



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

Estudio de la arquitectura comercial como herramienta de  
renovación urbana en el distrito de San Juan de Lurigancho

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Arquitecto

**AUTORES:**

Laureano Rabanal, Carolina Alejandra (orcid.org/0000-0002-9972-2833)

Nieves Deza, Victor Daniel (orcid.org/0000-0001-8739-2999)

**ASESORA:**

Mgtr. Casanova Pita, Roxana Elizabeth (orcid.org/0000-0003-2981-3470)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Arquitectura

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo sostenible y adaptación al cambio climático

LIMA – PERÚ

2022

### **Dedicatoria**

El siguiente trabajo se lo dedicamos a nuestros familiares quien en todo momento nos brindan su apoyo incondicional.

### **Agradecimiento**

Agradecemos a dios por la fortaleza brindada, nuestros familiares, a nuestra docente quien han sido la guía mutua para lograr con éxito el proyecto a realizar.

## Índice de Contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen .....	xii
Abstract .....	xiii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	8
III. METODOLOGÍA.....	85
3.1. Tipo y Diseño de investigación .....	85
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....	86
3.3. Escenario de estudio.....	88
3.4 Participantes .....	91
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	93
3.6. Procedimiento .....	96
3.7. Rigor científico .....	98
3.8. Método de Análisis de datos.....	98
3.9. Aspectos éticos .....	100
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	101
V. CONCLUSIONES .....	157
VI. RECOMENDACIONES.....	166
REFERENCIAS .....	198
ANEXOS	

ANEXO 1: Tabla de matriz de Categorización de la categoría Arquitectura comercial

ANEXO 2: Tabla de matriz de Categorización de la categoría renovación urbana

ANEXO 3: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

ANEXO 4: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

ANEXO 5: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

ANEXO 6: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

ANEXO 7: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

ANEXO 8: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

ANEXO 9: Carta de presentación al arquitecto especialista.

ANEXO 10: Carta de presentación al arquitecto especialista.

ANEXO 11: Carta de presentación al arquitecto especialista.

ANEXO 12: Ficha de observación del supermercado Tottus en el distrito de San Juan de Lurigancho.

ANEXO 13: Ficha de observación del supermercado Plaza vea las flores en el distrito de San Juan de Lurigancho.

ANEXO 14: Ficha de observación de la Av. Proceres de la independencia en el distrito de San Juan de Lurigancho.

ANEXO 15: Ficha de observación del cambio de imagen en el AA.HH en el distrito de San Juan de Lurigancho.

ANEXO 16: Ficha de observación del proyecto boulevard comercial el polo en el distrito de Santiago de Surco

ANEXO 17: Ficha de observación del proyecto la plazoleta de la integración en el distrito del Rímac

ANEXO 18: Ficha de observación del proyecto recuperación de espacios públicos en el distrito de Miraflores

ANEXO 19: Ficha de análisis de contenido

ANEXO 20: Ficha de análisis de contenido

ANEXO 21: Ficha de análisis de contenido

ANEXO 22: Ficha de análisis de contenido

ANEXO 23: Ficha de análisis de contenido

ANEXO 24: Ficha de análisis de contenido

ANEXO 25: Validación del instrumento de guía de entrevista aplicada al Arq. Egúsquiza Monteagudo Gerard Alberto

ANEXO 26: Validación del instrumento de guía de entrevista aplicada al Arq. Pedro Nicolas Chávez Prado

ANEXO 27: Validación del instrumento de guía de entrevista aplicada al Arq. Teddy Iván Esteves Saldaña

ANEXO 28: Consentimiento informado del Mgtr. Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana

ANEXO 29: Consentimiento informado del Mgtr. Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernández

ANEXO 30: Consentimiento informado del Mgtr. Arq. Juan Luis Palacios Rojas

ANEXO 31: Ficha de matriz de consistencia

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Categorías de la investigación</i> .....	87
<b>Tabla 2.</b> <i>Participante en la investigación</i> .....	92
<b>Tabla 3.</b> <i>Técnicas e instrumentos empleados en la investigación</i> .....	94
<b>Tabla 4.</b> <i>Procedimiento de los instrumentos</i> .....	97
<b>Tabla 5.</b> <i>Método de análisis de datos</i> .....	99
<b>Tabla 6.</b> <i>Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos</i> .....	101
<b>Tabla 7.</b> <i>Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos</i> .....	110
<b>Tabla 8.</b> <i>Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos</i> .....	123
<b>Tabla 9.</b> <i>Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos</i> .....	130
<b>Tabla 10.</b> <i>Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos</i> .....	138
<b>Tabla 11.</b> <i>Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos</i> .....	145

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Ficha análoga caso Zorlu center.....	18
<b>Figura 2.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 2.....	19
<b>Figura 3.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 3.....	20
<b>Figura 4.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 4.....	21
<b>Figura 5.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 5.....	22
<b>Figura 6.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 6.....	23
<b>Figura 7.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 7.....	24
<b>Figura 8.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 8.....	25
<b>Figura 9.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 9.....	26
<b>Figura 10.</b> Ficha análoga caso Parc central.....	27
<b>Figura 11.</b> Ficha análoga caso Parc central 2.....	28
<b>Figura 12.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 3.....	29
<b>Figura 13.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 4.....	30
<b>Figura 14.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 5.....	31
<b>Figura 15.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 6.....	32
<b>Figura 16.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 7.....	33
<b>Figura 17.</b> Ficha análoga caso Zorlu center 8.....	34
<b>Figura 18.</b> Ficha análoga caso Parc central 9.....	35
<b>Figura 19.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall.....	36
<b>Figura 20.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 2.....	37
<b>Figura 21.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 3.....	38
<b>Figura 22.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 4.....	39
<b>Figura 23.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 5.....	40
<b>Figura 24.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 6.....	41
<b>Figura 25.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 7.....	42
<b>Figura 26.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 8.....	43

<b>Figura 27.</b> Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 9 .....	44
<b>Figura 28.</b> Proyecto de renovación urbana en México .....	63
<b>Figura 29.</b> Proyecto de renovación urbana en Argentina .....	64
<b>Figura 30.</b> Proyecto de renovación urbana en Brasil .....	66
<b>Figura 31.</b> Proyecto Abandoibarra de Bilbao .....	74
<b>Figura 32.</b> Proyecto Parque de la milla digital de Zaragoza .....	75
<b>Figura 33.</b> Proyecto Plan master de Centros comerciales en Santiago .....	76
<b>Figura 34.</b> Mapa satélite Distrito de San Juan de Lurigancho .....	88
<b>Figura 35.</b> Mapa satélite del sector 4 del distrito de san juan de Lurigancho.....	89
<b>Figura 36.</b> Av. Canto Grande .....	90
<b>Figura 37.</b> Av. Próceres de la Independencia .....	90
<b>Figura 38.</b> Av. José Carlos Mariátegui .....	91
<b>Figura 39.</b> Propuesta de reajuste de zonificación.....	113
<b>Figura 40.</b> Generando centralidades dentro de una ciudad.....	118
<b>Figura 41.</b> Mejora de la imagen urbana .....	121
<b>Figura 42.</b> Generando actividades comerciales y sociales.....	126
<b>Figura 43.</b> Estudio de la sociología en la ciudad.....	127
<b>Figura 44.</b> Estudio de la antropología en la ciudad.....	130
<b>Figura 45.</b> Estructura de una ciudad organizada. ....	131
<b>Figura 46.</b> La regeneración urbana para mejora la imagen de la ciudad. ....	133
<b>Figura 47.</b> Conformación del paisaje urbano en la ciudad.....	136
<b>Figura 48.</b> Confort urbano en los espacios públicos.....	140
<b>Figura 49.</b> Transformación de alameda central .....	142
<b>Figura 50.</b> Conservación de espacios urbanos.....	146
<b>Figura 51.</b> Revitalización de parque cultural .....	149
<b>Figura 52.</b> Regeneración urbana en el barrio de Guayaquil .....	151
<b>Figura 53.</b> Espacios de zona de exposición.....	167

<b>Figura 54.</b> Eje comercial de locales especializados y Ubicación del espacio de acopio, abastecimiento y distribución .....	167
<b>Figura 55.</b> Plaza central del Mercado .....	168
<b>Figura 56.</b> Mejoramientos de los espacios en los mercados .....	169
<b>Figura 57.</b> Centro comercial con diversos locales comerciales al interior.....	169
<b>Figura 58.</b> Plaza pública como corazón del centro comercial donde se realizan actividades sociales. ....	170
<b>Figura 59.</b> Plaza gastronómica.....	170
<b>Figura 60.</b> Diseño de áreas de depósito y exhibición .....	171
<b>Figura 61.</b> Cambio de zonificación de OU a CZ en el distrito de S.J.L.....	172
<b>Figura 62.</b> Diseño de un megaproyecto comercial .....	172
<b>Figura 63.</b> Ubicación de los nodos comerciales y su relación de subcentralidades comerciales .....	173
<b>Figura 64.</b> Proyectos propuestos en base a las necesidades de la población ...	174
<b>Figura 65.</b> Fachada al estilo nórdico .....	174
<b>Figura 66.</b> Mobiliario flexible en fibra de vidrio para espacios interiores .....	175
<b>Figura 67.</b> Paneles de furdemax que actúa como aislamiento de temperaturas extremas, vientos y ruidos. ....	176
<b>Figura 68.</b> Integración de lámparas suspendidas .....	176
<b>Figura 69.</b> Espacios de socialización. ....	177
<b>Figura 70.</b> Espacios de actividades sociales y de convivencia .....	178
<b>Figura 71.</b> Boulevard comercial.....	179
<b>Figura 72.</b> Pasajes peatonales.....	180
<b>Figura 73.</b> Diseño de espacios al exterior de los espacios comerciales .....	181
<b>Figura 74.</b> Espacios culturales en centros comerciales.....	181
<b>Figura 75.</b> Juego de colores representativos a un mercado zonal.....	182
<b>Figura 76.</b> Integración de áreas verdes en galerías comerciales.....	183

<b>Figura 77.</b> Centro comercial con equilibrio del paisaje urbano existente. ....	184
<b>Figura 78.</b> Creación de espacios colectivos conectado a un centro comercial. .	184
<b>Figura 79.</b> Diseño de un centro comercial .....	185
<b>Figura 80.</b> Estrategias de diseño en espacios públicos.....	187
<b>Figura 81.</b> Integrar áreas verdes dentro de áreas comerciales .....	187
<b>Figura 82.</b> Integración de áreas verdes en las edificaciones.....	188
<b>Figura 83.</b> Transformación de un boulevard comercial.....	188
<b>Figura 84.</b> Espacios de cine .....	189
<b>Figura 85.</b> Galerías comerciales en zona histórica.....	190
<b>Figura 86.</b> Diseño de recorridos peatonales con integración de juegos de mesa. .....	191
<b>Figura 87.</b> Espacios sociales y ecológicos al exterior de los puestos informales. .....	192
<b>Figura 88.</b> Mercado vecinal micaela bastidas. ....	195
<b>Figura 89.</b> Diseño de mercado que integre el color, forma y espacialidad del contexto urbano.....	195
<b>Figura 90.</b> Diseño de Fachadas de locales comerciales .....	196

## Resumen

Los espacios urbanos que se encuentran en el distrito están en completo abandono y las edificaciones existentes generan una trama urbana informal, por lo que se centra una serie de necesidades sociales y económicas. El presente trabajo de investigación tiene como principal propósito estudiar la influencia de la arquitectura comercial como herramienta de la renovación urbana en el distrito de san juan de Lurigancho, es por ello se desarrollará mediante un análisis de investigaciones teóricas y aplicadas. La presente investigación tiene como enfoque al tipo cualitativa mediante un tipo de investigación aplicada y un diseño de tipo fenomenológico con un nivel descriptivo, implementando técnicas de recolección de datos como el análisis documental, la entrevista, la observación para así obtener los resultados de cada objetivo planteado en la investigación, concluyendo que la arquitectura comercial genera una influencia positiva a nivel social y económico para la renovación del distrito, así también permite implementar estrategias urbanas y sostenibles mediante espacios comerciales que permitan conservar, revitalizar y renovar las edificaciones y espacios urbanos existentes generando un paisaje urbano equilibrado.

**Palabras clave:** Arquitectura comercial, renovación urbana, espacios urbanos, espacios comerciales.

## **Abstract**

The urban spaces found in the district are completely abandoned and the existing buildings generate an informal urban fabric, which is why a series of social and economic needs are focused. The main purpose of this research work is to study the influence of commercial architecture as a tool for urban renewal in the district of San Juan de Lurigancho, which is why it will be developed through an analysis of theoretical and applied research. The present investigation is focused on the qualitative type through a type of applied research and a phenomenological design with a descriptive level, implementing data collection techniques such as documentary analysis, interview, observation in order to obtain the results of each objective. raised in the investigation, concluding that commercial architecture generates a positive influence at a social and economic level for the renewal of the district, as well as allowing the implementation of urban and sustainable strategies through commercial spaces that allow the conservation, revitalization and renewal of existing buildings and urban spaces, generating a balanced urban landscape.

**Keywords:** Commercial architecture, urban renewal, urban spaces, commercial spaces.

## I. INTRODUCCIÓN

Para analizar el entorno real de las categorías a trabajar en este proyecto de investigación, se continúa a realizar una ***aproximación temática***, por lo que se toma en cuenta la realidad problemática en diversos aspectos, relacionándolo al tema a estudiar desde el nivel mundial hasta un nivel local. Para ello Hernández y Mendoza (2018) mencionan que el investigador debe iniciar con una idea que será considerado como punto de partida y la aproximación con la realidad para el desarrollo de investigaciones, y debe trabajarse para transformarlos en planteamiento del problema de manera clara y pertinente.

En la actualidad existen diversos problemas en el distrito de San Juan de Lurigancho que aquejan a una población creciente donde cada vez se evidencia la importancia de tener equipamientos acordes a las carencias sociales y económicas de los pobladores donde brinden una relación directa de beneficio al momento de comprar y socializar. A medida que la población fue incrementando de manera rápida y desordenada se busca la necesidad de renovar nuevos espacios urbanos. Sin embargo, ninguno de nuestras autoridades priorizó la actualización del POT para que se puedan ejecutar proyectos de interés para el distrito. Hoy en día todos los gobernantes siguen rigiéndose al antiguo plan de ordenamiento territorial que fue diseñado para un número de pobladores y necesidades de aquella época, la cual es diferente a la realidad actual. Por lo que ha generado que muchas familias no se sientan identificados y suelen salir del distrito en busca de nuevas experiencias comerciales. Lo que implica que el distrito se limite a no crecer económicamente y se vea aislado de la ciudad en ámbitos de integración social.

Se entiende a la **renovación urbana** como la intervención en ciudades con diversos problemas de carácter urbano. Se usa para restablecer la calidad de vida y estética de espacios urbanos o rurales a futuros desarrollos. Nos dice Caffrey (2020) es llamado también revitalización urbana, como un proceso de rehabilitación urbana mediante la restauración de estructuras existentes en una mala conservación en edificaciones, parques, caminos, áreas industriales y urbanizaciones. Explica que en diferentes partes de la ciudad se observa

infraestructuras deterioradas y lo que genera la renovación urbana es transformar estas construcciones para una mejor calidad de vida urbana.

**A nivel mundial**, el crecimiento de las ciudades va en aumento así mismo abordando el crecimiento poblacional en Singapur. Nos dice el Banco mundial en (2017) en la ciudad se evidencian zonas urbanas en crisis, esto se debe al cambio de patrones en el crecimiento urbano y de producción, en algunos países en desarrollo tiene un incremento del 90% de población urbana, los cascos centrales urbanos albergan grandes números de ciudadanos en vulnerabilidad formando un efecto a largo plazo negativo para las personas. Lo que nos dice, el crecimiento continuo va en aumento generando ciertas incertidumbres en los cascos centrales al límite de dejan estas zonas deshabilitadas por no contar una determinada intervención privada o pública. Por otra parte, las renovaciones urbanas deben entenderse a las situaciones de vulnerabilidad social, no solo que mejore las condiciones globales sino le dé un significado propio al barrio. Donde nos dice, Ramos et al., (2020) en Sevilla, que los problemas que cuenta es a nivel social habitacional una clara desventajas en la hora de intervenir, observando el envejecimiento de las viviendas desde su edificaciones dando problemas como la accesibilidad, para conseguir la cohesión social urbana debe ser planeada desde un punto de vista democrático, participando los ciudadanos en las renovaciones urbanas ya que influye en muchas dinámica, en lo que va desarrollándose las ciudades se genera el interés de intervención del mercado inmobiliario o promotores económicos para incentivar la conservación del barrio y fomentar actividad urbana. En otras palabras, en un barrio influye mucho la habitabilidad urbana, como el ciudadano crea urbanismo mediante los desplazamientos del barrio, teniendo en cuenta esto, las entidades competentes intervienen tomando estas participaciones ciudadanas.

**A nivel latinoamericano**, los problemas sobre asentamientos informales van de la mano de la realidad urbana actual como en México. Según Delgadillo (2021) el Programa de renovación de barrios de las ciudades en crecimiento es regenerarlo mas no erradicarlos, lo que se basa en los barrios informales, sector de la ciudad donde no tienen accesos a servicios de infraestructura urbana, esto se debe a problemas sociales que conllevan los habitantes, como los nuevos

asentamientos informales que están un crecimiento desacelerado por la falta de una reorganización de espacios urbanos, optando medidas por habitar en espacios destinados al sector público. Explica que dado el crecimiento demográfico informal es lo que causa la mala organización urbana afectando el desarrollo y así los planes de renovación urbana. Asimismo, la transformación de las ciudades se basa en la degradación de las áreas centrales del punto de trama urbana de la ciudad de Bogotá. Donde nos dice Álvarez (2019) en Bogotá ha surgido una aglomeración de actividades lo cual ha generado un proceso de transformación en infraestructura urbana, usos de suelo y actividades del sector económico, lo que ha llevado a crear formas entre el centro y sus habitantes de forma desordenada en funciones de habitabilidad. En otras palabras, nos dice que en sectores céntricos existe la aglomeración de actividades sociales que no le dan paso a la regeneración urbana, cabe de resaltar que actualmente ya se están interviniendo renovaciones urbanas a nivel micro para alcanzar a la ciudad central de Bogotá.

**A nivel nacional**, en el Perú los lugares públicos tienen un rol importante para interactuar con la ciudad. Es por esto que Bustillos (2020) nos dice que los temas de planificación en el Perú no se han tomado en cuenta es por eso que la ciudad crece de manera informal, como los asentamientos humanos, donde debería tener un plan previo, en las ciudades tenemos 2 categorías, construidas son las que están con una infraestructura mal hecha o no cumple una función urbana y las por construir son donde se puede planificar algunas estrategias urbanas para que vaya mejorando la degradación urbana. Explica que, el crecimiento de ciudades de manera informal y desordenada, trae consecuencias urbanas, por lo que se generan problemas globales a nivel macro urbano del distrito y es por eso que, al generar planes urbanos para el sector, muchas veces no llegan a concluir porque no se tiene previsto el crecimiento informal urbano. Según Zambrano (2020) nos dice que se evidencian que diversos diseños de infraestructura modernos no disponen los requerimientos para responder a la ciudad, para ellos se necesita entender la ciudad y el impacto ambiental que puede tener, sin tomar áreas verdes como una parte de solución. En otras palabras, que construir sobre un espacio verde, te garantice mayor diseño de tu equipamiento, más bien se debería incorporar a las infraestructuras comerciales y culturales, de esa manera se podrá dar solución a problemas con los espacios naturales.

**A nivel regional**, en la región Lima Metropolitana, se ha convertido en una realidad urbanas complejas con mayor concentración de problemas como servicios básicos, falta de espacios y equipamientos públicos, con viviendas vulnerables, tugurización, falta de calidad urbana y hábitat del sector, donde la gerencia DUM lima, Mauro (2017) realizo planes de intervención pero no llegan a concluir por la falta de un plan de renovación urbana que no solo es intervención, sino también el proceso de participación por los ciudadanos. Esto nos dice que en la ciudad enfrenta diversos problemas urbanos y para lograr una renovación urbana se debe implementar a la actividad participativa de los habitantes del lugar para que alcancen una calidad de vida dentro de las edificaciones y de los espacios urbanos de la ciudad, a través de la preservación y conservación de los equipamientos en el sector. En otro caso se dan intervenciones por parte de entidades públicas para lograr una restructuración de mayor impacto social económicos. Donde Estremadoyro et. al. (2017) en la ciudad se presenta diversos planes urbanos, pero no se logran completar y esto genera nuevos espacios públicos y equipamientos de mayor relevancia dando consigo problemas sociales a los ciudadanos, afectando en la salud, educación y comercio, lo que influye mucho el recojo de propuesta por parte de los ciudadanos para lograr la rehabilitación de la ciudad. En otras palabras, se dice que no es necesario generar nuevos espacios urbanos para lograr una renovación urbana, sino que también se puede configurar estas infraestructuras públicas o privadas para dar un mayor uso a nivel de necesidades que presentan los ciudadanos.

