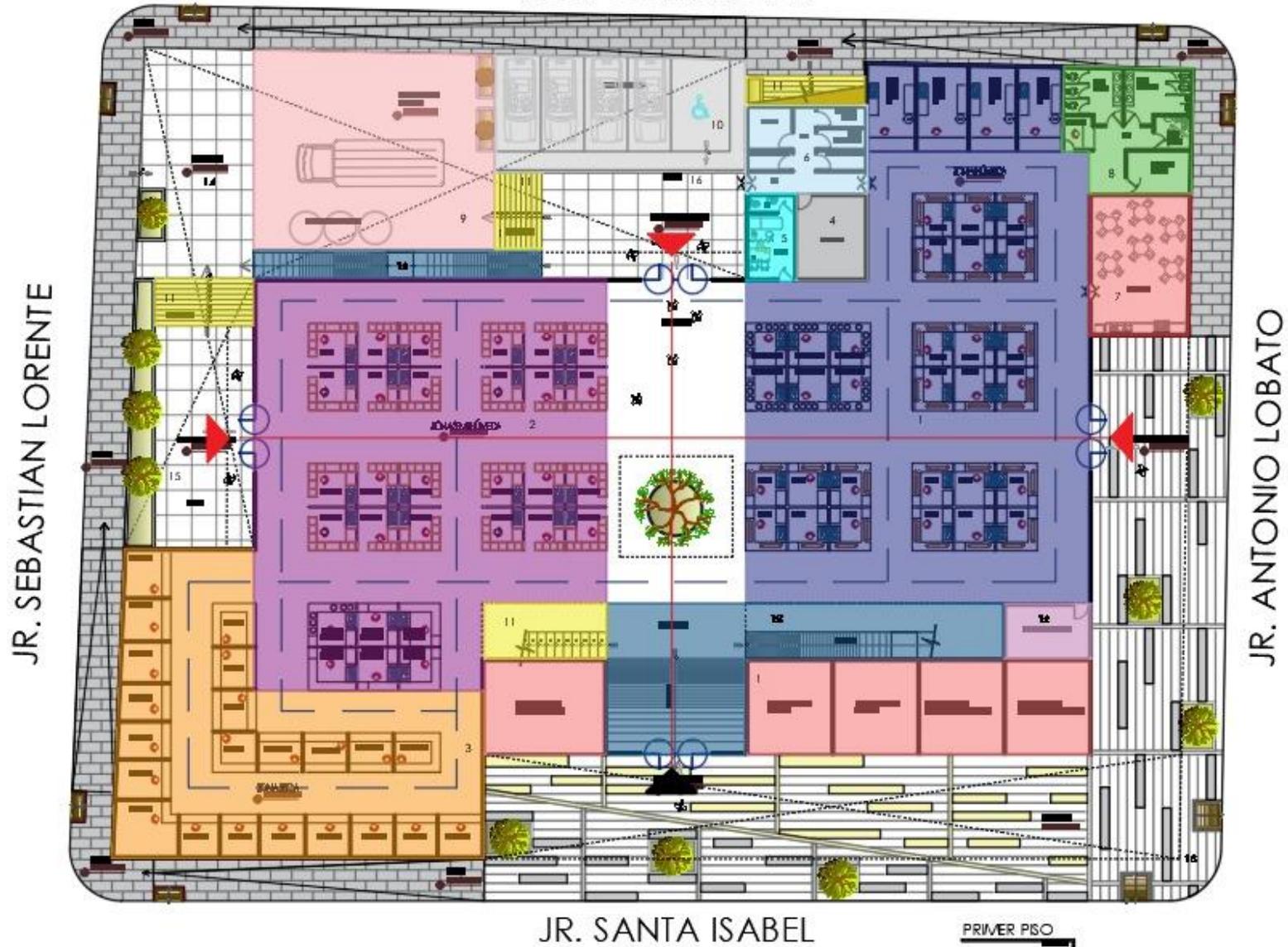
**ESQUEMA CONCEPTUAL DE RELACIONES ESPACIALES**