**A nivel distrital**, El Distrito de San Juan de Lurigancho es considerado uno de lo más grande a nivel de población, debido a un incremento de migraciones a raíz de problemas sociales en diversos países de América, es un distrito con mayor crecimiento a futuro en inversiones, según Ríos (2018), se dice que este distrito ya cuenta con planes comerciales pero no les dan los permisos correspondientes por temas de especialidades a corregir y a que otros proyectos comerciales tienen juicios pendientes y no cuentan con una investigación ni permisos para intervenir en dicho lugar.

Por otra parte, en él informe sobre las condiciones de infraestructuras del lugar. Señala Orcotorio (2022) que la crisis sanitaria que llevamos en la actualidad,

genera que las infraestructuras se encuentren en un nivel regular y malo, lo que causa que haya alta demanda de espacios sociales en abandono en diversos sectores del distrito, ya que cuentan con áreas de entretenimiento y culturales, pero no cumplen la alta demanda social, lo que genera que no llegan a interactuar con el establecimiento. Lo que nos da a decir, es que dentro lo que va el año, este problema se encuentra en diversos puntos dentro del distrito, ya que no se sabe aprovechar las determinadas áreas, donde se evidencia un mal manejo de espacios, espacios que no le dan funciones importantes para desarrollar diversas áreas comerciales, recreacionales o culturales.

**A nivel local**, existe calles y jirones de uso residencial donde se ha concentrado las actividades comerciales por el uso y costumbre que tienen los pobladores cuando se trata de realizar actividades o emprendimientos comerciales creando una mala imagen urbana por no utilizar criterios de renovación urbana para revalorizar el sector, esto se ve replicado en diversas calles de la localidad y cada vez exista un desorden haciendo que muchos de sus pobladores decidan cambiar de aires y dejar sus propiedades en alquiler ya que estas malas acciones traen consigo el deterioro de los mobiliarios urbanos y falta mantenimiento y rehabilitación de espacios haciendo que se cree un contexto urbano desagradable para sus pobladores y visitantes. Es por ello, la ubicación del terreno ha sido seleccionado estratégicamente en ubicación, morfología y accesibilidad para llegar a diversas actividades comerciales, la cual está ubicada en una esquina entre la Av. Canto Grande y Av. del Parque donde se utilizará estrategias de diseño arquitectónico comercial para la zona para que se vuelva un lugar atractivo y agradable para las familias y pobladores que visiten al sector creando este un impacto positivo para generar una mejor estabilidad económica y social.

En este proceso de la investigación se plantea la **formulación del problema** donde se identifica la problemática que se atraviesa en San Juan de Lurigancho. Lo cual nos dice Souza (2021) que se describen las situaciones que llamamos origen y fundamento del problema, tratando de formular indicadores en busca de interrogantes, lo cual se puede enumerar por hechos para relacionarlo con ideas conceptuales de teorías fundamentadas. Es por ello, que formulamos la siguiente interrogante a la problemática de la investigación: **¿De qué manera influye la**

## ***arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en San Juan de Lurigancho?***

A Continuación, en este apartado se elabora la ***justificación del estudio*** donde tenemos que detallar el alcance de esta investigación. Tal como menciona Baena (2017) justificar la razón de la investigación es exponer las necesidades que motivó al investigador a seleccionar determinado tema a desarrollar. Estas razones son de orden objetivo o subjetivo. Esto quiere decir que para explicar de manera coherente los fundamentos para el cual se tiene que responder con explicación contundente al ¿por qué? ¿para qué? y ¿para quienes? Por consiguiente, se ***Justificación socialmente*** a través de esta investigación es para evidenciar la poca importancia que tienen las autoridades y la población por crear lazos de desarrollo económico que ayude al distrito y a los nuevos emprendimientos que se están dando en el sector. La aplicación de la arquitectura comercial será clave para la reactivación económica del distrito y de esta manera creará lazos de desarrollo económico a nivel local e interdistrital. Dando lugar a que se consolide un nuevo nodo comercial en el distrito que descentralice la actividad comercial tan colapsada de la ciudad y a su vez cubra las necesidades de consumo de los pobladores. Produciendo actividades complementarias en la zona y aumentando la valorización de los predios aledaños Así mismo, se ***justifica prácticamente***, dada la presente investigación es necesaria e importante porque beneficiará a toda la población del distrito de S.J.L. puesto que se propone implementar la arquitectura comercial la cual va a repercutir con resultados positivos en la renovación urbana del distrito. teniendo como resultado la presencia de espacios adecuados e idóneos que mejoren las experiencias de consumo y de interacción con su entorno social. Ello incentiva al sector comercial en aplicar el estudio de la arquitectura comercial ya que con estas acciones va a darse un cambio panorámico de la zona transformándolo en un lugar atractivo para sus pobladores. Finalmente, se ***justifica teóricamente*** dada la siguiente investigación se elabora con la finalidad de recopilar información y dar a conocer la importancia de aplicar la arquitectura comercial como un elemento primordial para generar cambios en una ciudad. La cual ha sido utilizado esta estrategia en otros países para revalorizar ciertos espacios en abandono recuperando su estado original para el cual ha sido

diseñado. A su vez contribuye como aporte a las futuras investigaciones que estén relacionados con el mismo objetivo.

Además de ellos, se resume lo investigado a través de **los objetivos** que conforman últimas respuestas que el investigador ha alcanzado y tiene una función de orientar el procedimiento de la investigación. Según Bastidas (2019) para lo cual deben ser alcanzables ya que son metas que se quieren alcanzar en la investigación. Es por ello, que después del análisis de la investigación se plantea el **objetivo general** de la investigación: ***Analizar la influencia de la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en San Juan de Lurigancho.***

Así mismo, se determinan **los objetivos específicos** se formulan de la manera siguiente: 1) Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito; 2) Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico; 3) Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales; 4) Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana; 5) Explicar los efectos positivos de la renovaciones urbanas para el desarrollo sostenible del distrito de san juan de Lurigancho; 6) Detallar estrategias urbanas para la intervención en barrios o sectores en crecimiento urbano.

Así mismo, se genera la **Hipótesis**, para Espinoza (2018), indica que no siempre es verdadera sin embargo no se puede plantear aceleradamente sin haber revisado la literatura porque puede caer en una hipotetización de algo sumamente demostrado o proponer algo que ha sido totalmente descartado. Es por ello, se plantea la **hipótesis del proyecto**: *La aplicación de la arquitectura comercial influye como herramienta de renovación urbana debido a diferentes factores que presenta la zona generando nuevas soluciones de ordenamiento y crecimiento económico generando un impacto positivo en la comunidad del distrito de san juan de Lurigancho.*

## II. MARCO TEÓRICO

Para desarrollar el proyecto de investigación se busca entender el análisis con el contexto urbano, con el objetivo de tomar información destacada sobre la problemática, por ende, se detallan varios trabajos desarrollados sobre el tema a abordar en diversos tiempos.

Las peculiaridades que se están considerando en un centro comercial. Según Tenorio (2018) se ven detallados en la nueva cultura global con tecnología y nuevas formas de realizar actividades comerciales, mediante el marketing y las conversiones por segmentación generando hábitos de compra al consumidor y una posibilidad de realizar transacciones a distancia. Es decir, la comercialización desarrollada en los espacios comerciales se ha dispuesto a digitalizarse brindándole la comodidad al usuario de satisfacer ciertas necesidades mediante compras online.

Prosiguiendo con la investigación se presenta los estudios previos. Donde Orozco y Días (2018) indicando que, **los antecedentes** buscan un camino fundamental a través de documentos e información técnica con artículos científicos y una serie de tesis de información internacional y nacional, para facilitar la construcción de los antecedentes.

Para ello, se ha tomado como referente los **trabajos previos a nivel internacional** que facilita fundamentar el tema mediante los artículos científicos y tesis sobre textos importantes que aportan al proyecto.

En Ecuador, Escobar (2019) en su estudio de las actividades inmobiliarias de la arquitectura comercial en los años 2010 -2019 tiene como objetivo crear nuevas tendencias para el diseño de una arquitectura comercial donde se consideraron temas de estudios como ambientales, características generacionales, nivel socioeconómico. El procedimiento de investigación fue realizado por el enfoque cualitativo deductivo descriptivo tomando como muestra la guía de observación para conocer la arquitectura, ubicación y cantidad de clientes que visitan a los diferentes espacios públicos. Se resume que los establecimientos comerciales son mucho más llamativos que los centros comerciales convencionales.

Mientras tanto en España, Carrillo y Arellano (2019) tiene como objetivo, el comercio (mercados) con red integradora de renovación urbana. El estudio de la investigación fue elaborado por el enfoque mixto mediante la observación y la evaluación conjunta de los mercados, como escenario se determinó el Mercado de L' Abacería Central – Vila de Gracia, tomando revisiones bibliográficas y sistematización de datos (SIG) y formulación de entrevistas. Llegando a la conclusión que la rehabilitación de los mercados contribuye al tejido urbano y social conectando a las sinergias que explica con otros campos de su entorno, dándole potencia y vitalidad. En otras palabras, nos dice el autor que, un ejemplo de renovación urbana son los mercados que acceden a medir la atracción comercial y social que ejerce en las pequeñas localidades.

Asimismo, en Colombia, Revelo (2020) estudio los lineamientos de gestión urbana para facilitar la renovación urbana a menor escala. El proyecto de investigación fue considerado por el enfoque cualitativa de tipo exploratorio, donde el escenario de estudio fueron algunos barrios de la localidad de Usaquén, donde se utilizó el análisis documental, estudios de referentes y labores de campo. Llegando a la conclusión que las renovaciones urbanas vigentes están planteadas de una manera favorable para las inmobiliarias quienes no logran equilibrar la balanza, es por eso que se toman como lineamientos de renovación urbana aquellos reglamentos que estén relacionados al manejo de ciudades sustentables, material y uso de equipamientos aplicados para los sectores que no tienen desarrollo urbano. En otras palabras, el autor nos dice que, para lograr el desarrollo de ciudades, es necesario relacionar los reglamentos dispuestos por las entidades del estado para garantizar mejor los planes de renovación y desarrollo urbano.

Adicionalmente, en Cuba, Zamorano (2020) analizó que genera la renovación urbana para la seguridad de la instauración de una estética del orden. El procedimiento de la investigación se tomó por el enfoque cualitativo, tomando como escenario las renovaciones de la alameda zona sur que conduce hacia la zona histórica de Cuba, a través de la observación y un trabajo de campo etnográfico. Los resultados arrojaron que las inversiones de capital público y privado logran el proceso de renovación urbana, puesto que atrae las nuevas inversiones y consumo, así también traen consigo la seguridad privada al

implementar los comercios, implementan intervenciones de imagen urbana dadas por diversos sectores público y privados. De acuerdo a lo descrito el autor, señala que lograron efectos positivos gracias a las inversiones privadas y públicas, ya que se atenta a los visitantes y los ciudadanos por esta alameda, al priorizar las renovaciones urbanas colindantes al centro histórico de Cuba se logra reorganizar los ejes comerciales y culturales.

En México, Domínguez (2021) revisó las condiciones de desarrollo y el potencial de las novedades inmobiliarias en México como los desafíos a combatir para desarrollar, bosquejar y edificar los locales como los centros comerciales. Donde se escogió la metodología de tipo deductivo - descriptivo para determinar la finalidad de estudio, la muestra está conformada por 13 plazas y centros comerciales, 18 departamentales, 39 tiendas de autoservicios y 18 especializadas. Como técnica de recopilación de datos utilizó la búsqueda de diferentes fuentes bibliográficas tanto impresas como digitales cuya información fue obtenida por la ANTAD denominada por sus siglas Asociación Nacional de tiendas de Autoservicio Departamentales y además de análisis de campo para comprender la arquitectura, ubicación y la llegada de los clientes de distintos centros comerciales.

Se obtuvo que el buen diseño y edificación de negocios de éxito con gran demanda de clientes son parte de la garantía de la inversión puesta en ello. La cual se ve reflejado con su número de ventas generadas. Asimismo, de acuerdo a las necesidades se diversifica los distintos tipos de comercios en tiendas donde los productos y tiene un alcance en el usuario (comprador) a quien se dirige. Todo ello representa un gran futuro económico para el crecimiento, construcción y la arquitectura comercial en el país de México.

De igual manera, se ha tomado como referente a los **trabajos previos a nivel nacional** para fundamentar el tema mediante los artículos científicos y tesis sobre textos importantes que aportan al proyecto.

En Chimbote, De la Cruz (2019) presentó su investigación sobre el Análisis de la arquitectura comercial del mercado para su mejoramiento e implementación ubicado en Buenos Aires - Chimbote. Donde tiene por objetivo potenciar el mercado mediante la creación de un edificio multifuncional que cubra las exigencias de los

usuarios en un mismo lugar. El procedimiento del estudio fue considerado por el enfoque cualitativo descriptivo, explicativo y correlacional donde empleó la técnica de la observación, entrevista y encuesta y una muestra de 68 pobladores (67 vecinos que fueron encuestados y 1 Arq. especialista que fue entrevistada en el tema de estudio). Donde se concluye que es fundamental aplicar al mercado criterios arquitectónicos de acuerdo a su contexto local y a la vez complementar con un edificio multifuncional que satisfaga múltiples necesidades que la población desarrolla en el sector.

Adicionalmente, en el Callao, Villafuerte y Calderon (2020) tiene como objetivo la percepción de los residentes del distrito de Castilla, fomentar renovación urbana comercial. El procedimiento de la investigación fue considerado por el enfoque cualitativo, tomando la muestra de residentes, turistas y consumidores del barrio de Castilla, a través de técnicas de entrevistas, observación y revisión de data oficial. Los resultados arrojaron que ciertos ciudadanos están a favor de los cambios de los lugares, ya que las inversiones privadas dejan espacios descuidados y lo que buscan es tomar los terrenos que están en los ejes comerciales ya que este barrio es de zona comercial para los turistas. Resumiendo las ideas del autor, el comercio en este barrio es fuente de ingreso principal por parte de los turistas y visitantes de diversos distritos, pero que por la mala gestión por parte de entidades privadas es lo que nace los problemas de terrenos sin ningún uso ya que aún no se puede ejecutar el plan de revitalización para el distrito, así mismo lo que buscan los residentes de este sector tomar el terreno por parte de la municipalidad para generar comercio, respetando los lineamientos y el plan de revitalización por parte de la municipalidad del Callao.

En Chimbote, Egúsqiza (2020) presentó su tesis titulada Bahía Plaza – Chimbote es el Centro Cívico Comercial, para lograr el título de Arquitecta. El procedimiento de la investigación fue elaborado por el enfoque mixto tomando la muestra a personas con experiencia sobre el tema abordado entre ellos están los colaboradores y usuarios de las galerías comerciales de dicho estudio donde se aplicaron la técnica de la observación, entrevistas y encuestas. Los resultados dieron a conocer la necesidad de contar con viviendas en el sector de estudio para mantenerla activa todo el día y a su vez multiplicar el comercio especializado acorde

a las necesidades y establecer espacios públicos que se comuniquen al exterior. En resumen, el autor menciona que debería de contar con espacios destinados para el comercio y de esta manera se vuelva un complemento para la zona residencial.

En Huaraz, Cachi (2020) describe la arquitectura comercial como regeneración de la imagen urbana en la zona comercial ubicada en el Malecón Norte, Huaraz. donde tuvo como objetivo analizar las tipologías de comercios para la renovación de la imagen urbana de la zona. El estudio del proyecto de investigación fue elaborado por el enfoque mixto tomando como muestra a 1273 pobladores del sector donde la técnica empleada fueron las encuestas, entrevistas, cuadernos de observación. Para el cual se utilizó el programa estadístico SPSS V25 donde se obtuvo los siguientes resultados: 0.831 en el alfa Cronbach donde se determina que existe la mala percepción de la imagen urbana y la contaminación del entorno, la cual se recopiló de las fichas fotográficas y diversos instrumentos. En conclusión el autor menciona que la presencia de la arquitectura comercial mejora la imagen urbana para el cual recomienda realizar un arquetipo comercial.

En Lima metropolitana, Estofanero (2021) analizó la influencia en la renovación urbana en el entorno específico de Santa Catalina. Interpretando cada caso a nivel urbano, arquitectónico y social. El estudio de la investigación fue elaborado por el enfoque mixto a través de la observación de los hechos a investigar, teniendo como muestra la conexión que tiene la calle Santa Catalina con el resto de espacios públicos, auxiliándose de documentación histórica y de casos relevantes en distintos escenarios. Llegando a la conclusión que al adquirir una edificación con usos diversos en un punto central urbana permite insertar usos mixtos como comercio, oficinas de un edificio, permitiendo la adaptación de la arquitectura del lugar, como los espacios centrales potenciales para la renovación urbana fomentando el contacto social de forma estrecha. De acuerdo con lo descrito el autor explica como el fomentar una renovación urbana en zonas centrales se logra preservar la arquitectura local implantando nuevos usos, como comercio u oficinas para la integración local del lugar.

Siguiendo con la investigación para el desarrollo se presentará los argumentos de las categorías indicadas. Según Zamorano (2017) en el **marco teórico** desarrolla la información científica sobre el tema a investigar, para obtener un nuevo conocimiento científico, son claves referenciales para interpretar los posibles resultados conseguidos en la investigación, como objetivo general se alimenta la información desde un inicio para darle forma a la investigación. Asimismo, se presenta en el marco teórico de cada categoría desarrollada en la investigación que son arquitectura comercial y renovación urbana.

En la presente investigación se abordarán los diferentes significados y temas de **La arquitectura comercial** que beneficien en la investigación.

Sobre la **categoría 1: La arquitectura comercial**, se define como un elemento indispensable en la vida de la ciudad. Según Martínez (2018) tiende a **reemplazar** los locales por espacios atractivos para el público y fomentando las conexiones sociales, identidad, y el aumento del capital. En otras palabras, este término es aplicado en el ámbito económico y social para referirnos a una arquitectura que impacte en el crecimiento socioeconómico de una ciudad.

Para comenzar, sería conveniente desarrollar preguntas en cuanto; **¿Qué es la arquitectura comercial?**, para tener claro este concepto debemos analizar diferentes conceptos para explicar el concepto previo. Son estructuras destinadas a satisfacer las necesidades de los individuos así lo define Pilco (2020) donde menciona que es todo aquel arte edificado basado en un determinado tiempo y que es variante antes las nuevas tendencias y necesidades donde se ve en constante mejora y evolución en los productos y servicios y que va acorde a las exigencias del público y al modernismo influenciado de los países europeos. Por lo tanto, expresa que la arquitectura comercial es un diseño que nace bajo ciertas exigencias de su entorno y que viene siendo un hito para la zona donde se ve un movimiento continuo de gente, entradas y salidas de mercaderías. Un dinamismo que crea un potencial al sector económico y social.

Los edificios que reúnen locales de manera planificada para comercializar y brindar servicio ofreciendo al consumidor, donde tiene la posibilidad de elegir diversos productos de acuerdo a la calidad y precio según Luna (2017). En estos

centros comerciales la organización y el mantenimiento lo dirige una sola administración y a su vez tienen en común los estacionamientos para albergar el número suficiente de visitantes. Es decir, estos establecimientos son la suma de pequeños locales comerciales que brindan diversidad de servicios por sectores de manera ordenada y brinda la comodidad al público cuando llegan en auto otorgándoles un espacio suficiente para guardarlos mientras realizan sus compras.

Es aquella donde se encuentran los locales e instalaciones necesarias de según Canales y Tang (2016) dichos locales comerciales o locatarios son espacios con diversos tamaños o servicios que pueden ser de complemento con áreas de entretenimiento, con el fin de aumentar el atractivo social. En conclusión, esta disciplina, también conocida como arquitectura corporativa, incorporará al diseño de locales comerciales, espacios, stands, espacios comerciales, oficinas, centros comerciales, salas de exhibición, almacenes e incluso plantas industriales. en el que se encuentra el encuentro de la empresa con los clientes, por lo que se debe dar atención a la conformación de la imagen de una empresa, así como a la lógica y estrategia para estimular el consumo.