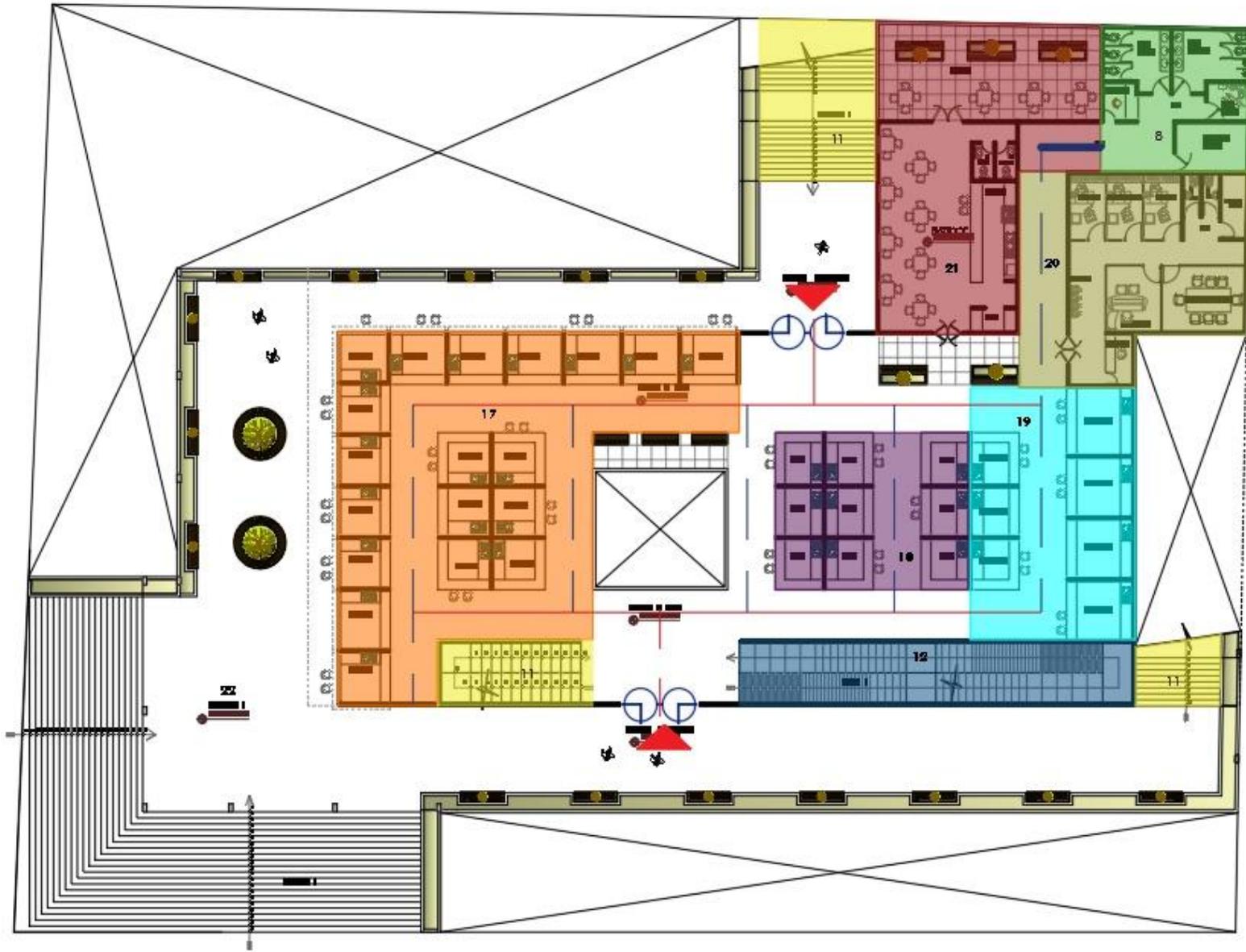
1.8.10. Zonificación y circulación

PSJE. COMERCIAL

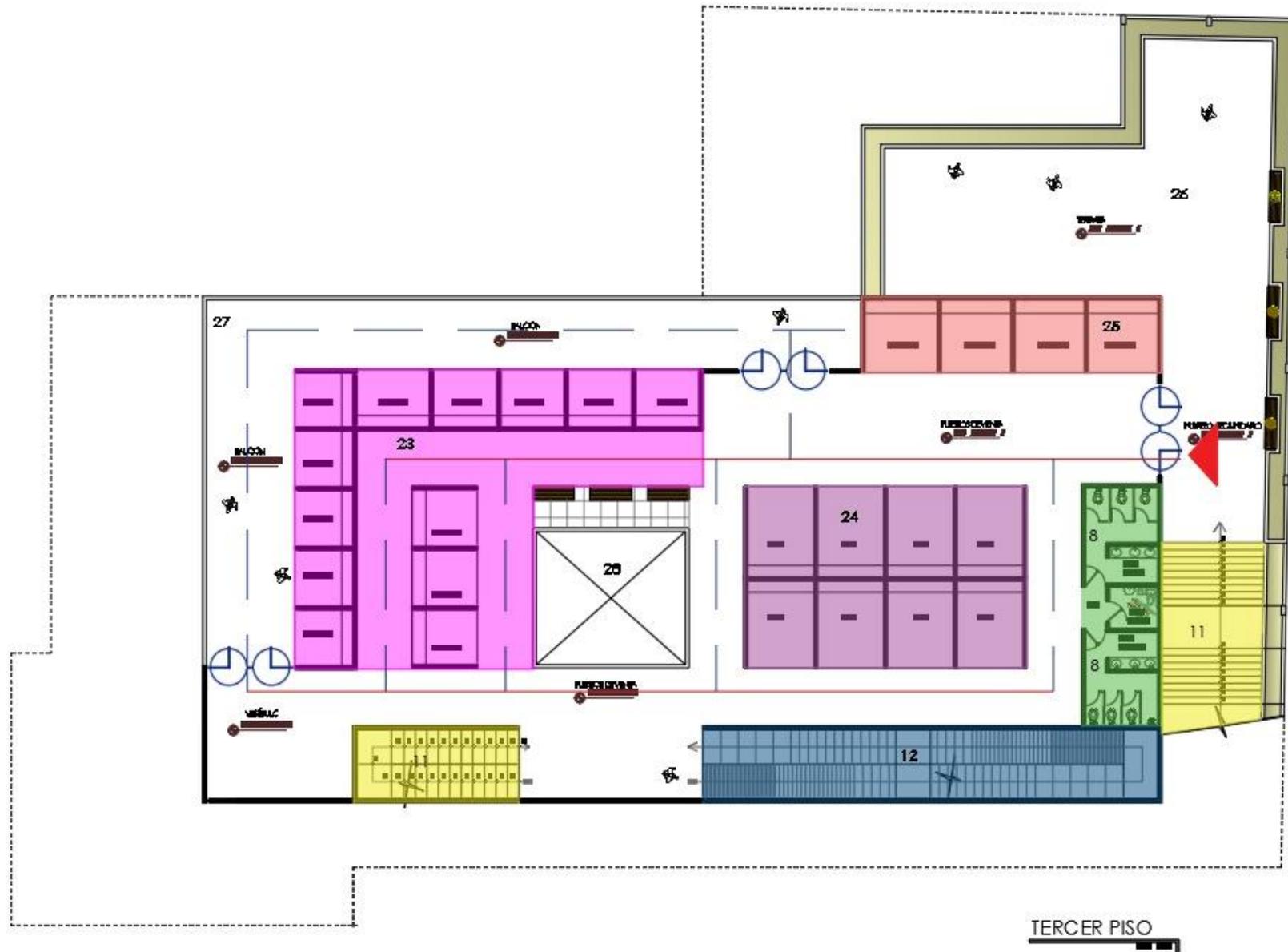


- |                    |                         |                             |                         |                    |                         |             |
|--------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|-------------|
| 1. ZONA HÚMEDA     | 5. TÓPICO               | 9. ZONA DE CARGA Y DESCARGA | 13. PLAZOLETA 1 - E.L.1 | 17. JUGLERIAS      | 21. FAST FOOD           | 25. CALZADO |
| 2. ZONA SEMIHÚMEDA | 6. ÁREA TÉCNICA         | 10. ESTACIONAMIENTO         | 14. PLAZOLETA 2         | 18. MENU           | 22. PLAZOLETA 3 - E.L.2 | 26. TERRAZA |
| 3. ZONA SECA       | 7. COMEDOR              | 11. ESCALERA                | 15. PATIO 1             | 19. CEVICHERA      | 23. ARTESANIA           | 27. BALCON  |
| 4. FRIGORIFICO     | 8. SERVICIOS HIGIENICOS | 12. RAMPA                   | 16. PATIO 2             | 20. ADMINISTRACION | 24. ROPA                | 28. DUCTO   |

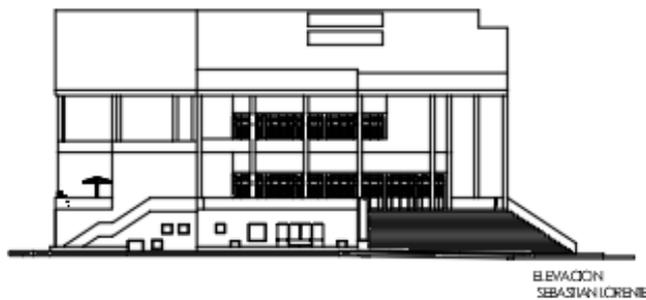
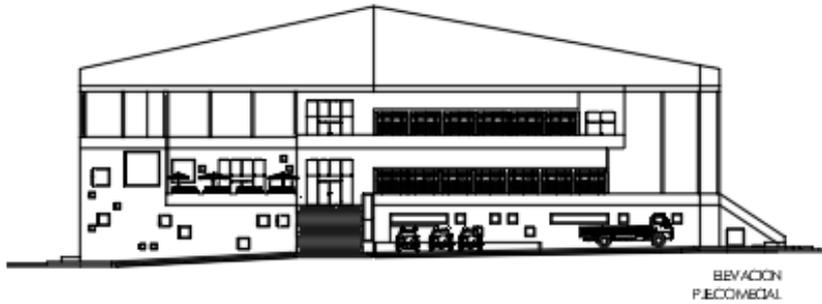
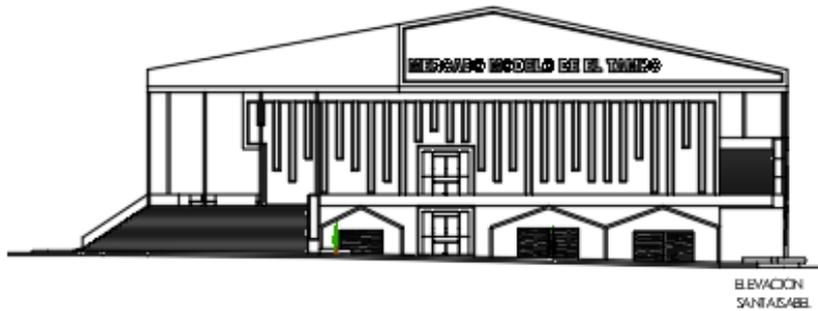
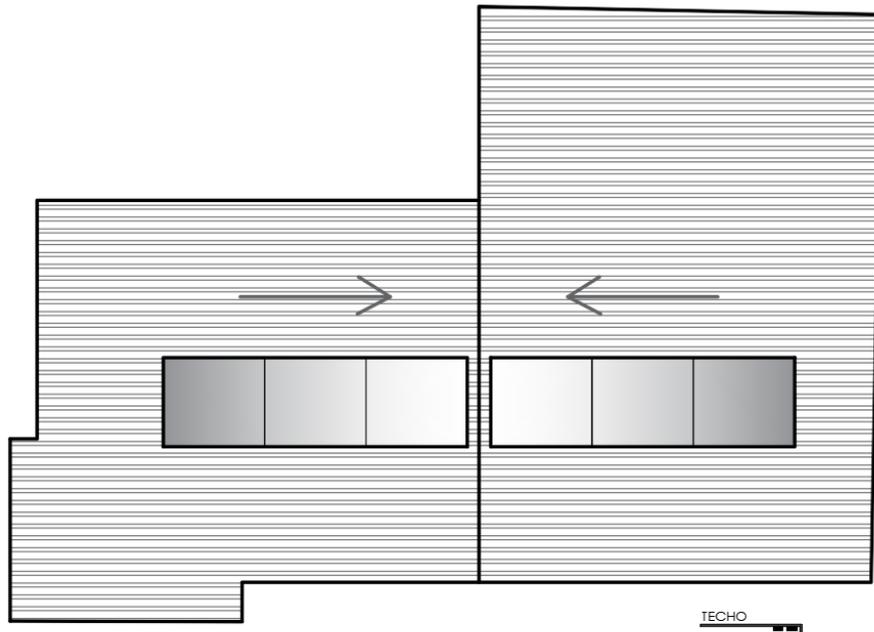
PRIMER PISO