Entonces, teniendo en cuenta el concepto anterior podemos hablar de la ***importancia genera la presencia de una arquitectura comercial en una ciudad***, donde los espacios comerciales aportan con la construcción de una esfera pública donde las personas están juntas y muchos de ellos no se conocen, pero mantienen una relación íntima o familiar porque tienen en común una identidad comunitaria Según Schlack (2017) esto viene dejando de lado los estatus legales de espacio brindando vida al lugar volviendo al espacio público percibido por los usuarios donde consideran como parte de sus experiencias cotidianas y familiares. Esto quiere decir que la presencia de una arquitectura comercial hace que la población se una por un solo objetivo a un mismo lugar donde dejan de lado las diferencias sociales y solo ven las necesidades en común que tienen haciendo que este lugar se vuelva un punto de socialización e intercambio de experiencias desde el ámbito familiar hasta laboral.

Las necesidades del ser humano hicieron que naciera la arquitectura comercial por ello Gangalaya y Villena (2017) mencionan los factores que

determinan dicha edificación y los diversos tipos de comercios. Donde la actividad comercial es fuente de crecimiento económico que a su vez genera trabajo y ha influenciado en las ciudades la demanda de compradores y vendedores. Cabe recalcar que los espacios comerciales generan nuevas oportunidades de desarrollo económico que tiene que ser diseñado por especialistas para que cumplan dicha función.

La arquitectura comercial se basa en la creación de espacios en los que los clientes se sienten cómodos así lo indica García y Villena (2013), esto puede darse desde el momento que se invita a las personas a ingresar a la tienda y crea impactos positivos desde la entrada, las luces correctas, el aroma del ambiente, los colores de las paredes, la temperatura que brinde dicho establecimiento, la dirección del movimiento del cliente a lo largo de su ruta de búsqueda, las mismas puertas de armario, probadores; hasta que llegue la hora de pagar y realice compras de productos comestibles que encuentre a la vista generándose compras de impulso. En otras palabras, la arquitectura comercial tiende a captar la atención del usuario mediante la percepción visual la cual crea una atracción del usuario por permanecer en la tienda por más tiempo.

Prosiguiendo con el tema, otro punto importante son ***los estudios previos nos indican la viabilidad de una arquitectura comercial***, Los estudios previos realizados son elaborados en compañía de un equipo de profesionales especialistas Tal como lo indica Hernández (2017) donde menciona que se realiza el análisis del entorno urbano, oferta y demanda. A su vez estudios de mercadotecnia y tendencias de inversión con la finalidad de que se logre el éxito de esta edificación. Actualmente las exigencias sociales han cambiado, antes solo se visitaba un centro comercial exclusivamente para realizar compras ahora existe una necesidad satisfacer de recreación, comodidad y seguridad con mayores opciones de compra en un solo lugar. En estos espacios se trata de imitar las características del entorno urbano. Normalmente la configuración de estos espacios comerciales cerrados podría decirse herméticos donde visitan gente previamente definida su estrato social y en base a ello se diseñan los colores, formas, lazos de integración todo ello traducido en estrategias de venta que garanticen el éxito de la arquitectura comercial. En otras palabras, el autor nos expresa previamente hay que estudiar

los puntos externos e internos que influyen en el impacto positivo o negativo que traiga consigo la existencia de un establecimiento comercial y que el sentir de permanencia de esta edificación genere una atracción a los usuarios tan solo con verlo e invite a que ingresen, aunque sea por curiosidad.

Antes de proceder con la comercialización de productos y servicios. Según Tenorio (2018) deben estructurar el plan de marketing través de las conversiones para generar hábitos de compra al consumidor y una posibilidad de realizar transacciones a distancia. Es decir, la comercialización desarrollada en los espacios comerciales se ha dispuesto a digitalizarse brindándole la comodidad al usuario de satisfacer ciertas necesidades mediante compras online.

Los factores externos que se consideran que trae la presencia de una arquitectura comercial Según Aguilar (2017). es una de las maneras para ayudar a potenciar la ciudad, ya que en ciertos puntos específicos se crea usos múltiples que sirven para complacer las necesidades de la población que dan a través de un estudio del contexto y que usos generarían aprovechar un mayor potencial de la ciudad, otro potencial de este tipo de edificaciones es que esta comienza a crecer de manera vertical evitando que la ciudad siga creciendo de una manera aglomerada y desordenada. Es decir, la diversidad comercial genera un potencial para la población del sector trayendo consigo oportunidades laborales y económicas.

Por consiguiente, presentaremos **casos exitosos referentes a la arquitectura comercial**, donde se han identificado tres casos internaciones lo que permite desempeñar una revisión mas sintetizada, permitiendo conocer las intervenciones en diferentes países para relacionar algunos criterios abordados para su debida relación con el proyecto a proponer.

Los referentes exitosos que se tomaran como guía servirá para resolver interrogantes de la investigación y será como un complemento para nuestro proyecto final lo cual aborda a la categoría de la arquitectura comercial, es por ello a través de fichas análogas conformado por aspectos generales, aspectos espaciales y aspectos funcionales la cual se abordará mediante tres casos internacionales.

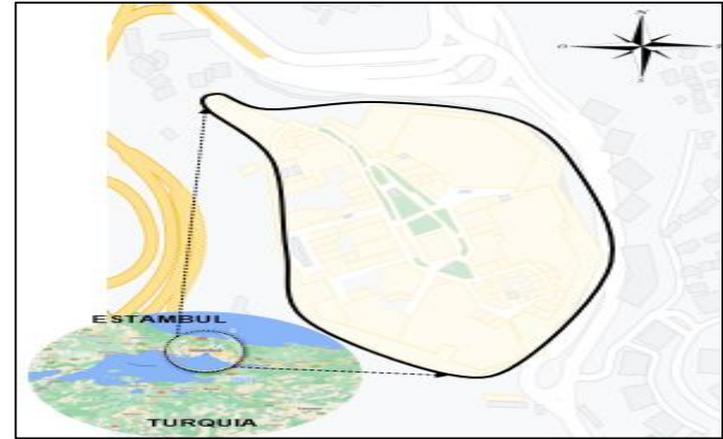
A continuación, se presenta el segundo caso a tratar, **el proyecto Zorlu center** se ubica en la ciudad de Estambul en Turquía, la ciudad presentaba una rápida urbanización y se busca generar soluciones con el espacio, economía, a nivel social y medioambiental, el proyecto se presenta como una cascara verde teniendo en cuenta el nivel topográfico, buscando generar espacios verdes para diversas funciones sociales y recreativas, integrar la ciudad con un equipamiento que cumpla con diversas funciones de comercio, ocio, oficinas y recreativas.

Asimismo, se presenta el tercer caso a tratar, **el proyecto Parc central** ubicado en la ciudad de cantón en China, el edificio se presenta mediante la densificación de las edificaciones del entorno, el proyecto se presenta para entablar la línea de un eje ecológico, mediante un nuevo diseño con movimiento y curvas de alto fluidez, siendo un equipamiento comercial importante de la ciudad, debido su ubicación, lo cual parte desde el proyecto hasta generar un eje ecológico comercial.

Finalmente, se presenta el primer caso a tratar, el **proyecto urbano markethall** ubicado en países bajos en el barrio Laurens, la finalidad de implementar este tipo de equipamiento es repoblar al medio de la ciudad, en la segunda guerra mundial la ciudad fue bombardeada y quemada, se buscó integrar los mercados, la restauración, residencia y zonas de aparcamientos, lo que tuvo éxito mantener el mercado central vivo y generar restauración en diferentes zonas.

## Figura 1

### Ficha análoga caso Zorlu center

<p align="center"><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p>	<p align="center"><b>ASPECTOS GENERALES</b></p>	 <p align="center"><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p align="center"><b>RESEÑA HISTORIA</b></p>	<p align="center"><b>LOCALIZACION</b></p>	<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p>La provincia de estambul es la ciudad con mayor poblacion en turquia, una ciudad con diversidad de centros historicos, culturales y economicos, una diversidad de historia antigua, donde cuenta con variedad de patrimonio arquitectonico propio de estambul.</p>		<p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p>El proyecto zorlu center se reconstruye con una interpretacion topografica, se compone como una forma de caparazon con diferentes funciones para el usuario y la naturaleza.</p>		<p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
<p>La cascara comienza con un nivel boulevard dichas de plazas publicas con diferentes niveles, el proyecto tiene una topografia publica con balcones urbanos con 28 metros de lato y vistas a la ciudad y la vegetacion,</p>		<p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
<p>El centro comercial se encuentra sobre locales comerciales que lo refuerza con espacios publicos, salas de conciertos y plazas publicas y un espacio semicerrado para diferentes actuaciones alternas.</p>		<p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p>
	<p><b>Ubicación:</b> Estambul, Turquía <b>Superficie:</b> 12 270.00 m<sup>2</sup> <b>Año de construcción:</b> 2013 <b>Autor:</b> EEA y Tabanlıoğlu Architects</p>	<p><b>LAMINA:</b> 01 <span style="float: right;">09</span></p>
	<p align="center"><b>POBLACION A SERVIR</b></p>	
	<p>La poblacion que va dirigida es principalmente a los pobladores de 15 519 267 de la provincia de estambul y cuenta con zonas comerciales sobre un terreno verde.</p>	

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 2**

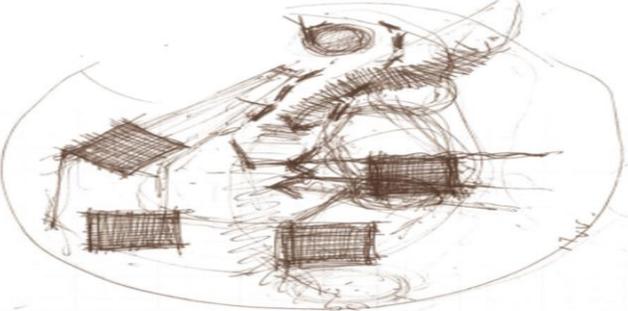
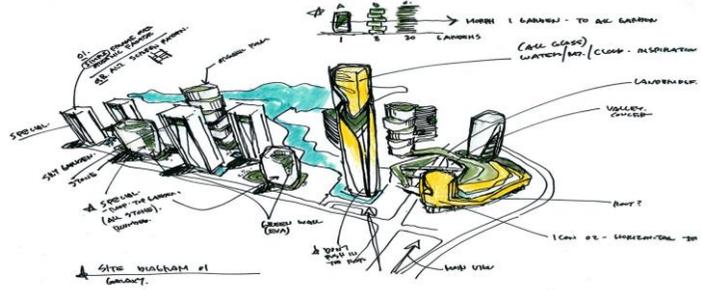
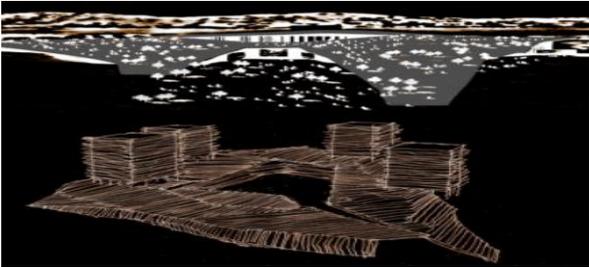
*Ficha análoga caso Zorlu center 2*

<p><b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ASPECTOS GENERALES</b></p>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p><b>ACCESOS VIALES</b></p>	<p><b>ASPECTOS CLIMATICOS</b></p>	
 <p><b>AKMERKEZ YOLU</b>      <b>KURU SOKAGI</b></p>		<p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p>EL ZORLU CENTER lo delimita 2 avenidas como la avenida Kuru Sokagi y Akmerkez Yolu y cuenta cerca a una estacion de tren metropolitana que conecta hacia las provincias de estambul.</p>	<p>Estambul tiene un clima mediterranea templado con variaciones del clima que provoca humedad presenta por las aguas del mar negro. La iluminacion natural es durante todo el año con dias cortos de diciembre y largos en junio desde las 05:30 a 17:30, tambien con una velocidad de vientos de 16.5 km/h a 18.9 km/h donde los meses templados son entre marzo y julio.</p>	<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
		<p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
		<p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p>
		<p><b>LAMINA:</b></p> <p>02 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 3**

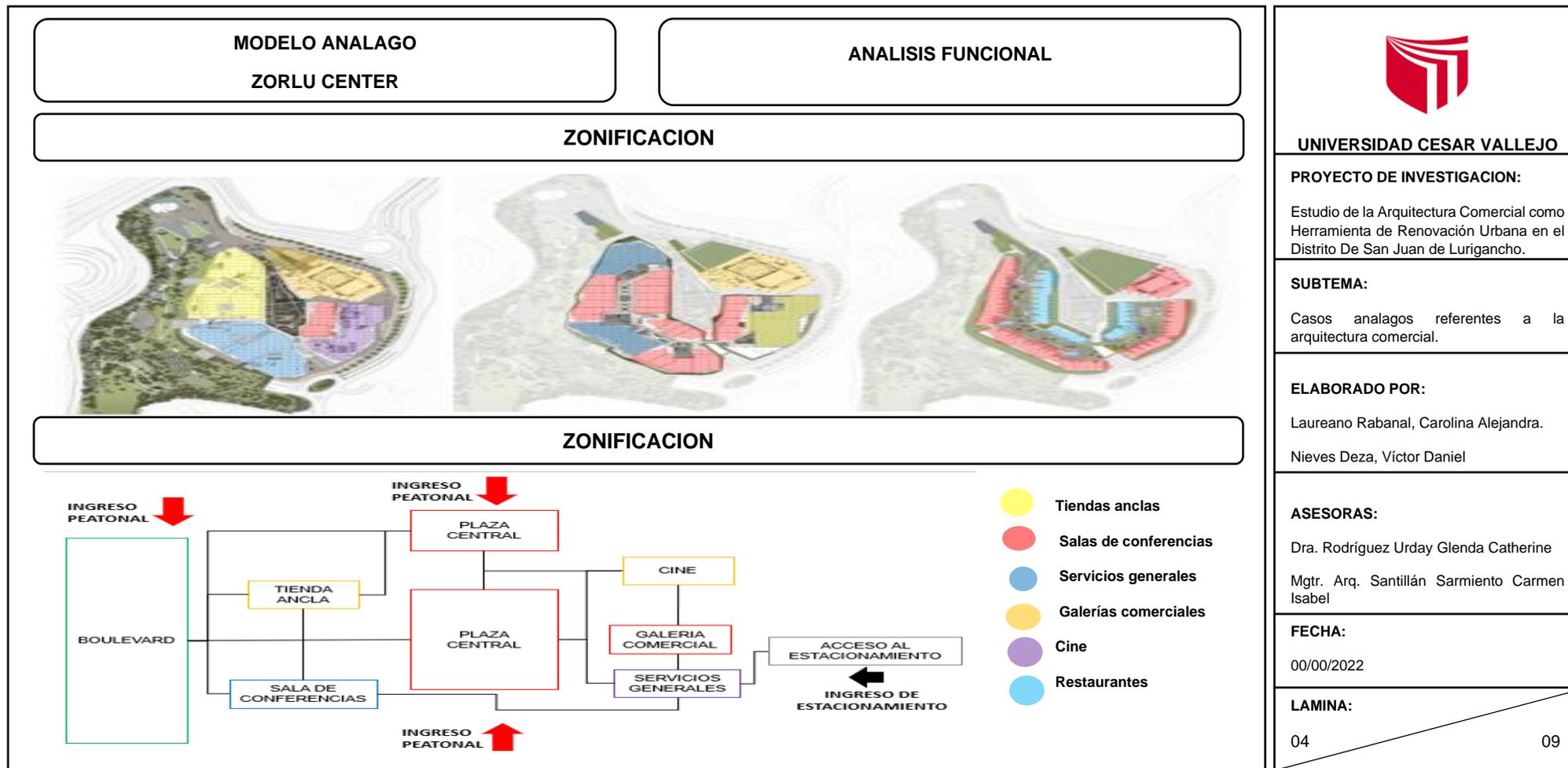
*Ficha análoga caso Zorlu center 3*

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p><b>MODELO ANALAGO</b></p> <p><b>ZORLU CENTER</b></p> </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;"> <p><b>IDEA CONCEPTO</b></p> </div>	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p><b>ASPECTOS GENERALES</b></p> </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px;"> <p><b>ANALISIS CONTEXTUAL</b></p> </div>	
		<p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p> <p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b></p> <p>Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p> <hr/> <p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analogos referentes a la arquitectura comercial.</p> <hr/> <p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p> <hr/> <p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p> <hr/> <p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p> <hr/> <p><b>LAMINA:</b></p> <p style="display: flex; justify-content: space-between;"> <span>03</span> <span>09</span> </p>
<p>La idea es generar un anillo de interacción comercial cultura y oficinas, relacionadas a la estructura edilicia de las viviendas, abordando el concepto de topografía verde, teniendo en cuenta las condiciones del suelo, generando volúmenes degradados que conecte por un espacio social.</p>	<p>El entorno es un complejo de manzanas verdes con viviendas abiertas, presentando una estación de metros y apartamentos y viviendas residenciales, conecta a una avenida principal que te dirige a otro distrito.</p>	
		

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 4**

Ficha análoga caso Zorlu center 4



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION:**

Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**SUBTEMA:**

Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.

**ELABORADO POR:**

Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.  
Nieves Deza, Víctor Daniel

**ASESORAS:**

Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine  
Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel

**FECHA:**

00/00/2022

**LAMINA:**

04

09

Nota: Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

## Figura 5

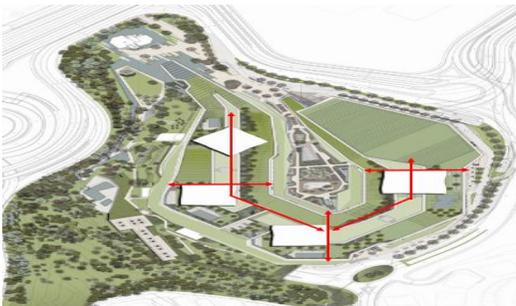
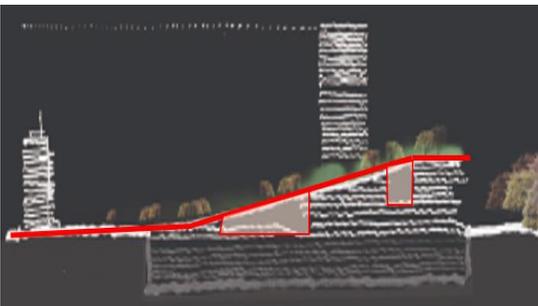
Ficha análoga caso Zorlu center 5

<p><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p><b>PLANTAS ARQUITECTONICAS</b></p>		<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
		<p>EL ZORLU CENTER se caracteriza por tener flujos internos y externos con tramas peatonales irregulares entre quiebres lo cuando se generan por ambientes ecologicos an interior y exterior, se aprovecha todo el espacio, desde escaleras electricas, los espacios publicos de las cubiertas verdes.</p>
		
		<p>Foto: circulación hacia las galerías comerciales.</p>  <p>Foto: circulación interna.</p>
<p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>		<p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
<p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>		<p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p>
<p><b>LAMINA:</b> 05</p>		<p>09</p>

Nota: Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 6**

*Ficha análoga caso Zorlu center 6*

<p align="center"><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p>	<p align="center"><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p>	 <p align="center"><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>		
<p align="center"><b>EQUILIBRIO</b></p>	<p align="center"><b>SIMETRIA</b></p>			
	<p>El equilibrio se genera de forma asimétrica, con formas irregulares, no presenta las mismas alturas por el nivel topografico, se presenta las mismas formas.</p>		<p>La simetria se genera de forma en circulacion irregular en la Organización en espacios.</p>	<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p align="center"><b>TRANSFORMACION</b></p>	<p align="center"><b>ESPACIALIDAD</b></p>	<p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>		
	<p>La generacion de el area verde rodeada al proyecto zorlu center, se transforma a una area de recreacion para niños siendo un borde para la ciudad.</p>		<p>La espacialidad se logra en generar topografía con el contexto y en los espacios interiores hacia areas verdes.</p>	<p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
		<p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>		
		<p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p>		
		<p><b>LAMINA:</b> 06 <span style="float: right;">09</span></p>		

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

## Figura 7

Ficha análoga caso Zorlu center 7

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p> </div>	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p> </div>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p> <p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p> <p><b>SUBTEMA:</b> Casos analogos referentes a la arquitectura comercial.</p> <p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p> <p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p> <p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p> <p><b>LAMINA:</b> 07 <span style="float: right;">09</span></p>
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>ANALISIS DE FACHADAS</b></p> </div>		
		
<p><b>JERARQUIA</b></p> 	<p><b>MOVIMIENTO</b></p> 	<p><b>CONTRASTE</b></p> 

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

## Figura 8

### Ficha análoga caso Zorlu center 8

<p style="text-align: center;"><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p>	 <p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>TECNOLOGIA CONSTRUCTIVO</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>TENCOLOGICO AMBIENTAL</b></p>	
		<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b></p> <p>Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p>La base de construcción en el entorno presenta en los techos, la presencia de Manta de protección SSM 45 para el Drenaje del agua y techos voladizos con formas de edificación en quiebres y formas irregulares.</p>	<p>jardines de la nueva plaza principal, así como para todos los demás techos verdes intensivos en Zorlu, se utilizó el sistema ZinCo intensivo, recolección de aguas en los techos verdes, huertos en diferentes zona del proyecto.</p>	<p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
		<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
		<p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
		<p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p>
		<p><b>LAMINA:</b></p> <p>08 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 9**