SEGUNDO PISO

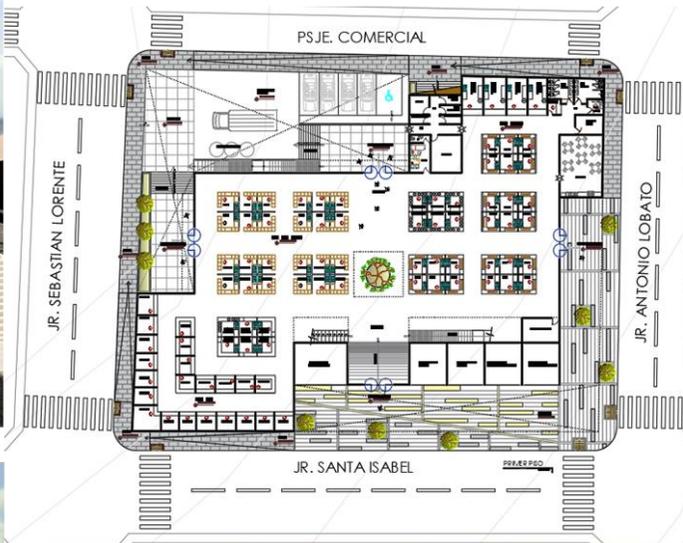


TERCER PISO



1.8.11. Visualización 3D

**ESPACIO INTERMEDIO DEL MERCADO MODELO DE EL TAMBO**





ESPACIO INTERMEDIO 1



**ESPACIO INTERMEDIO 2**



INGRESO PRINCIPAL



TERRAZA

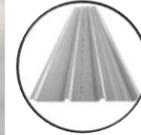
INGRESO SECUNDARIO

ZONA DE CARGA Y DESCARGA





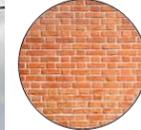
**MATERIALIDAD**



**COBERTURA:**  
ESTRUCTURA METÁLICA -  
ALUZINC TR4



**VIGAS Y COLUMNAS:**  
CONCRETO ARMADO



**MUROS:**  
MURO DE LADRILLO  
TARRAJEADO Y PINTADO



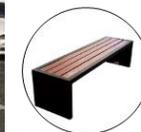
**MURO CORTINA:**  
PERFILES DE MADERA DE  
PINO-VIDRIO TEMPLADO



**PISOS:**  
PISO DE CEMENTO SEMIPULIDO  
NATURAL - COLOREADO



**CIRCULACION VERTICAL:**  
BARANDAS DE  
ESTRUCTURA METÁLICA



**MOBILIARIO URBANO:**  
ESTRUCTURA METÁLICA/MADERA  
TROPICAL