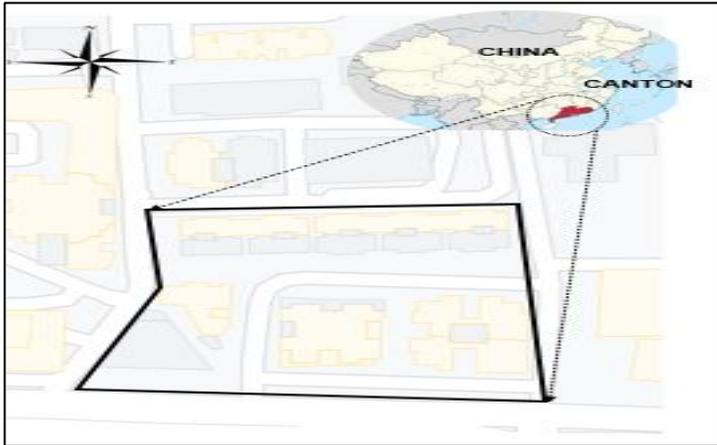
*Ficha análoga caso Zorlu center 9*

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p> </div>	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p> </div>	
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block;"> <p><b>MATERIALIDAD</b></p> </div>		
	      	<p><b>MADERA HIDROFUGAS</b></p>  <p><b>TECHOS AJARDINADOS</b></p>  <p><b>VIDRIO FOTOVOLTAICO</b></p>  <p><b>ESTRUCTURA DE ACERO</b></p>
		 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p> <p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p> <p><b>SUBTEMA:</b> Casos analogos referentes a la arquitectura comercial.</p> <p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p> <p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p> <p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p> <p><b>LAMINA:</b> 09 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 10**

*Ficha análoga caso Parc central*

<p align="center"><b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b></p>	<p align="center"><b>ASPECTOS GENERALES</b></p>	 <p align="center"><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p align="center"><b>RESEÑA HISTORIA</b></p>	<p align="center"><b>LOCALIZACION</b></p>	<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p>La provincia de canton se encuentra al sur de la republica popular de china, la ciudad es considerada como la conurbacion mas grande del mundo. Canton es una ciudad con gran comercio moderno con altas complejidades arquitectonicas, siendo su principal característica la gastronomía local.</p>		<p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p>El proyecto parc central se encuentra en la ciudad de canton, se desarrolla en un eje comercial abierto al corazon del distrito cental por la difucion de negocios.</p>	<p><b>Ubicación:</b> Canton, China <b>Superficie:</b> 11 000.00 m2 <b>Año de construccion:</b> 2016 <b>Autor:</b> Estudio benoy</p>	<p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
<p>Parc central introduce una tipología moderna teniendo en cuenta el rio de las perlas, un eje de proyecto modernos, lo cual se emple como un estadio de comercio minorista para el desarrollo retail con tiendas minoristas</p>	<p align="center"><b>POBLACION A SERVIR</b></p>	<p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgrtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
<p>El proyecto cuenta con varios niveles bajo y alto, posicionados en vias principales de la ciudad, que combina los comercios de la ciudad a través de un diseño con flujos dinamicos y espacio con ambiente publico centrales.</p>	<p>La poblacion que va dirigida es principalmente a los pobladores de 3 152 825 de la provincia de canton y se encuentra sobre un eje verde y de actividad comercial</p>	<p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p>
		<p><b>LAMINA:</b> 01 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 11**

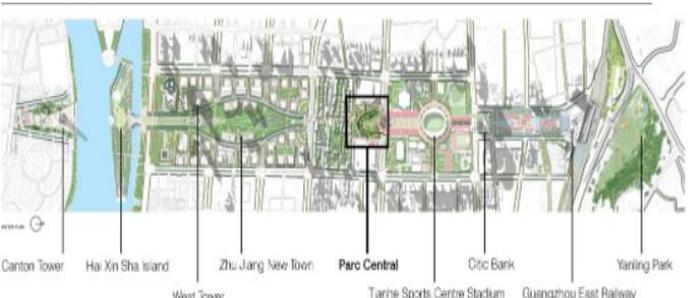
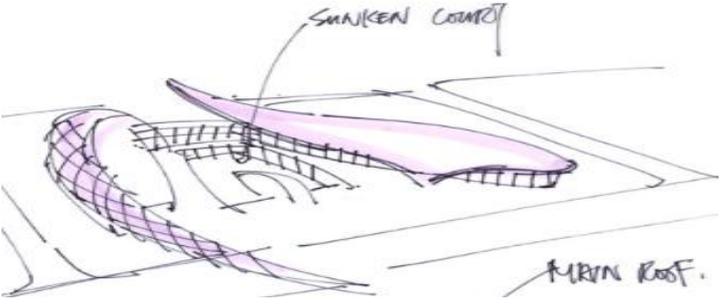
*Ficha análoga caso Parc central 2*

<p><b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ASPECTOS GENERALES</b></p>	
<p><b>ACCESO VIALES</b></p>	<p><b>ASPECTOS CLIMATICOS</b></p>	<p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
		<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p>EL PARC CENTRAL lo delimita 3 avenidas como la av. Yuexun st, Gaosheng Building y Tianhe st y con una avenida principal Tianhe Rd metropolitana que cuenta con una red de metropolitana.</p>	<p>Canton cuenta con un relieve muy complejo, debido a las montañas altas, se define por tener un clima subtropical humedo. La iluminacion tiene en generarse en 10 horas al dia en los meses de diciembre y junio son dias mas bajos. La velocidad de vientos son de acuerdo a las estaciones del año con una velocidad promedio a 13.2 km/h en mayo a octubre.</p>	<p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>		<p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
<p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p>		<p><b>LAMINA:</b> 02 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

## Figura 12

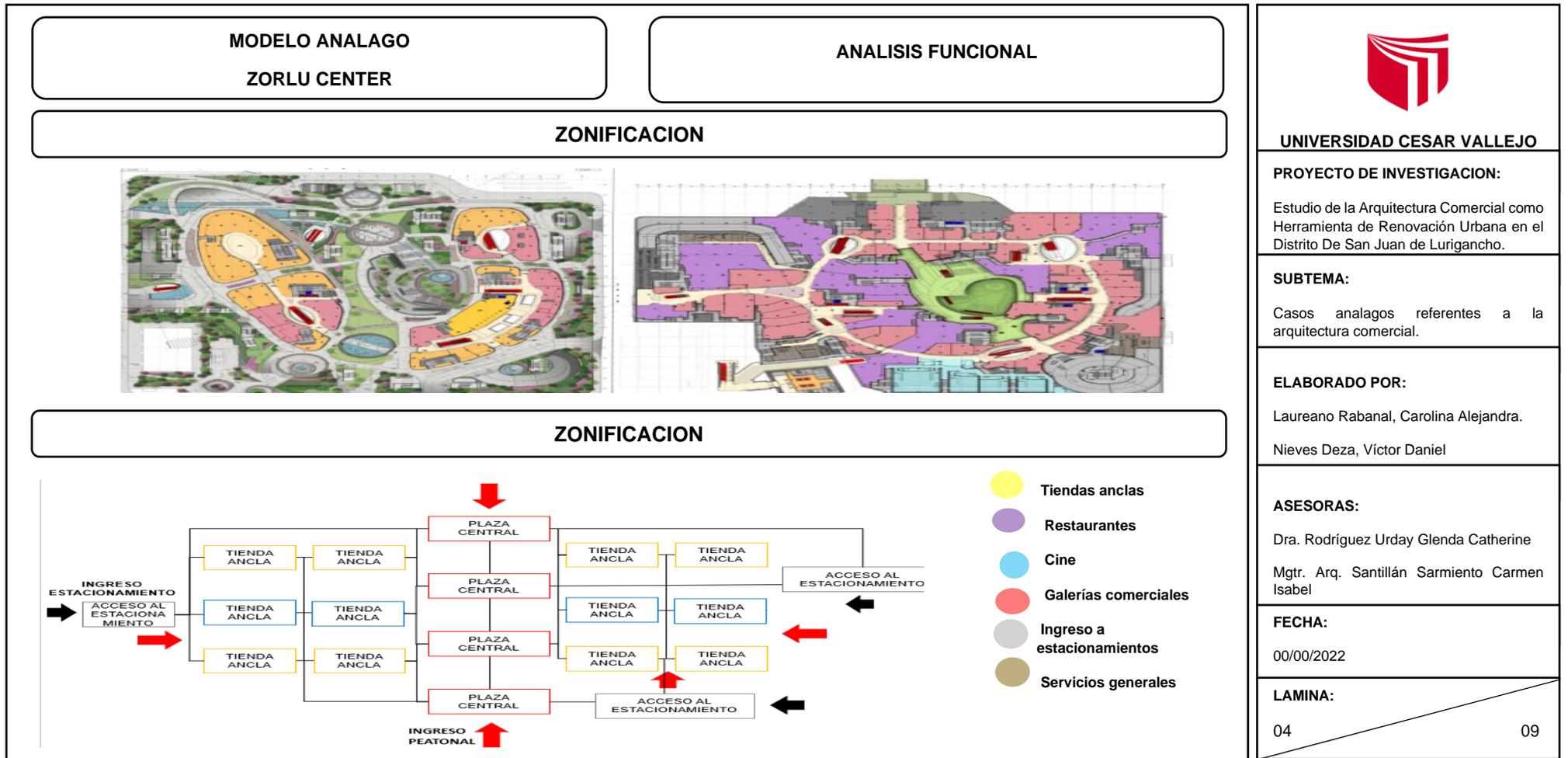
### Ficha análoga caso Zorlu center 3

<p><b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ASPECTOS GENERALES</b></p>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p><b>IDEA CONCEPTO</b></p>	<p><b>ANALISIS CONTEXTUAL</b></p>	
		<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b></p> <p>Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p>La idea se planifico teniendo en cuenta un eje verde existente que integre un equipamiento comercial con el contexto verde, basándose en la armonía, cultura de china, esta idea se enlazo con el pez doble e interactuar recorridos curvos para la dinamina de recorrido.</p>	<p>El entorno establece un eje verde, donde se evidencia oficinas, estadio, se encuentra cerca de una estación de tren, departamento, también se presenta un borde urbano como el rio.</p>	<p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
		<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
		<p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
		<p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p>
		<p><b>LAMINA:</b></p> <p>03 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 13**

*Ficha análoga caso Zorlu center 4*



*Nota: Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia*



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION:**

Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**SUBTEMA:**

Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.

**ELABORADO POR:**

Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.

Nieves Deza, Víctor Daniel

**ASESORAS:**

Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine

Mgr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel

**FECHA:**

00/00/2022

**LAMINA:**

04

09

**Figura 14**

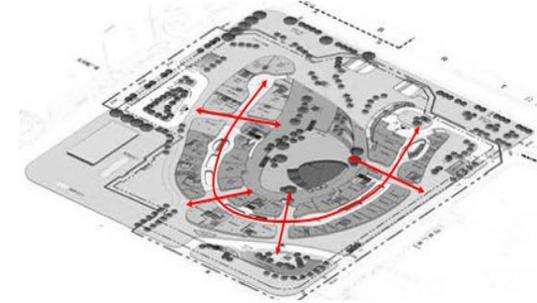
*Ficha análoga caso Zorlu center 5*

<b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b>	<b>ANALISIS FUNCIONAL</b>	
<b>PLANTAS ARQUITECTONICAS</b>		<b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b>
	<p>EL PARC CENTRAL, se caracteriza por tener flujos internos y externos dinámicos en curvas hacia espacios sociales, se forma por una trama irregular hacia los ambientes en desarrollo del centro comercial. Cuenta con escaleras eléctricas que conectan hacia todos los ambientes comerciales.</p>	<b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.
	 <p>Foto: circulación hacia las galerías comerciales.</p>	<b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.
 <p>Foto: circulación interna.</p>		<b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel
		<b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel
		<b>FECHA:</b> 00/00/2022
		<b>LAMINA:</b> 05 <span style="float: right;">09</span>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 15**

*Ficha análoga caso Zorlu center 6*

<b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b>	<b>ANALISIS FUNCIONAL</b>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p> <p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p> <p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p> <p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p> <p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p> <p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p> <p><b>LAMINA:</b> 06 <span style="float: right;">09</span></p>
<b>EQUILIBRIO</b>	<b>SIMETRIA</b>	
 <p>El equilibrio se genera de forma asimétrica, con formas curvada irregulares, presenta 2 niveles iguales y formas con mismas areas pero con diferentes espacios.</p>	 <p>La simetria se genera de forma irregular curvada generando 4 ingreso a la actividad comercial</p>	
<b>TRANSFORMACION</b>	<b>ESPACIALIDAD</b>	
 <p>Las transformacion es se genero a las areas verdes con espacios de comida rapida implementada al centro del proyecto.</p>	 <p>La espacialidad se logra en generar topografia con el contexto y en los espacios interiores hacia areas verdes.</p>	

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 16**

*Ficha análoga caso Zorlu center 7*

<b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b>		<b>ANALISIS FUNCIONAL</b>	
<b>ANALISIS DE FACHADAS</b>			
			
<b>JERARQUIA</b>	<b>MOVIMIENTO</b>	<b>CONTRASTE</b>	
			



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION:**  
Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**SUBTEMA:**  
Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.

**ELABORADO POR:**  
Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.  
Nieves Deza, Víctor Daniel

**ASESORAS:**  
Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine  
Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel

**FECHA:**  
00/00/2022

**LAMINA:**  
07 09

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 17**

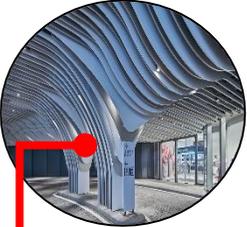
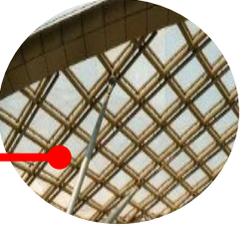
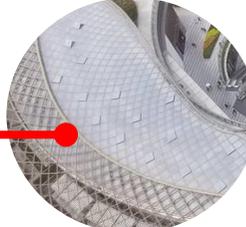
*Ficha análoga caso Zorlu center 8*

<p><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p><b>TECNOLOGIA CONSTRUCTIVO</b></p>	<p><b>TENCOLOGICO AMBIENTAL</b></p>	<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
		<p><b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p>Las construcción en esta ciudad son de arquitectura moderna, estableciendo parametros de areas verdes, se caracteriza el proyecto por responde al eje ecologico que pertenece. Esta nueva tipologia de mega construcción se central desde la perspectiva establecida en un eje ecologico que le da antesala y contraste a las construcciones modernas que se presentaron para su desarrollo arquitectonico.</p>	<p>Se desarrolla un diseño sostenible de recoleccion de lluvias, techos monocasco, con estructuras en forma de arbol, fachadas con vidrio termoplastico y jardineras.</p>	<p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
		<p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
		<p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p>
		<p><b>LAMINA:</b> 08 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 18**

*Ficha análoga caso Parc central 9*

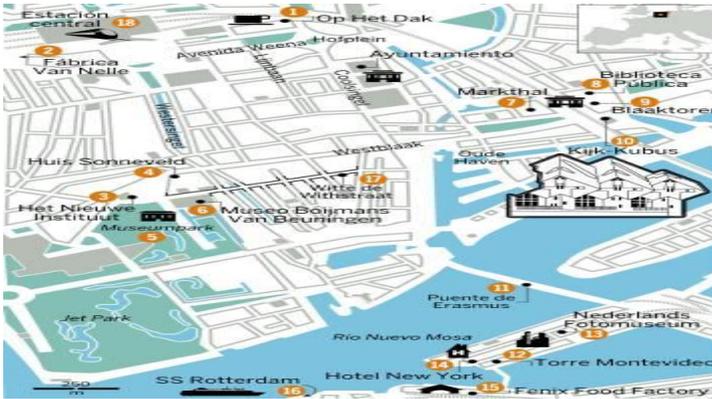
<b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b>		<b>ANALISIS FUNCIONAL</b>		
<b>MATERIALIDAD</b>				
<b>ESTRUCTURA DE ACERO</b>	<b>VIDRIO FOTOVOLTAICO</b>	<b>CUBIERTA AJARDINADA</b>	<b>CAPARAZON METALICO</b>	<b>PANELES TERMOPLASTICO</b>
				
				


<b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b>
<b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.
<b>SUBTEMA:</b> Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.
<b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel
<b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel
<b>FECHA:</b> 00/00/2022
<b>LAMINA:</b> 09 <span style="float: right;">09</span>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 19**

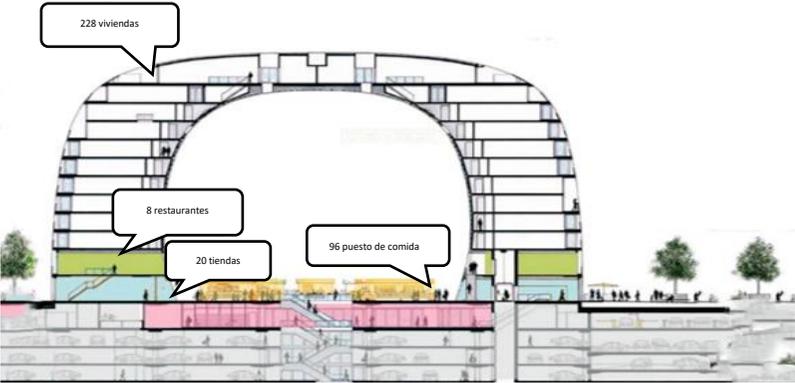
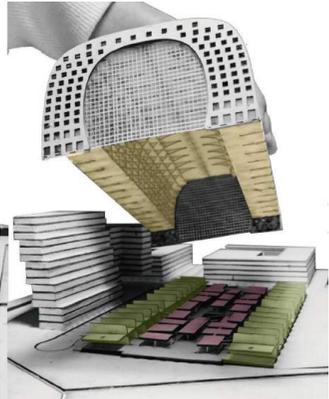
*Ficha análoga caso proyecto urbano marketall*

<p><b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ASPECTOS GENERALES</b></p>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p><b>RESEÑA HISTORIA</b></p>	<p><b>LOCALIZACION</b></p>	<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b></p> <p>Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p>Róterdam como ciudad importante de la provincia neerlandesa de Holanda Meridional. El barrio Delfshaven tiene comercio junto al canal y la iglesia de los Padres Peregrinos, donde rezaban antes de navegar a América</p> <p>Se trata del primer mercado cubierto de Holanda, inspirado en mercados de comida de Estocolmo, Barcelona y Valencia. La estructura del edificio es un arco que alberga 228 apartamentos. Debajo del mismo hay 1200 plazas de parking. Esta combinación de mercado y viviendas es una primicia mundial para Róterdam.</p> <p>Bajo el arco de 40 metros de altura los visitantes pueden comprar, comer, sentarse en una terraza, habitar una vivienda o aparcar su vehículo. El Mercado se encuentra en el centro de Róterdam, en el floreciente barrio Laurenskwartier. La inauguración de este icono se enmarca en el objetivo de la ciudad de convertir este barrio en una zona llena de vida</p>	 <p><b>Ubicación:</b> Rotterdam-Centro, Holanda</p> <p><b>Superficie:</b> 8 400 m<sup>2</sup></p> <p><b>Año de construcción:</b> 2009</p> <p><b>Autor:</b> Hoofdarchitect Winy Maas de MVRDV</p> <p style="text-align: center;"><b>POBLACION A SERVIR</b></p> <p>Una arquitectura comercial emblemática que beneficia a 15 519 267 pobladores de de Rotterdam donde satisfacen necesidades de compra y entretenimiento.</p>	<p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
		<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>
		<p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
		<p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p>
		<p><b>LAMINA:</b></p> <p>01 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 20**

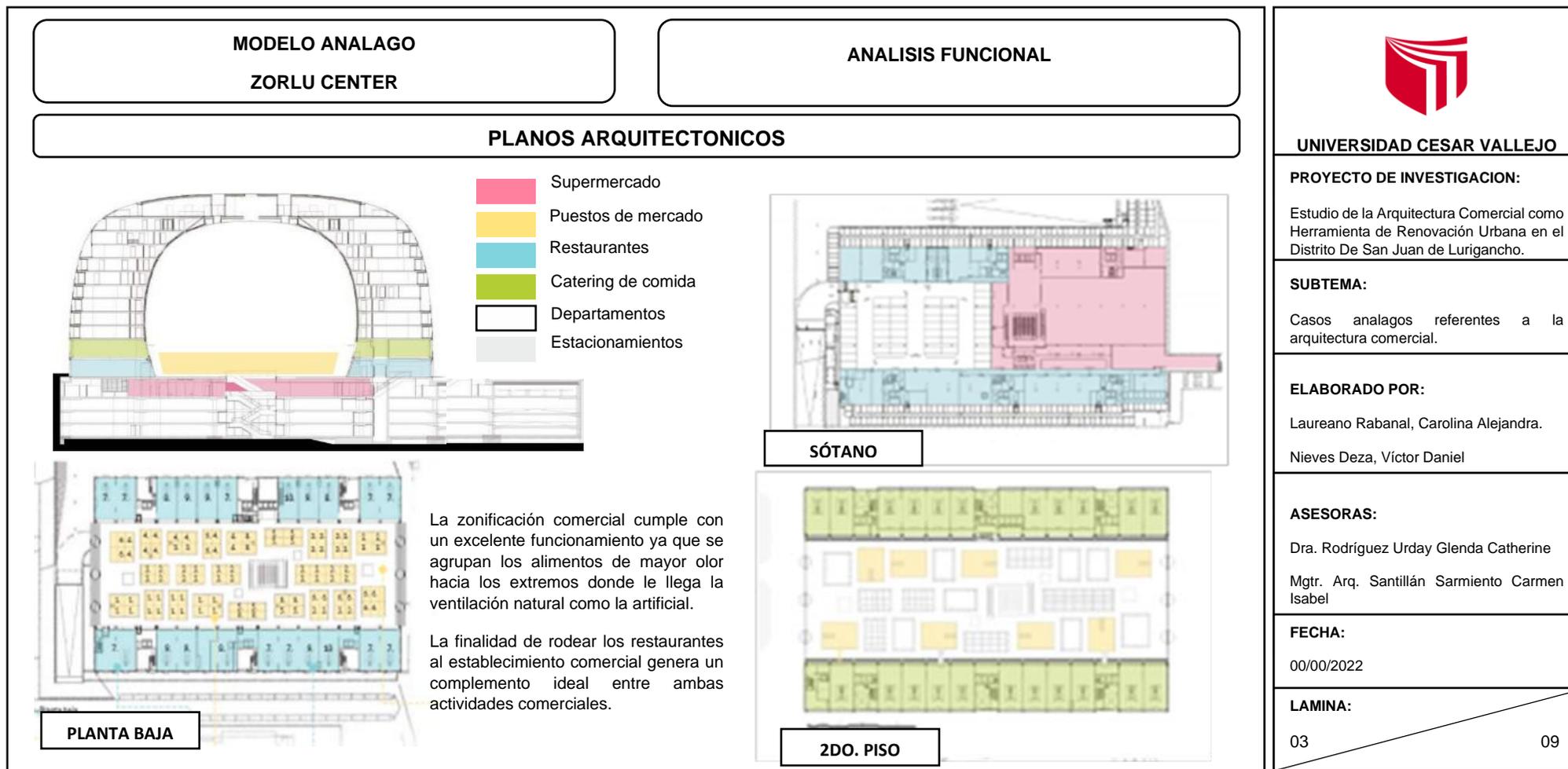
*Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 2*

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p><b>MODELO ANALAGO ZORLU CENTER</b></p> </div>	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p><b>ANALISIS FUNCIONAL</b></p> </div>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p><b>PROGRAMA ARQUITECTONICO</b></p> </div>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #ff69b4; margin-right: 5px;"></span> Supermercado</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #ffff00; margin-right: 5px;"></span> Puestos de mercaderías</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #00ced1; margin-right: 5px;"></span> Restaurantes</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #90ee90; margin-right: 5px;"></span> Catering de comida</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> Departamentos</li> <li><span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3; margin-right: 5px;"></span> Estacionamientos</li> </ul>	
<p>En el mercado existen 96 puestos. Algunos tienen techo de vidrio y tienen el tejado para ofrecer a sus clientes una terraza donde sentarse a comer. El primer piso del sótano se utiliza como Plataforma de distribución para que los materiales traídos por los vehículos pudieran ser transportados al área del mercado de arriba.</p>		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Puestos de mercado</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Restaurantes</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Food catering</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Departamentos</p> </div> </div>		
<p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine</p> <p>Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>		<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b></p> <p>Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>
<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.</p> <p>Nieves Deza, Víctor Daniel</p>		<p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p>		<p><b>LAMINA:</b></p> <p>02 <span style="float: right;">09</span></p>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 21**

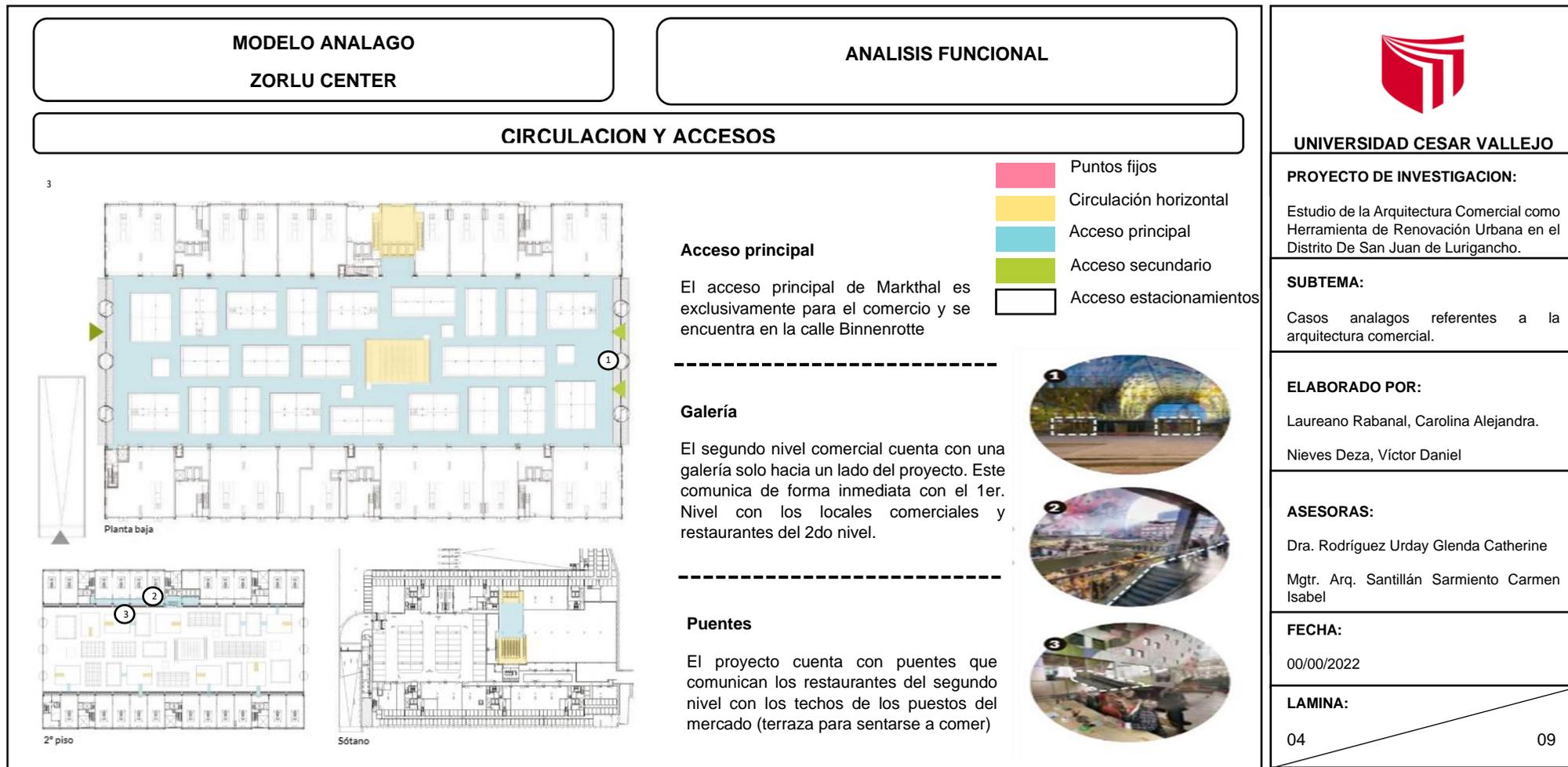
*Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 3*



*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 22**

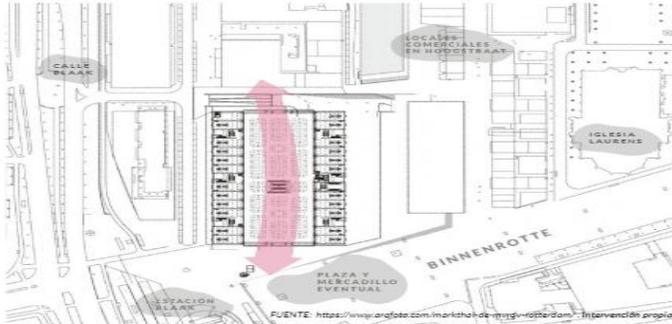
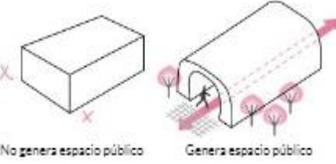
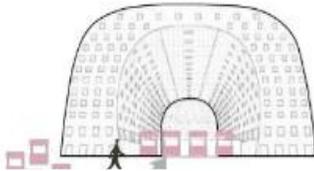
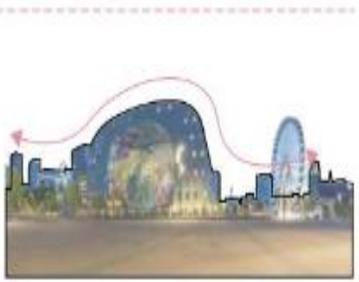
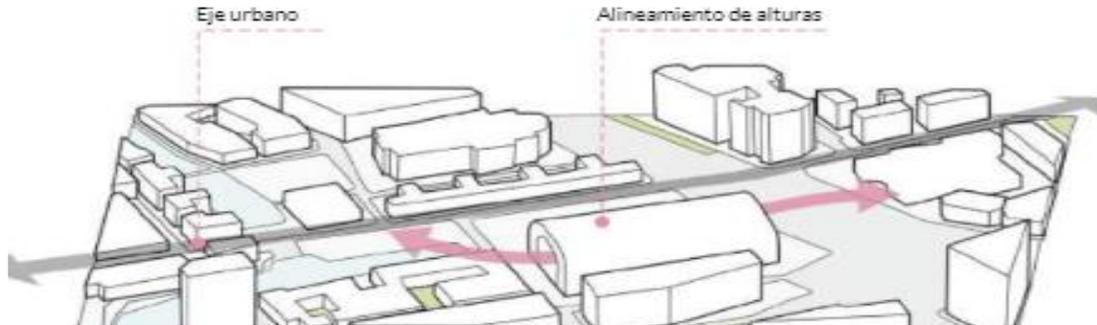
Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 4



Nota: Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

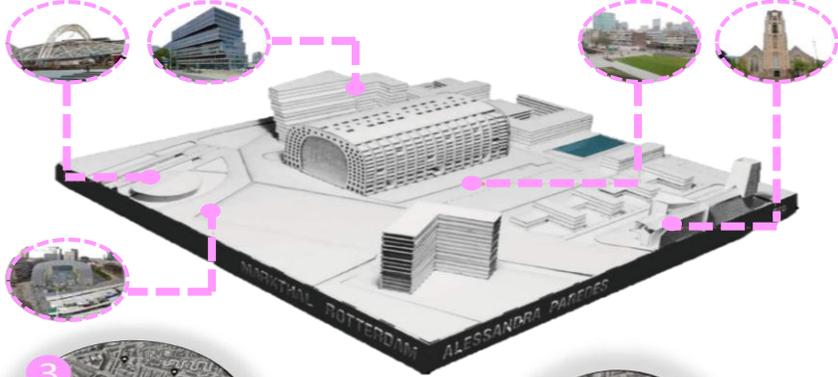
**Figura 23**

Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 5

<p><b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b></p>	<p><b>ANALISIS CONTEXTUAL</b></p>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p>
<p><b>RELACION CON EL ENTORNO</b></p>		
 <p style="font-size: small;">FUENTE: <a href="https://www.angfoto.com/marketing-de-rotterdam-intervencioe-propia">https://www.angfoto.com/marketing-de-rotterdam-intervencioe-propia</a></p>	<p><b>Urbanismo interior</b></p> <p>Este concepto a raíz del llamado espacio público de propiedad privada, en donde los espacios interiores se empiezan a aparecer cada vez más espacios públicos exteriores.</p> <p>-----</p> <p><b>La calle como extensión</b></p> <p>Busca conservar la tradición de los mercadillos típicos de Rotterdam, buscando la continuidad comercial.</p>	 
		
<p><i>Nota:</i> Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia</p>		
<p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b></p> <p>Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p>		<p><b>SUBTEMA:</b></p> <p>Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.</p>
<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p>		<p><b>ASESORAS:</b></p> <p>Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p>
<p><b>FECHA:</b></p> <p>00/00/2022</p>		<p><b>LAMINA:</b></p> <p>05 <span style="float: right;">09</span></p>

**Figura 24**

*Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 6*

<b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b>	<b>ANALISIS CONTEXTUAL</b>
<b>RELACION CON EL ENTORNO</b>	
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>1</b></p> <p><b>UBICACIÓN Y FLUJOS</b></p> <p>El Markthal se encuentra en la plaza Binnenrotte en el barrio de Laurenskwartier un sitio arqueológico muy importante junto a la plaza principal y a la estación de Blaak, siendo estos sus principales afluentes de público. Otro flujo importante es la calle comercial Hoogstrat, una de las más importantes en Rotterdam.</p> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>2</b></p> <p><b>MOVILIDAD</b></p> <p>El mercado tiene conexiones con el transporte público. También se implementó un parking de bicis subterráneo junto al mercado y a la estación, con espacio para 800 bicicletas.</p> </div>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>3</b></p> <p><b>EQUIPAMIENTO</b></p> <p>El proyecto está ubicado en una zona turística comercial donde existen tiendas de ropa, bazar, restaurantes, bares, cafetería y como edificaciones representativas de la arquitectura: Casas Cubo de Piet Blom y la biblioteca de Rotterdam de J. Bakema y C. Weeber.</p> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;">  <p><b>4</b></p> <p><b>ESTRUCTURA ECOLÓGICA</b></p> <p>Markthal se encuentra cerca al río Mass por la cual parte está rodeado de vegetación y con cuenta con una espectacular vista hacia las áreas verdes y cuerpos de agua.</p> </div>
	



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION:**

Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**SUBTEMA:**

Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.

**ELABORADO POR:**

Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.  
Nieves Deza, Víctor Daniel

**ASESORAS:**

Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine  
Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel

**FECHA:**

00/00/2022

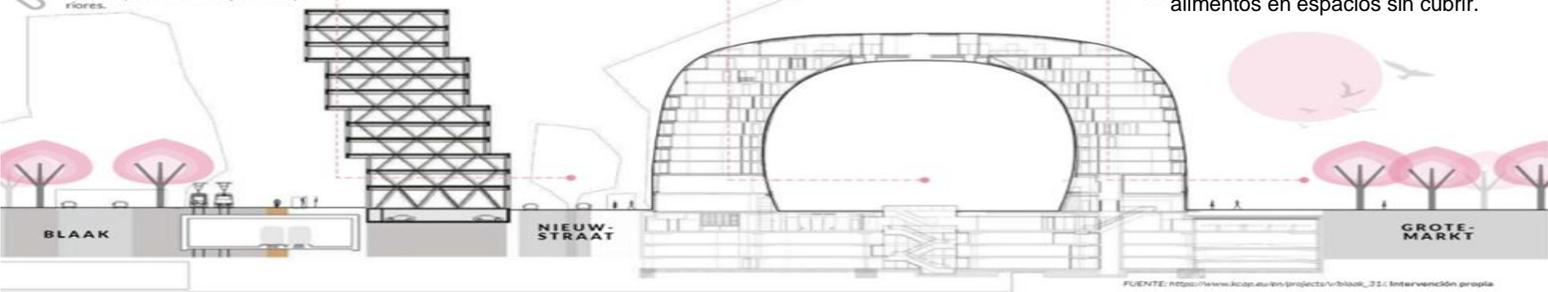
**LAMINA:**

06 09

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 25**

*Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 7*

<b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b>	<b>ANALISIS CONTEXTUAL</b>		
<b>RELACION CON EL ENTORNO</b>			
 <p><b>1</b></p>	 <p><b>2</b></p>	 <p><b>3</b></p>	 <p><b>4</b></p>
<b>CALLE NIEUWSTRAAT</b>	<b>JAN SCHARPSTRAAT</b>	<b>GROTEMARKT</b>	<b>BINNENROTTE</b>
<p>Se ha extendido la calle Nieuwstraat hacia la plaza de Binnenrotte, logrando conformar con el edificio Blaak 31, una nueva vía comercial en la que se ve una simbiosis entre un edificio estos 2 edificios son ejemplo del modelo de gestión de ciudad creativa.</p>	<p>El mercado se conecta con el transporte público. La estación del tren y del metro Blaak que está al lado y donde existen paraderos. También se implementó un parking de bicis subterráneo junto</p>	<p>En esta calle existe una extensión del comercio gastronómico que proyectan su expansión con mobiliario temporal, relacionándose esta manera directamente al parque de Grotemarkt. Previo a sus áreas verdes.</p>	<p>Este es un espacio público en el corazón de Rotterdam destinado a acoger el mercado semanal dos veces por semana. El Markthal al ser proyectado, busco complementar los usos de mercado al aire libre en su volumetría, atendiendo a su vez una nueva ley que impedía la venta de alimentos en espacios sin cubrir.</p>
 <p style="font-size: small; text-align: right;">FUENTE: <a href="https://www.kcap.eu/en/projects/urbiblaak_31c">https://www.kcap.eu/en/projects/urbiblaak_31c</a> Intervención propia</p>			

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION:**

Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**SUBTEMA:**

Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.

**ELABORADO POR:**

Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.  
Nieves Deza, Víctor Daniel

**ASESORAS:**

Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine  
Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel

**FECHA:**

00/00/2022

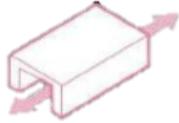
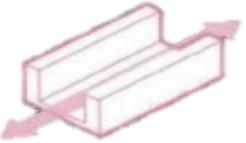
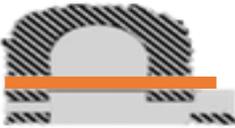
**LAMINA:**

07

09

**Figura 26**

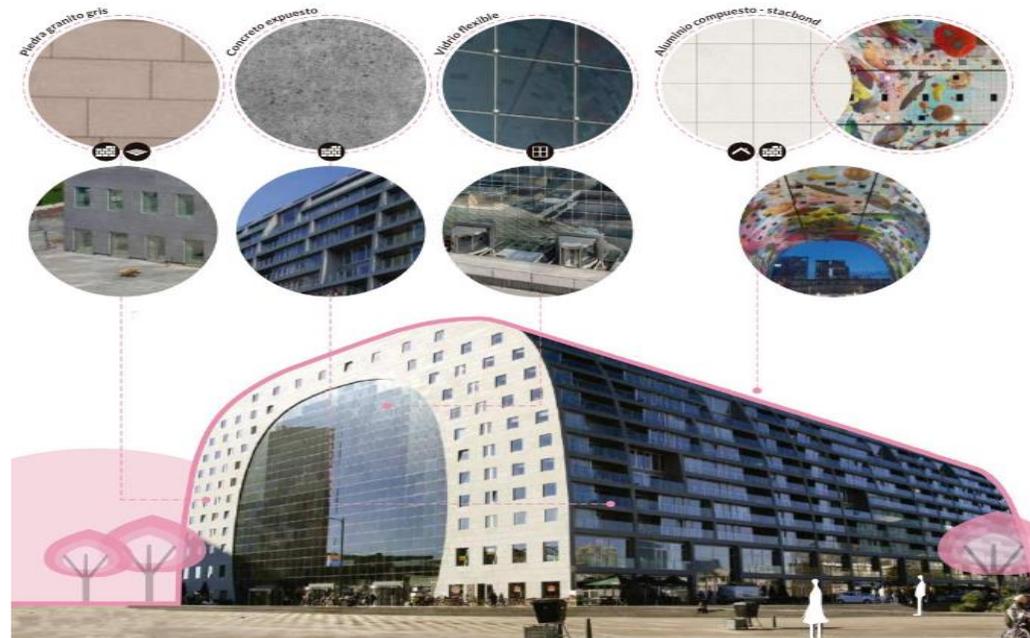
*Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 8*

<b>MODELO ANALAGO</b> <b>ZORLU CENTER</b>	<b>ANALISIS CONTEXTUAL</b>	 <p><b>UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO</b></p> <p><b>PROYECTO DE INVESTIGACION:</b> Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.</p> <p><b>SUBTEMA:</b> Casos analogos referentes a la arquitectura comercial.</p> <p><b>ELABORADO POR:</b> Laureano Rabanal, Carolina Alejandra. Nieves Deza, Víctor Daniel</p> <p><b>ASESORAS:</b> Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel</p> <p><b>FECHA:</b> 00/00/2022</p> <p><b>LAMINA:</b> 08 <span style="float: right;">09</span></p>
<b>CARACTERISTICAS DE LA FORMA</b>		
<div style="margin-bottom: 20px;">  <p><b>CONVENCIONAL</b></p> </div> <div style="margin-bottom: 20px;">  <p><b>PROPUESTA</b></p> </div> <div>  <p><b>PROPUESTA FINAL</b></p> </div>	<p>Se plantea una circulación central a modo de calle o umbral techado que conecta la plaza en Binnenrotte y su mercadillo eventual con los edificios existentes del norte del barrio</p> <p>La volumetría envolvente del espacio central, conformado por un arco de herradura logra una doble integración visual, tanto hacia el interior del espacio central, como hacia las plazas exteriores del edificio.</p>	<div style="margin-bottom: 20px;">  <p><b>PRIVADO</b> <b>PUBLICO</b></p> </div> <div style="margin-bottom: 20px;">  </div> <p>Parte del concepto del Markthal, fue que este como edificio multifuncional buscara relacionarse con las funciones públicas como privadas</p> <div style="text-align: center;">  </div>

*Nota:* Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia

**Figura 27**

Ficha análoga caso proyecto urbano marketall 9

<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p><b>MODELO ANALAGO</b></p> <p><b>ZORLU CENTER</b></p> </div>	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px;"> <p><b>ANALISIS FORMAL</b></p> </div>
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px;"> <p><b>MATERIALIDAD</b></p> </div>	
 <p> <span style="font-size: small;">Piedra granito gris</span>  <span style="font-size: small;">Concreto expuesto</span>  <span style="font-size: small;">Vidrio flexible</span>  <span style="font-size: small;">Aluminio compuesto - stacbond</span> </p>	<p>La parte frontal y parte posterior de la edificación están cubiertas con una fachada suspendida de vidrio flexible de 2,800 m2 cada uno. La cual permite la obtener máxima transparencia y un mínimo de estructura. En Europa es la edificación más grande de su tipo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene paredes acristaladas</li> <li>- Construcción con cables pretensados</li> </ul> <div style="margin-top: 20px;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-right: 10px;"> </div> <p>Paredes</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-right: 10px;"> </div> <p>Pisos</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-right: 10px;"> </div> <p>Cubierta</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin-right: 10px;"> </div> <p>Cerramientos</p> </div> </div>

Nota: Ficha de casos análogos. Fuente: Elaboración propia



**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

**PROYECTO DE INVESTIGACION:**

Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**SUBTEMA:**

Casos analagos referentes a la arquitectura comercial.

**ELABORADO POR:**

Laureano Rabanal, Carolina Alejandra.  
Nieves Deza, Víctor Daniel

**ASESORAS:**

Dra. Rodríguez Urday Glenda Catherine  
Mgtr. Arq. Santillán Sarmiento Carmen Isabel

**FECHA:**

00/00/2022

**LAMINA:**

09

09

A continuación, como primera **sub categoría : las tipologías de arquitectura comerciales** en Perú están descritas por la Compañía de Desarrolladores Delta. Según Marín (2021) tiene como objetivo brindar los lineamientos para entender los diferentes tipos de comercios básicos. Es decir, las actividades comerciales tienen forma y tamaño diferentes de acuerdo a las necesidades que satisface a un determinado sector. La cual se categoriza en 3 tipos de arquitectura comercial en el país.

Centers (ICSC), La International Council of Shopping agrupa a los establecimientos comerciales en diversas tipologías comerciales. Según Reyna y Ramírez (2017) a operadores principales de centros comerciales en Norteamérica y en todo el mundo, los shoppings centers se clasifican en 6 categorías de acuerdo con el concepto, área primaria de su mercado, tamaño logró su meta donde se produce el 80 % de sus ventas: neighborhood center, community center, fashion center, power center, Festival Center, Outlet center, otros tipos y tenant mix.. En otras palabras de acuerdo a sus niveles de ventas y área del establecimiento se establecen los 6 tipos de locales comercial como: centro de barrio, centro comunitario, centro de moda, centro de poder, centro de festivales, centro de salida, otros tipos y mezcla de inquilinos.

Los servicios se pueden dividir en servicios intermedios y servicios finales. Según Cabrera (2022) Los servicios indirectos, también conocidos como servicios productivos, se refieren a la etapa de desarrollo de los procesos productivos industriales y empresariales, mientras que los servicios finales, también conocidos como servicios de consumo, están destinados al consumo para uso individual o colectivo, desde el uso doméstico hasta el descanso y la recreación de servicios a personas involucradas en seguridad, salud y educación social Por ejemplo, un centro comercial estaría incluido en la clasificación de tienda de servicios, además, esta clasificación se justifica porque tiene niveles promedio de tiempo de contacto con el cliente, personalización y seguridad, enfoque tanto en las personas como en el equipo, enfoque en los servicios de primera línea y soporte, es decir front office y back office. Es otras palabras el autor menciona que el comercio esta denominado como un área de industrialización y consumo recalando que esta última es donde se involucra a los usuarios que compran productos de uso doméstico entre otros y

que el trato personalizado que brinda a sus clientes los hace permanecer en primer lugar añadiendo la seguridad que ofrece durante la permanencia en el establecimiento comercial.

Dentro de la primera sub categoría se considera 3 indicadores, lo cual se desarrollaran en diferentes sub indicadores, es por ello, tenemos como indicadores: **Locales especializados, Locales comerciales agrupados y Locales de conveniencia.**

Es el comercio que se enfoca en vender un solo tipo de producto o segmento. Según Bourzac (2018) El **Locales especializados** enfocan únicamente en vender productos naturales, zapatos, ropa deportiva, etc. Gracias a esta característica, las empresas también se clasifican como minoristas e incluso mayoristas. También está el uso del comercio electrónico para poder almacenar productos en diferentes lugares. Es decir, solo vender una sola línea de mercadería pero con diversidad de marcas.

Cuando se enfocan en una o como máximo dos categorías de productos específicos se denominan comercio especializado. Según Toniut (2021) La ventaja que muestran como este tipo de tiendas es que los clientes encontrarán en ella muchas cosas relacionadas con esta especialidad, que probablemente no podrán conseguir en otras tiendas tradicionales. Es decir, solo cuentan con una especialidad por ejemplo ropa deportiva, calzados americanos.

Cuando se engloba una sola línea de productos se dice que es venta exclusiva. Según López y Avellaneda (2018) indica que la especialidad única de vender productos en una se definen a una moda o tendencia la cual hace que se apertura tiendas dedicadas a la venta de un solo rubro. En otras palabras este tipo de comercio es muy habitual verlo como parte de uno de los servicios complementarios que ofrecen los centros comerciales o mall.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados a los locales especializados.

Son conocidos como distribuidos en el mercado ya que abastecen a las medianas empresas. Según HINDLE (2008) el comercio **mayorista** es un

intermediador que realiza ventas a los comercios menores, mayoristas o a fabricantes, pero no al consumidor final. Es decir el mayorista se caracteriza por comprar los productos al fabricante o productos como a otras empresas.

Son equipamientos estratégicos de la ciudad. Según Crespi y Domínguez (2016) los mercados **minoristas** tradicionales son el principal mecanismo económico de distribución del comercio, influyendo en el desempeño social de una determinada región o cantón, mediante sus productos, hábitos de los consumidores, fabricantes, negocios, atrayendo público de otras zonas e incluso de otros países experimentando su diversidad. Es decir, los mercados con espacios que provienen de una tradición costumbrista vista como lugares de compradores y comerciantes donde existen diversidad de productos por ofrecer.

Seguido a ello, se presenta el **segundo indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

De acuerdo con los especialistas de la Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (2012) **los locales comerciales agrupados** o de carácter colectivo están conformados por varios establecimientos individuales en un solo edificio, donde se integran diversas actividades y tienen en común el acceso principal al establecimiento desde la vía pública, al estacionamiento, imagen comercial común y un contorno propio del edificio comercial. En otras palabras, son la unión de varias tiendas en un mismo lugar pero que cuentan con áreas comunes y una única administración. Por ejemplo, Plaza San Miguel, Real Plaza, Jockey plaza, Mall del Sur.

Unión de establecimientos independientes conformado por locales comerciales o tiendas por departamentos. Según el peruano (2006) son áreas para recreación, servicios comunales, activa o pasiva, etcétera. En otras palabras, es un conjunto de edificios independientes, que incluyen instalaciones de servicios y/o grandes almacenes, áreas de entretenimiento activo o pasivo, medios de comunicación, oficinas, etc.

Indica que se trata de un conjunto de instalaciones de servicio integradas en un edificio o grupo de edificios. Según Bendezú (2019), este es un proyecto que se

planifica y diseña según criterios unificados, en el que se realizan de forma independiente diferentes actividades relacionadas con la compra de bienes y servicios. Es decir existen diversos locales con diferentes rubros comerciales dentro de misma infraestructura donde cuentan con un ingreso principal a todo el establecimiento.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados a los locales agrupados

Desempeñan un rol sociocultural importante, incluso en el desarrollo de las ciudades. Según Robles (2014) en los **mercados** se ve la comercialización de productos alimenticios, donde juegan un papel importante en su desarrollo sostenible; sabemos que su origen en el espacio público genera espacios de socialización, Es decir, organizan la vida del barrio, creando una identidad o un sentido de lugar, aunque por las peculiaridades de la infraestructura se catalogan como descuidados y sucios.

Los locales comerciales que están reunidos en un mismo edificio bajo una misma administración que se rige bajo un reglamento interno donde se desarrollan con criterio de unidad según R.N.E. (2011) están denominados **centro comercial** ya que brindan bienes y servicios de forma independiente en cada uno de los locales o de forma común como las áreas de circulación, estacionamiento, servicios higiénicos y área de mantenimiento. Es decir son instalaciones comerciales que se agrupan en un mismo edificio donde brindan servicios de forma independiente en cada establecimiento y de forma general con el uso de las áreas comunes como servicios higiénicos y estacionamiento.

Seguido a ello, se presenta el **tercer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Los especialistas de Licencia d'activitat (2019) mencionaron que, **los locales de conveniencia** son todo sitio físico, local o tienda que la cual se venden diferentes productos en cantidades, pequeñas, la cual se caracteriza por tener ventas pequeñas. Es decir, son locales de barrio que solo donde solo venden productos de primera necesidad conocidos como bodegas de barrio.

Se ubican estratégicamente en áreas residenciales, ofreciendo una amplia gama de productos. Según Ríos (2018) los locales de conveniencia venden productos de primera necesidad productos del hogar, bebidas, cuidado personal, complementan los servicios de los supermercados y compiten con los alimentos tradicionales, productos mercado. Es decir, esta modalidad de tienda es una respuesta a la venta de bodegas y se desarrolla de manera dinámica.

Mimarket Convenience Stores es la serie de locales de conveniencia de MiFarma (Quicorp) Según Arriola y Meléndez (2019), la dinámica de Mi Market es estar dentro de los centros comerciales, brindando sus servicios a los usuarios que quieren comprar pequeñas cosas, pero no quieren ir al supermercado. Es decir esta red de tiendas en esta categoría comenzó a operar con 4 tiendas en Perú y son: Real Plaza Primavera, San Isidro, La Molina y Miraflores.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a los locales de convivencia.

La cadena Tambo planteó en el año 2015 un método de crecimiento masivo, con locales modernos y sin dejar de lado la familiaridad de las bodegas tradicionales. Según Arriola Becerra & Meléndez Martínez (2017) son **bodegas Market**. Así, Tambo se ha permanecido líder del sector en estos últimos años entre los mercados con gran crecimiento en el país. En resumen, son bodegas que tienen presencia en el área residencial cerca a las familias puesto que ofrecen productos para el consumo humano en menor escala.

Dentro de la **segunda sub categoría** se considera 3 indicadores, lo cual se desarrollaran en diferentes sub indicadores, es por ello, tenemos como indicadores: **uso de suelo, generación de centralidades y cambio de imagen**.

Para dar a conocer **el impacto de la arquitectura comercial** se debe identificar las problemáticas que existen antes de una intervención urbana así lo menciona Chumioque (2018) quien considera que el termino impacto en relación a la arquitectura comercial son los beneficios que trae la aplicación de la misma en la ciudad quien tiene como finalidad resolver los problemas que trae la presencia de un acelerado crecimiento poblacional y el comercio ambulatorio.

La arquitectura comercial es parte de uno de los hitos que constituye la estructura física de la ciudad, los lugares sociales de la ciudad, los centros comerciales. Según Ayala (2021) son importantes creadores de identidad para los residentes, las personas y como símbolo representativo de ciudades. En conclusión, según los trabajos realizados, la apropiación simbólica es lo que estaría en juego de tanto visitar los centros comerciales. Hoy sería “un parque, una plaza, un centro, una ciudad, uno de los lugares públicos donde los habitantes de las megaciudades modernas pueden encontrarse con su yo imaginario, con otro igual o diferente. En otras palabras, la arquitectura comercial forma iconos representativos del sector puesto que es un establecimiento pensado y diseñado para pasar momentos de diversión, distracción conectada con la habitualidad del consumo, haciendo sentir al usuario como un ambiente de convivencia por tener presencia de parques y plazas interiores

Siempre ha existido una relación estrecha, innata e incluso definitoria entre los centros urbanos y comerciales. Según Allegri (2015) Los espacios públicos comerciales nunca pierden su terreno común, ya que son una combinación de elementos interactivos, expresión de la ciudad, arquitectura urbana y expansión espacial y objetivos públicos, además de los centros urbanos. Sin embargo, a lo largo del siglo XX, estas relaciones cambiaron drásticamente a medida que las personas comenzaron a sentir la necesidad de restaurar algún espacio común donde el comercio y la interacción social pudieran coexistir. Cualquier proyecto que tenga como objetivo proteger y promover la calidad de la ciudad no puede dejar de tener en cuenta la idea de revitalizar la ciudad con elementos urbanos "obligatorios" de tipo comercial. En resumen, son llamados como centro de la ciudad por relacionar el comercio con los pasatiempos de la población en un mismo lugar la cual cada vez son más visitados por tener una arquitectura exterior que conecta con el exterior volviéndolo cada vez más atractivo.

Seguido a ello, se presenta el **primer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

El uso de la tierra es un área o propiedad específica dentro de una comunidad a la que se puede dedicar. Según LGEEPA (2013), El uso de la tierra es la

ocupación de un determinado territorio de acuerdo con su potencial agrícola y por lo tanto su potencial de desarrollo. Se clasifica en ciudades o regiones por su ubicación y representa la estructura urbana y por lo tanto su función. En otras palabras, el uso del suelo determina los tipos de instalaciones que se pueden construir en un área en particular.

Para una mejor comprensión, se describe como la dinámica de las actividades de ocupación del suelo. De acuerdo con PAOT (2003), debido a los cambios de uso de suelo en México, los gobiernos locales son responsables de emitir permisos de acuerdo con las leyes locales, planes de desarrollo urbano o programas a través de permisos de uso de suelo y permisos para fines de conversión. En pocas palabras, el término se usa cuando necesita crear o modificar características espaciales bajo ciertas circunstancias limitadas por ciertas condiciones.

La demanda de comercio y servicios en la instalación traerá estos cambios a los edificios circundantes. Las instalaciones que Franco (2010) ha encontrado que tienen un impacto significativo en su uso incluyen universidades, centros de abastecimiento, mercados, hospitales, clínicas, salas funerarias y oficinas gubernamentales. Es decir, las instalaciones comerciales están ubicadas en terrenos aprobados donde se puede desarrollar la comercialización del producto, con mayor frecuencia cerca de caminos o instalaciones arteriales.

De acuerdo al uso de suelo se generan impactos positivos en las ciudades. Según Franco (2010), La demanda de servicios comerciales e interiores provoca que se genere el cambio de uso de suelo estos cambios en los edificios vecinos. Las instalaciones que tienen un mayor impacto en el uso incluyen universidades, centros de abastecimiento, supermercados, hospitales, clínicas, funerarias y oficinas gubernamentales. En resumen, cuando se generan cambio de uso de suelo en un sector todos los predios aledaños son beneficiados porque incrementan el valor comercial de sus terrenos.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados al uso de suelo.

Cualquier área dentro de la jurisdicción del municipio designada para uso urbano bajo el Plan de Desarrollo Urbano. Según la Autoridad de Ordenación Territorial (2011), se considera **suelo urbano** porque cumple con los siguientes parámetros: 1) Una red vial densamente poblada que sea al menos navegable, cuente con abastecimiento de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica o gas, y esté ubicada allí. En la ejecución del plan, una parcela de terreno que ya se ha desarrollado de acuerdo con el plan descrito anteriormente. 3) Los terrenos urbanos no se computarán como terrenos en las siguientes ubicaciones. a) Zonas que se consideren de muy alto riesgo por causas naturales o humanas. b) Las reservas naturales, áreas protegidas o áreas de interés, y su grado de influencia. c) Áreas con vestigios declarados patrimonio cultural. d) Áreas que afectan fuentes de recursos no renovables

Las áreas de agricultura, ganadería, silvicultura y actividades similares se encuentran fuera de las áreas edificables de la ciudad. Según la dirección de ordenamiento territorial (2011) se denomina **suelo rústico** ya que es un campo rural para el desarrollo agrícola, por lo que hay carencia de mano de obra urbana.

Las áreas donde ocurren situaciones distintas a las enumeradas en otros tipos de suelo se consideran **suelo de protección** según el Código de Zonificación (2011) Sera. Por ejemplo, a) un área dentro de un área se considera arriesgada e imposible. Será reducido. b) El terreno se encuentra en una reserva natural, reserva o zona de amortiguamiento. c) Situados en la zona del monumento, o en yacimientos arqueológicos o paleontológicos. d) Si el inmueble está ubicado en una zona propensa a desastres y tiene estatus legal como propiedad pública o no es propiedad privada, se incorporará a la propiedad pública después de la expropiación. En ambos casos, están subordinados a la administración de la ciudad. e) Ubicados en áreas con recursos hídricos tales como cabeceras, lagos y ríos. f) Sujetos a regímenes especiales de protección del paisaje, la historia, la arqueología, la ciencia, la ecología, la cultura y los valores agrarios, incompatibles con la transformación urbanística de acuerdo con los planes urbanísticos o los correspondientes planes y leyes sectoriales. g) Inadecuada por ser altamente vulnerable a fenómenos naturales, incompatible con el modelo de desarrollo territorial y/o urbanístico adoptado, o sujeta a restricciones o promociones para

proteger el interés público. Es decir, este tipo de parcelas, por su propia naturaleza, forman parte del espacio público del centro poblados.

Seguido a ello, se presenta el **segundo indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

La ubicación central como elemento de la jerarquía de las formas urbanas. Según Romero y Gonzáles (2021) la **generación de centralidades** se entiende como la concentración de desequilibrios espaciales que conducen al cambio. Agregó que la centralización crea un potencial de crecimiento en comparación con la distribución y viceversa. La centralidad se entiende como parte del proceso, pero no lo suficiente para explicar su dinámica

Se describe como el centro para comprender qué es la centralidad. Según Mayorga y Fontana (2013), los diversos usos y significados incluyen: Para la geometría, el centro está en el interior y todos los puntos de la forma o superficie son equidistantes. La física tiene una definición del centro de gravedad, y la planificación urbana la usa para definir diferentes tipos de núcleos dentro de un área. En otras palabras, la existencia de un centro comercial en una ciudad crea un lugar de encuentro que los humanos pueden ver como una orientación o estándar en la ciudad, y alrededor de él nacen diversos negocios.

Se describe como el centro de comprensión de lo que es el centro. Según Beuf (2020), sus diversos usos y significados incluyen: Para la geometría, el centro es un punto interior donde todos los puntos de la forma o superficie son equidistantes. En física, la definición del centro de gravedad se refiere al centro de gravedad asociado con la simetría de un objeto en particular. Históricamente, en el campo de la planificación urbana, se han utilizado varios principios para definir diferentes tipos de núcleos dentro de un área. En otras palabras, la existencia de un centro comercial en las ciudades crea lugares de encuentro, otorga a la vista un hito en la ciudad o un punto de referencia, obligando a crear distintos negocios en torno a él.

La palabra centralidad consta de las dos palabras "centro" y el sufijo "papá", la capacidad del lugar central. Según Beuf (2020), es la capacidad, valor o atributo

del espacio urbano para centralizarse, cuya composición es territorial o incluso ramificada, según la composición del sistema central al que pertenece con formas es indeterminada y puede variar en su contorno, en el espacio y en el tiempo, consistente con los cambios en el radio de su influencia en el entorno urbano. Es decir, alrededor del establecimiento comercial se hace habitual el nacimiento de comercios del mismo rubro pero menor categoría haciendo que se creen comercios minoristas e individuales.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a la generación de centralidades.

La presencia de grandes locales comerciales está presente en diversas ciudades. Según Olivares (2019), los **megaproyectos**. Al tratarse de un gran espacio público, es necesario introducir mejoras de contorno como mejoramiento de caminos, aceras, decoración e instalación de mobiliario público para construirlo. Es decir, la ejecución de grandes proyectos genera la intervención de mejoramiento de los espacios públicos externos en determinadas áreas, más aún si por esas áreas están las vías de acceso para llegar al establecimiento comercial

Seguido a ello, se presenta el **tercer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Cuando hay una variación en la percepción, los usuarios cambian sus ideas sobre el espacio y generan ideas para un nuevo objeto que antes no existía. Según Oddone y Lynch (2008) la influencia de la arquitectura comercial crea **cambio de imagen**. Un ejemplo ilustrativo de este proceso es cuando un espacio es ocupado por un megaproyecto. Si este gran proyecto cambia los edificios circundantes, provocará un cambio en la percepción que la gente tiene del lugar. Es decir, la presencia de equipamientos comerciales hace que se cree una nueva perspectiva de las calles, vecindarios y avenidas haciéndolo más atractivo y visitado.

La imagen colectiva no es lo mismo que imagen individual. Según Ranko (2010), cuando las personas buscan elementos que son concebidos por la comunidad, se consideran representaciones públicas, imágenes mentales comunes que existen entre muchos habitantes de la ciudad. En otras palabras, en

para conceptos que creamos de un determinado lugar y lo vinculamos los aspectos positivos que trae consigo el establecimiento para generalizar toda una manzana o sector como un todo.

Las imágenes pueden variar mucho de un espectador a otro. Entonces, según Valenzuela (2013), no existe una puntuación global sobre lo que constituye una imagen. Sin embargo, se utiliza para interpretar información del mundo físico externo del objeto y, por lo tanto, puede guiar las acciones. Es decir, los cambios positivos que genera van en beneficio de toda la zona y se muestra de manera indirecta. Incentivando a los propietarios del lugar a cuidar la estética de sus fachadas y el cuidado de los jardines exteriores de la vía pública.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a al cambio de imagen.

Los elementos de valor agregado que ayuda a la organización a mantenerse en el mercado sin tener inconvenientes Según Ramírez, Vargas y Mora (2012) es La **imagen corporativa** que transmite las empresas para ello existe una constantemente retroalimentación de manera interna o proveniente de los clientes, para generar vínculos comerciales a por más tiempo. Estos elementos incluyen: el nivel de posicionamiento y valor de las acciones; tener colaboradores orgullosos de trabajar para una compañía con una imagen y unos valores corporativos sólidos; obtención de respuestas positivas de los clientes ante circunstancias adversas y lograr productos y servicios ampliamente reconocidos por los clientes. Es decir, es la imagen como el público percibe un equipamiento, considerándose como un elemento básico de comunicación el uso del espacio comercial, donde se detallan la relación entre la naturaleza, los materiales y recubrimientos de paredes, mobiliarios y decoración.

Dentro del tercer sub categoría se considera 3 indicadores, lo cual se desarrollaran en diferentes sub indicadores, es por ello, tenemos como indicadores: **estéticas, sociológicos y antropológicos.**

De acuerdo a las premisas ya estudiadas sobre centros comerciales Hernández (2012) menciona los **criterios de diseño en la arquitectura comercial** antes de proceder al diseño de este establecimiento. Es decir, son factores internos

(propios del establecimiento) y externos (la población) que realizando un estudio minucioso y con apoyo de profesionales se evalúa y ejecuta teniendo en cuenta la relación de pertenencia que tiene dicho comercio con el contorno urbano.

Se consideran lineamientos importantes para presentar un diseño de espacios comerciales Según Arranz (2020) En primer lugar, se encuestó la tendencia del uso diario y cotidiano de las personas del comercio por diferentes medios de transporte (automóvil, autobús, a pie). En segundo lugar, se utilizaron métodos de agrupación para identificar diferentes grupos socioeconómicos y se analizaron estadísticamente sus funciones de demanda decreciente a lo largo del tiempo. Finalmente, se calculó y mapeó la disponibilidad de comercio minorista multimodal para grupos de población previamente identificados. Los resultados muestran un bajo nivel de acceso al comercio ocasional y no rutinario, lo que subraya la fuerte dependencia de los automóviles de pasajeros. Es decir para definir la ubicación de un establecimiento comercial hay que tomar consideraciones desde el punto de vista como visitantes o compradores, viendo la factibilidad de los accesos ya sea peatonal o vehicular, determinando el tiempo que genera en llegar al establecimiento por el norte, sur, este u oeste.

EMC es el resultado de la integración espacial de las métricas de accesibilidad (AV) y actividad comercial (VC). Según Arranza (2020), EMC es el resultado de la integración espacial de la disponibilidad (AV) y el valor comercial (VC). Tenga en cuenta que este estudio se relaciona con el componente espacial de la accesibilidad y no con otros posibles aspectos relacionados con conceptos como la accesibilidad universal. Se utilizó un analista de red ArcMap basado en un modelo de distancia para calcular la accesibilidad. La función es encontrar la red de carreteras de las tres instalaciones comerciales más cercanas para calcular la distancia promedio entre ellas. Dicho esto, esto nos da una idea aproximada de cómo están disponibles las tiendas en un área en particular: distancias más cortas significan rangos más largos.

Seguido a ello, se presenta el **primer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

El equipo de profesionales de Niddo Arquitectura y Diseño (2018) al hablar de **estética** en la arquitectura comercial, hace referencia a la apariencia que tendrá y que es reflejado a través de su diseño tanto exterior como interior. Donde mencionaron que, tanto la estética como la funcionalidad son los que destacan un establecimiento comercial y para lograrlo se necesita lograr lo siguiente: La experiencia del cliente debe ser la más satisfactoria, la imagen de marca debe estar en el diseño del local comercial ya sea en el color de las paredes o en pequeños detalles que hagan recordar a los clientes dónde se encuentran, asimismo, un local confortable anima a los clientes a pasar más tiempo en él así como los aromas, la música y decoración. En resumen a la estética de los espacios exteriores es la llave para captar el interés del público y hacer que visiten el local. Un ejemplo es haciendo uso de una fachada original como centrar los esfuerzos en un escaparate que interactúe con los posibles consumidores.

La estética no es propiedad de las partes constituyentes de la ciudad. Según Mariñelarena (2019) La ciudad es dinámica y cambiante, y se conservan estéticas en transformación, articulación de ideologías e imágenes, diversidad e integridad, patrimonio y ciudadanía. Conoce las propiedades de la ciudad y su espacio; a las características del territorio y sus ubicaciones. En resumen, la estética convierte los espacios en fuentes de vida la cual crea experiencias agradables para quienes lo visitan.

La palabra estética la parte de percepción o experiencia sensorial de elementos del espacio urbano cuyas relaciones los distinguen de la experiencia cotidiana. Según Lara (2013) tiene el componente material (forma, arte, escala, jerarquía) y el componente inmaterial (placer, interés, sentido, posesión de estos espacios). Es decir la estética vincula las relaciones entre ambos componentes que enfatizan la belleza o la integridad de un espacio, alegría o el interés, significado que adquieren con el tiempo.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a la estética.

Cuando se habla de integrar espacios se denomina Según Solís (2015), el diseño de **espacios internos y externos** causa una buena impresión en la empresa. Al igual que un empleado, cuando visita a un cliente, no solo captura la

identidad del cliente, sino que también la imagina. A través de una variedad de recursos de diseño, puede comunicar la solidez, la transparencia, la rigidez, la confiabilidad, la rentabilidad, la innovación y otras características que su empresa está tratando de reflejar. En otras palabras, el diseño de estos dos espacios es muy importante para quienes trabajan en la instalación y quienes visitan la instalación. Las condiciones ambientales, estéticas y de confort están relacionadas con el buen desarrollo de las actividades y desenvolvimiento laboral.

Seguido a ello, se presenta el **segundo indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Indica que **la sociología** en arquitectura responde a la vida social, donde permite comprender cómo se produce el comportamiento social, tanto individual como colectivo. Según Muntañola (2011) menciona que la sociología es un área poco considerada en la arquitectura y que sin embargo es de suma importancia porque estudia las prácticas sociales, culturales, artísticas y políticas la cual ha venido siendo ocultada en diversos campos de estudio. Es decir, la sociología es uno de los criterios de la arquitectura que permite comprender las necesidades, costumbres y actividades de una población para luego plantear espacios que se integren a su comunidad.

Como disciplina principal en el diseño de equipamientos comerciales se estudia los eventos sociales únicos del sector. Según Lamy (2019) la sociología La cual tiene como objeto de estudio los procesos sociales inscritos en ese espacio. Es decir, esta disciplina estudia el contexto social en relación con el con sus espacios creados ya sea por costumbre o creencias.

Para poder crear espacios al interior de un establecimiento es necesario estudiar esta disciplina para determinar los espacios propios del sector. Según Clavel (2002) La sociología tiene como tarea describir las ciudades en movimiento como espacios creados como resultado de muchas prácticas de diferentes grupos de población para crear un entorno urbano cotidiano común. Su objetivo es comprender mejor la relación entre la sociedad y sus espacios, para refrescar la importancia de estos espacios, teniendo en cuenta la sociedad contemporánea, sus valores y perspectivas. En resumen, se tiene que estudiar los espacios ya

existentes para poder determinar su importancia y rol fundamental que cumple para la sociedad y de esta manera sea incluida como algo muy propio del sector al momento de implementar un equipamiento en el lugar.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a la sociología.

Un grupo de personas que comparten un interés objetivo común y se unen para lograrlo. Según Peñaloza (2012) **la antropología** son un grupo social de personas que están en relación continua entre sí. Además de la interacción de los miembros, es importante mencionar que los grupos deben estar organizados, tener valores comunes y lograr sus objetivos. En otras palabras, es un grupo de personas que se identifican con un aspecto común que se identifica con la comunidad y se siente representativa de la comunidad.

Seguido a ello, se presenta el **tercer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

En la arquitectura para representar elementos formales—espaciales se estudia **la antropología**. Según Cruz (2019) no sólo de los objetos sino de todo aquello que es el reflejo de lo que se construye en una sociedad. Si bien no es algo nuevo, siempre ha colaborado de forma paralela en las decisiones de cualquier proyecto de diseño arquitectónico. El objetivo de la antropología es inferir cuáles son los patrones frecuentes o extraordinarios del habitador, en el desarrollo de su biografía y las etapas de su vida a partir del diseño desde su concepción hasta su posible olvido, creando métodos para reflexionar sobre lo normal, lo común y lo extraño, lo vital y lo enfermizo que se exhibe en el diseño, lo cual es producto de cómo concebir y repensar el mundo desde el contexto, además de la temporalidad la cual puede ser dinámica o compleja. Ante ello se denomina el estudio de la antropología como parte de los criterios más importantes en la concepción de un proyecto arquitectónico - urbano donde coloca al hombre como eje central para determinar y entender su forma de habitar.

Como disciplina que se centra en el estudio de "otros" nativos de pueblos lejanos en el espacio y el tiempo. Según Lacarrieu (2007) La antropología se adentra en el mundo de lo urbano. Luego, se analizarán los dilemas y condiciones

interseccionales que la constituyen en relación con las condiciones objetivas de producción del conocimiento antropológico y el papel de la llamada antropología clásica ante la pertinencia o no de una antropología de las ciudades. En otras palabras estudia los procesos socioculturales que existen en las ciudades que por consecuencia del crecimiento poblacional, costumbre o necesidades se han generado.

Según Borda (2015) La antropología estudia los procesos socioculturales que tienen lugar en las ciudades. Surgió como consecuencia de las necesidades que provocaron el crecimiento demográfico y la expansión urbana. Por ello, se posiciona como un campo de estudio imprescindible para comprender y analizar nuestra organización social a medio y largo plazo. En síntesis, la antropología realiza estudios de metodología en la ciudad llamado también etnografía; donde se encarga de estudiar las clases urbanas en la ciudad.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a antropológicos

Espacio Natural y Espacio Invadido por el Hombre Según Pillet (2003), este último se denomina el **espacio humanizado** o geográfico que conocemos de nuestro planeta y es el resultado de un proceso largo y bien desarrollado. Hace unos 7000 años, el comportamiento humano y los principios antrópicos (los humanos también cambian su entorno como seres vivos y modelan paisajes con su comportamiento, porque los humanos pueden usar la tecnología para realizar cambios significativos en su entorno. Puede marcar una gran diferencia en el medio ambiente. Sí ) Empezó con el desarrollo de la agricultura y condujo al cambio más grande del planeta. Estos se llaman lugares que las personas han tocado o cambiado.

En la presente investigación se abordarán los diferentes conceptos y temas de **la renovación urbana** que benefician en la investigación.

Sobre la **Categoría 2: La renovación urbana**, se entiende como la creación de algo nuevo, algo renovado, a continuación para entender mejor este proceso, donde hablaremos del concepto de renovación urbana, el impacto que genera en las ciudades y algunos casos exitosos. Así mismo, en este apartado se abordarán

los diferentes conceptos y posturas de diferentes autores sobre el tema de **renovación urbana** que aporten en la investigación.

Por ello, nos planteamos la siguiente interrogante, **¿Qué es la renovación urbana?**, Las renovaciones adoptan un espíritu cultural de tal forma se crea la construcción de una imagen social y fomentar actividades patrimoniales en el contexto urbano. Nos dice Goycoolea (2019) que el enfoque de renovación urbana viene desde el carácter patrimonial con la relación de conservar la cultura que identifica la ciudad, promoviendo diferentes enfoques que respondan el nivel espacial, socio-económico y político, lo que conlleva a enfrentar la gentrificación de los pobladores a otros sectores. Este concepto también genera la atracción por los espacios realizados al turismo que juega un rol importante para el patrimonio vivo y su estructura urbana. Sintetizando los conceptos del autor nos dice que la renovación es de carácter cultural en renovar espacios patrimoniales que generan atracciones para los ciudadanos y generar turismo.

Las políticas sociales que intervienen en la ciudad son de carácter patrimonial y económico. Donde nos dice Domínguez (2019) que la renovación urbana es la transformación y aumento del ambiente urbano a través de los edificios, dotaciones e infraestructuras, contribuyendo al interés inmobiliario o el turismo. Este concepto lleva a englobar a las estrategias urbanísticas y económicas que se expresan en los planes de los sectores, proyectos y programas implementadas con normativa técnica o física, que promueven el desplazamiento de usos para implementar nuevas funciones urbanas determinadas por un plan de desarrollo urbano. Concluye que la renovación consiste en promover estrategias urbanas por sectores para determinar diversas funciones e implementar infraestructuras que respondan al sector.

En las ciudades su configuración es de forma compleja y dinámica ya que se debe relación el contexto histórico con las nuevas generaciones de los ciudadanos que la habitan. Donde nos dice Líndez (2019) que es un término renovación urbana que realiza cambios inducido de manera general o individual en el urbanismo de la ciudad para reconstruir, rehacer o alinear las condiciones sociales que se han planificación, la renovación urbana se da desde épocas con

carácter histórico con el fin de lograr con confort urbano, en muchos casos estas intervenciones no generan muchos cambios y alteran la ciudad, ya que la renovación urbana es un tema complejo para determinar un cambio al urbanismo propio. Explica que la renovación urbana es un tema complejo que genera cambios en el urbanismo para reestructurar una ciudad y lograr una calidad de vida determinada para los ciudadanos.

Asimismo, es necesario mencionar ***el impacto de la renovación urbana en las ciudades***, La renovación urbana maneja los tratamientos turísticos con planeamiento que mejoran la infraestructura física y social de la ciudad. Según Escobar (2018) nos dice en su investigación que las modificaciones que se realizan en los suelos y en las construcciones son parte de la renovación urbana que se realiza en la ciudad, con el fin de lograr el mejoramiento de los espacios urbanos, con la finalidad de generar un impacto en las áreas de vivienda, actividades comerciales, la movilidad urbana y la rehabilitación de bienes culturales para la eficiencia de los espacios urbanos que son positivos para la comunidad. Explica que las transformaciones de las ciudades garantizan la forma y espacio de vivir la ciudad mediante una arquitectura urbana renovada para determinar una calidad de vida urbana efectiva.

Las situaciones de los barrios impactan en un proceso lento de degradación urbana que sufre alteraciones en la estructura urbana, es por ello que la renovación urbana genera un crecimiento físico y social de la ciudad. Según Segado y Espinoza (2015) los impactos que se generan en la ciudad impulsan que modifiquen las áreas importantes y con un déficit urbano de la ciudad, esto genera a generar proyectos completos en barrios de las ciudades que se insertan al tejido urbano muchas veces son a nivel sectorial, local y metropolitano, que contiene una visión fundamental en la ciudad, dentro de la estructura urbana se evidencia el desarrollo de renovación urbana en el marco de vivienda, espacio público y privado. Explica que se debe considerar las permanencias urbanas que están insertadas en el tejido urbano para generar proyectos nuevos urbanos a nivel metropolitano teniendo en cuenta la estructura de la ciudad.

Dentro de los procesos de renovar la ciudad se generan con anterioridad problemas de acuerdo a una demanda de la ciudad. Según Vergara (2015) la ciudad presenta diversos problemas en cuanto a barrios precarios y sin preservación por aspectos que generan estas zonas, muchos de estos barrios tugurizados pertenecen en barrios gentrificados donde se crean planes de renovación urbana para rehabilitar estas zonas degradadas, muchos de estos barrios se presentan que a través de reconfiguración de las viviendas comercio, las concepciones del espacio público y la generación de espacios que se desarrollan en la organización de la ciudad. Concluyendo, que, al tener estas consideraciones del proceso de renovación urbana de zonas baldías, se debe considerar los planes urbano territoriales que aportan un beneficio al cambio de uso de suelo que tiene la ciudad para una mayor organización de equipamientos.

Siguiendo con los temas abordados se presenta **Casos de renovaciones urbanas en las ciudades de Latinoamérica**, Uno de los casos más relevantes en América latina surge de los problemas industriales que tenían los barrios en México. Donde en su investigación Paquette (2020) el proyecto que se realizó, se denominó Nuevo Polanco, realizado por la inversión privada, lo que se generó en estos barrios fue revitalizar estos barrios que pertenecen a zonas industriales afectando a los barrios colindantes y generando problemas ambientales, lo que se elaboró un plan master y se creó dentro de estos barrios edificios corporativos esta zona se convirtió en una zona de producción, departamentos con accesos controlado, centros comerciales, equipamientos culturales privados que se volvió una zona fuerte en inversión el entorno urbano, dando énfasis que estos proyectos se realizó por la inversión privada lo que llevó a que el sector público comienza la elaboración de planes urbanos para el entorno de este barrio. Concluyendo que las renovaciones urbanas se dan por problemáticas de barrios o sectores de la ciudad que existe un déficit de espacios, lo que genera la intervención de estos sectores, pero muchas de estas intervenciones se dan por parte del sector privado logrando un gran beneficio para la ciudad de México.

## **Figura 28**

*Proyecto de renovación urbana en México*



*Nota:* Imagen extraída de la página ALTONIVEL. Fuente:  
<https://www.altonivel.com.mx/empresas/negocios/historia-nuevo-polanco-boom-inmobiliario/>

Dentro de los proyectos mundiales que se evidencian a lo largo del tiempo el banco mundial nos presenta el proyecto puerto madero. Donde Ramírez (2013) en su investigación nos cuenta que el puerto madero en argentina es uno de los proyectos de renovación urbana reconocidos a nivel mundial, donde este puerto antiguamente era un punto de embarcaciones, estuvo por ser una zona insostenible lo que provocó que los ciudadanos se alejen del centro, dejando así suelos disponibles por lo que se olvidó el patrimonio mercantil y arquitectónico de la ciudad, para los especialistas afrontar esta problemática tuvieron un plan de regeneración urbana para el puerto madero, lo cual consiste en aprovechar 170 ha y convertirlo en una ciudad productiva de inversión privada generando turismo en todo su puerto madero, trayendo consigo proyectos para los barrios colindantes y proyectos como hoteles, restaurantes y diversos equipamientos comerciales que enriquecieron la ciudad a nivel arquitectónico y económico. Concluye que dado este proyecto urbano integró a la ciudad a través del puerto madero que fomenta la arquitectura comercial a gran escala siendo este proyecto turístico potencial para la inversión privada.

## **Figura 29**

*Proyecto de renovación urbana en Argentina*



*Nota:* Imagen extraída de la página Plataforma Urbana. Fuente:  
<https://www.plataformaurbana.cl/archive/2013/03/06/operacion-puerto-madero-estrategias-de-gentrificacion-en-buenos-aires/>

La problemática de integrar los centros históricos y los barrios son demandados por los ciudadanos de Brasil ya que atenta problemas sociales es por ello el ayuntamiento realizó la intervención de los espacios urbanos. Según Costa y Hernández (2015) en su investigación sobre proyectos de renovación urbana tenemos el caso del proyecto de recualificación de espacios públicos en centros históricos y nuevas dinámicas urbanas en Brasil, lo que para dar forma a esta iniciativa de solución se tuvieron problemas de seguridad, el incremento de terminales informales de autobuses y espacios tugurizados que se concentran en cada barrios, determinando a los barrios y el centro histórico en una zona de alto peligro urbano y social, teniendo estos aspectos problemáticos se determinó las transformación de plazas y parques que articulen hasta el centro histórico que inició desde el ayuntamiento de São Luís, lo que al determinar el grado de intervención se apreció el uso participativo de la ciudadanía en conservar e interactuar estos espacios urbanos. Explica que para la integración y recuperación de estos espacios se piensan en problemas que presenta la zona y así se inició la regeneración de los espacios urbanos que integran como un eje ecológico desde los barrios periféricos hasta el centro histórico de la ciudad.

**Figura 30**

## Proyecto de renovación urbana en Brasil



*Nota:* Imagen extraída de la página Paisaje. Fuente:

<https://www.paisajeo.org/post/natureza-urbana-completa-proyectos-urbanos-en-s%C3%A3o-lu%C3%ADs-maranh%C3%A3o-i-brasil>.

El proceso de renovación urbana se va desarrollando de forma constante entre las ciudades. Según Caffrey y Cait (2020) la renovación urbana, conocida como el redesarrollo urbano, que es el tratamiento de rehabilitaciones de zonas habitables mediante restauraciones estructurales que se encuentran en situaciones en estado (malo) y construcciones nuevas. Este proceso involucra infraestructuras, pavimentaciones, áreas verdes e industriales y urbanizaciones, donde se tiene como objetivo revitalizar la economía, también se utiliza las renovaciones urbanas para perfeccionar la estética y calidad de vida de áreas urbanas o rurales en estado de desarrollo o subdesarrollo. Dentro de los gobiernos de estados son los responsables de generar proyectos de renovación urbana a cargo de especialistas en el área para planificar y administrar los proyectos determinados, donde se generan estrategias que estos proyectos generan un antes y después. La renovación urbana ofrece beneficios para las ciudades, produciendo economía, salud, seguridad y fortalecimiento a la imagen urbana, lo que lleva a rehabilitar los barrios precarios y distritos con mayor demanda de comercio, generando más ciudades turísticas, potencializando la cultura en las comunidades. Ante todo esto, se presentan las definiciones de las sub categorías como la imagen urbana, efectos

positivos de la renovación urbana y estrategias urbanas con el fin de contribuir para el desarrollo de la ciudad.

Consiguiendo con el desarrollo de la categoría se divide en **tres sub categorías**, lo cual se desarrollaran en diferentes indicadores y sub indicadores, es por ello, tenemos como sub categoría: **imagen urbana, efectos positivos de la renovación urbana y estrategias urbanas**. Por lo tanto, se presenta **la primera categoría** donde se considera 3 indicadores, lo cual se desarrollaran en diferentes sub indicadores, es por ello, tenemos como indicadores: **estructura urbana, identidad urbana y paisaje urbano**.

Teniendo en cuenta, que la imagen de la ciudad se debe componer desde la perspectiva del conocimiento colectivo trasladado al papel, midiendo aspectos del paisajismo y el urbanismo. Según Rodríguez (2019) para estudiar la **imagen urbana** se compone a través de del entorno natural urbano y los aspectos sociales, creando una esencia de dinamizar la realidad teniendo en cuenta la historia sobre acciones de la sociedad lo cual conjuga la estructura e identidad urbana, la imagen urbana toma funciones en el ambiente físico y en las personas sobre los elementos urbanos sociales y culturales así como elementos significativos e imaginarios sobre el entorno, también se refiere a tomar las condiciones de estilo de vida de los ciudadanos y su cultura propia. Es importante saber cómo la percepción de las personas impacta en la visión de lo que se quiere plantear para un proyecto de imagen urbana, creando espacios donde las personas lo tomen como un lugar importante para recordar. Ante todo, esto se aborda a definir los indicadores sobre estructura urbana y la identidad urbana.

Las dinámicas del paisaje incorporan el diseño urbano y la reestructuración del espacio público. Donde Araneda y Sierra (2015) se manifiesta a través de las dinámicas naturales del territorio, generando un valor patrimonial propio de la ciudad, relacionando con el paisaje natural urbano y rural, lo cual establecen una estructura habitable, también la imagen urbana lo componen elementos urbanos de la ciudad como parques, corredores ecológicos, ciclos vías y espacios públicos que conectan la ciudad a través de sistemas urbanos para el funcionamiento de diferentes actividades urbana sociales. Resumiendo, la imagen urbana crea un

conjunto de espacios urbanos los cuales se relaciona con la ciudad generando una estructura sólida.

La imagen urbana se compone por elementos artificiales y naturales, creando una imagen colectiva para las personas. Donde Vergara (2022) se refleja mediante los ciudadanos que forman parte de la ciudad, incorporada a la identidad y cultura urbana propia de la ciudad, vinculada a la forma simbólica de la ciudad y el habitante donde se crean relaciones sociales confortables mediante espacios agradables que los identifica como ciudad. En síntesis palabras la imagen busca compartir la interacción social con lo urbano.

Seguido a ello, se presenta el **primer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Dentro de la relación del urbanismo existente existen diversos aspectos que estructuran la ciudad, como las zonas antiguas y modernas que están agregadas en el núcleo inicial de la ciudad. Según Álvarez (2017) la **estructura urbana** se adapta y amplifica en ajustes que se realizan en las ciudades con el fin económico que se ha transformado en la actualidad y se relacionan con los elementos sociales y físicos al interior y exterior, teniendo en cuenta esto es que la ciudad se modifica su estructura interna para una concéntrica inicial a una multicéntrica o sectores estableciendo patrones nuevos a nivel espacial, pero en muchas ocasiones no se elaboran estudios urbano espaciales que hayan transformado la estructura de la ciudad. Se concluye que, al considerar las tendencias de cambiar la estructura central de la ciudad, se analiza desde el centro para impartir a los aspectos que componen la ciudad, lo cual favorece la gestión política y los proyectos de desarrollo urbanos.

La planificación de la ciudad permite establecer el ordenamiento de los equipamientos para la ciudad. Define Holguín (2021) existe una relación entre la actividad urbana y la estructura física a través del ordenamiento, la estructura urbana puede ser mono céntrica y policéntrica, donde refleja el uso del suelo a nivel macro, permitiendo una relación en la organización de la trama y el diseño urbano. Expresa, las ciudades se planifican de forma organizada por una trama que distribuye los equipamientos para la ciudad.

La estructura urbana se puede evidencia en el emplazamiento de los barrios que articulan el centro de la ciudad. Garzón 2015 la estructura urbana se define por sus tramos de actividades residencial, comercial, educación, entre otros, se evidencia también por zonas que lo componen el uso de suelo, lo cual la ciudad se configura mediante elementos representativos. Por ende, las ciudades se deben planificar desde su concepción, pero en muchos casos las tramas son irregulares donde no cuentan con distribución planificada de usos.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados a la estructura urbana.

El desplazamiento de las personas trae consigo la planificación de acceso para todo tipo de uso. Define Martínez (2019) el término **accesibilidad urbana** alcanza dimensiones dentro de la planificación urbana de la ciudad para que sean accesibles para todo tipo de usuario, donde se incluyen diversas alternativas para los desplazamientos del ciudadano. Entonces, la accesibilidad proporciona que los ciudadanos disfruten la posibilidad de ejercer sus derechos urbanos a través de recorridos que generan diversos equipamientos dentro de la ciudad.

La colaboración social es integrada por sectores en barrios para determinar la convivencia saludable. Menciona Brotat (2014) la **seguridad urbana** también se emplea como una estrategia urbana que las condiciones de habitacionalita de los ciudadanos, fomentando la motivación para cooperar ante la recuperación de áreas públicas. Se entiende, como herramienta de renovación y rehabilitación de actividades que están distribuidas en zonas olvidadas generando el mejoramiento del sector.

Seguido a ello, se presenta el **segundo indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

La ciudad se une en un solo espacio a través de planes pasados y futuros reconocidos a través de calles, barrios y áreas patrimoniales a través de la historia, la cultura y la personalidad social. Según Beleño (2017), la **identidad urbana** es lo más importante a identificar en una ciudad, simbólicamente compuesta por la historia, la cultura, la individualidad de los habitantes en el entorno urbano del espacio y el paisaje de la ciudad. Es importante que los habitantes no pierdan la

identidad del espacio urbano. Esto conduce a la separación social, la ansiedad cívica y el colapso urbano, por lo que es necesario hacer un plan óptimo para integrar a la sociedad y mantener el espacio para la ciudad. En resumen, la identidad es importante para las ciudades porque representa elementos como la cultura y la identidad que otorgan a la población un carácter simbólico que ayuda a lograr un espacio de igualdad social.

La identidad urbana se compone por elementos naturales y sociales que lo conforma la ciudad. Define Escotto (2019) la ciudad se construye por las personas y se transforma mediante las ideologías propias del poblador mediante las relaciones sociales, forman diferentes ecosistemas culturales, los cuales se representan por actividades o infraestructura públicas que los represente como ciudad, también se refleja mediante las manifestaciones culturales o las tradiciones que se organizan en la ciudad. En pocas palabras, La identidad urbana es la propia imagen que los identifica a la ciudad.

La identidad se conforma por la actividad o costumbres que se realizan en las ciudades. Martines (2015) la identidad se caracteriza por la profusión de los individuos compartiendo tradiciones mixtas reflejadas en un lugar, objeto o actividad social-física, permitiendo una calidad de vida igualitaria en el centro urbano, Es por ellos la identidad se construye media aspectos que se reflejan en la ciudad, lo cual se presenta como una imagen del pasado que los representa como ciudadano.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados a la identidad urbana.

El espacio urbano se da por un grupo de personas que conforma la ciudad y diversas actividades físicas y sociales. Enfatiza Talle y Ghilardi (2021) donde dice que el **espacio urbano** responde al entorno significativo social de incorporar espacios públicos que conforman la imagen de la ciudad con un sentido propio que genera un elemento importante, estos espacios urbanos se relacionan con la capacidad del terreno, también se define como actividades económicas propias del sector, donde genera un tipo de paisaje propio que guarda relación con la necesidad eficiente de la población. Por lo tanto, el espacio urbano lo conforma un grupo urbano: población, infraestructuras y organización de la ciudad.

El grupo social de diferentes personas integran una sociedad igualitaria que comparte el espacio público. Define Rodríguez (2021) nos dice que la **cultura urbana** engloba toda expresión artística social y cultural de la ciudad, donde expresa una identidad propia, donde lo conforman diversas personas dentro de la ciudad, esto se da también por el crecimiento de los sectores lo que surge expresiones artísticas, generando nuevas intervenciones a nivel de equipamientos culturales integrados a las necesidades de talleres para las personas jóvenes del sector. En síntesis, en las ciudades se evidencian diferentes grupos de personas que migran a diferentes partes, pero que comparten una identidad por el lugar de donde viven, lo cual forman parte de una zona cultura de la ciudad.

Seguido a ello, se presenta el **tercer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

El paisaje urbano engloba toda la ciudad. Define Maderuelo (2015) el **paisaje urbano** en arquitectura se define como el conjunto de espacios que lo construye los equipamientos, mobiliario urbano, elementos urbanos, entre otros, conformando una perspectiva visual y espacial mediante la escala humana y la proporción de los sectores en la ciudad.

El paisaje es la naturaleza y el ambiente urbano. Explica Maderuelo (2016) El Paisaje urbano es la elaboración cultural que realizamos en la ciudad, que se compone por la imagen urbana desde punto vista de cada ciudadano, el paisaje es el ambiente natural, la construcción de sensaciones y sentimientos que se interpreta en el paisaje, así mismo se interpreta mediante obras, composiciones artísticas, arquitectura que nos permite ver desde la percepción de cada persona. En concluir, el paisaje es la elaboración de hechos realiza que nosotros lo ponemos en manifiesto dentro de la ciudad.

Los procesos que tienen las ciudades mediante la transformación generan una imagen desde la escala humana. Explica Píldora (2015) las ciudades a menudo se renuevan o se transforman a pequeños ritmos, donde el espacio se altera y va perdiendo el sentido histórico, el paisaje urbano engloba historia, arquitectura y las personas, mediante el crecimiento de infraestructura y población, que crean vínculos que conforman la ciudad, por el lado histórico se simboliza mediante hitos

culturales que representa la ciudad desde sus inicios. Concluyendo, el paisaje urbano lo conforma las infraestructuras y la histórica mediante diferentes actividades de la ciudad.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado al paisaje urbano.

La urbanización concreta la acción de urbanizar mediante un terreno no urbano lo cual se podrá generar un nuevo uso y su debida organización con el contexto urbano. Explica Cortez (2015) la **ciudad urbanizada** promueve un crecimiento económico y un mejor desarrollo sustentable generando calidad de vida para las personas que rodean áreas no urbanas, pero en muchos casos se opta la urbanización de áreas destinada al sector agrícola donde se genera la poca producción de recursos naturales. En conclusión, la ciudad adopta cambios en todo el terreno donde deberá estar con normas fijas para preservar algunas áreas urbanas y rurales, dado que es mejor generar una organización de la ciudad y no generar distintos problemas sociales en cuanto vivienda y agricultura.

Dentro del **segunda sub categoría** se considera 3 indicadores, lo cual se desarrollaran en diferentes sub indicadores, es por ello, tenemos como indicadores: **recuperación de áreas urbanas centrales, confort urbano y transformación urbana.**

Dentro de las acciones positivas que benefician a los ciudadanos se debe cumplir necesidades básicas urbanas complementando con factores sociales. Según López (2016) los **efectos positivos de la renovación urbana** traen la creación del entorno en que las personas aprovechen el potencial de espacios y tener una vida productiva comercial y natural, esto trae también al desarrollo económico que busca el bienestar social y genere un impacto a la comunidad. Esto también genera buscar las condiciones de vida urbana a través de la transformación de la ciudad se generan planes urbanos, desarrollando el manejo del paisaje urbano, el alumbrado público y estrategias de planes por sectores, donde también se busca los tratamientos urbanos en recuperar zonas en estado precario. En resumen, con lo del autor, como un beneficio de renovación urbana es que dentro de los centros de la ciudad se usa la infraestructura que existe en el lugar para

revertirlo a nuevas actividades comerciales y culturales atrayendo la atención del ciudadano.

Las intervenciones que realizan en diversos sectores urbanos hacen que la ciudad sea más vital. Donde Sarmiento (2015) la renovación urbana trae consigo soluciones para la ciudad a través de la densificación urbana, como en el caso de los barrios de Calderón – Bogotá, debido al incremento de la industria inmobiliario trajo un barrio de volúmenes fuertes, donde no había una estructura para respetar los lineamientos para construir, lo cual el barrio se convirtió en producción inmobiliario pero cambio la imagen propia del barrio, es por ello, mediante la densificación urbana se replanteo la zonificación de estas viviendas, implementando manzanas más apreciadas, vías y jardines compactados con la ciudad, generado por la renovación urbana que trajo consigo a diferentes actividades para fomentar una identidad cultural del barrio. Es decir, los barrios se están desarrollando debido al carácter histórico y cultural, donde se debería tomar en cuenta estos conceptos para aplicarlo en otros barrios recuperando espacios urbanos olvidados.

La renovación urbana trae consigo la recuperación de la actividad económica, social, histórica en el marco urbano. Donde Paz (2016) el recuperar la idea central de la ciudad trae consigo la atracción social como en el caso de la ciudad de avilés que generan un plan para abordar la ría, terrenos industriales que se encuentran al margen de la ría, así mismo se consideró el puerto como un espacio emblemático para la atracción turísticas, se consideró los terrenos existentes y sobre esto se renovó la arquitectura del centro histórico, reactivando la ciudad a través de estos planes propuestos para el beneficio del ciudadano. Agregando a lo anterior, la renovación urbana puede abarcar procesos complejos, como lo evidencian en la ciudad de Ávila, renovar toda la ciudad para lograr recuperar los espacios históricos, fomentar turismo y habitabilidad de viviendas.

Seguido a ello, se presenta el ***primer indicador***.

Las áreas centrales han pasado por un proceso de alteración de las nuevas edificaciones dado que no se aprovechan los atractivos que genera la zona en cuanto a sus características jerárquicas, conectividad, patrimonio urbano y

arquitectónico. Según Rojas (2005) se define a la **Recuperación de áreas urbanas centrales** al proceso de promover una zona urbana céntrica que se encuentra en deterioro arquitectónico, social y físico y convertirlo en unas zonas habitables a nivel social y económico y patrimonial, muchos de estos procesos de recuperar deben mantenerse a una línea de tradiciones jurídicas como la gestión y organización de programas de recuperación. En otros casos a estas intervenciones se le atribuye el mantenimiento o la rehabilitación de espacios que tengan propósito histórico para que las autoridades competentes tomen opciones favorables para la revalorización de estas zonas y forme parte de una identidad común. Resumiendo, que es beneficioso a nivel arquitectónico implementar la recuperación de áreas central ya que estas zonas dan el origen histórico para toda la ciudad, dando como un punto de inicio para muchos programas de intervenciones a los alrededores de la ciudad.

### Figura 31

*Proyecto Abandoibarra de Bilbao*



*Nota:* Plan master del Proyecto Abandoibarra de Bilbao. Fuente: <https://wearethecityheroes.wordpress.com/2013/02/01/bilbao--abandoibarra-ria-2000/>

El desarrollo de la ciudad se manifiesta en proyectos para recuperar espacios deteriorados y crear una imagen de la ciudad. Menciona Mónaco (2018) se presenta el proyecto “Parque de la milla digital de Zaragoza” es el resultado de

un proyecto estratégico de recuperar el área del desplazamiento de las estaciones de trenes en zona central de la ciudad de portillo, su finalidad del proyecto es potenciar los medios digital y físicos por parte del estado público, realizando diferentes propuestas para mejorar los espacios urbanos que colindan esta milla residencial lo cual sea atractiva, generando identificación cultural por parte de los ciudadanos, así mismo se organiza mediante una red para los diferentes barrios de la ciudad. Concluyendo, el proyecto presenta diferentes actividades ambientales, sociales y privadas fomentando la identidad propia de la ciudad, así mismo se presenta en la imagen el desarrollo del proyecto.

**Figura 32**

*Proyecto Parque de la milla digital de Zaragoza*



*Nota:* Plan master del Parque de la milla digital de Zaragoza. Fuente: <http://www.zgrados.com/los-restos-sobrevivientes-de-la-milla-digital/>.

Los centros comerciales son equipamientos que forman hitos urbanos para la ciudad. Describe Galetovic et. al (2015) la construcción de malls y centros comercial se han desarrollado en el centro de la ciudad, dado por factores sociales y económicos, la ubicación de los centros comerciales ha estado planificado por sub centros, donde se procedió a renovar lo tradicional con lo moderno en cuanto uso, ya que aún se mantiene lo tradicional dentro de estos establecimientos, ahora



conforma la ciudad, aún no se define un instrumento que marque el nivel de confort pero se toma estos aspectos que definen la calidad de vida urbana, en otros casos para definir el confort se toma en cuenta las funciones de uso del ciudadano cuando utiliza el espacio como calles, plazas o parques se debe satisfacer las necesidades de las personas en distintos rangos. En conclusión, para determinar el grado de confort se debe tener en cuenta aspectos sociales y naturales para cada demanda de las personas como niños, adolescentes y adultos mayores de esa manera se percibe de diversas formas y así satisfacer las necesidades ambientales y urbanas para aprovechar el espacio público.

La planificación de proponer áreas verdes debe establecer relación con el medio climático, conociendo los aspectos climáticos para fomentar un ambiente confortable. Martínez (2020) tiene la capacidad de generar ambientes limpios renovables para las actividades de la persona, es por ello se toma en cuenta las condiciones climáticas y lo que se evidencia en el ecosistema urbano, para planificar espacios verdes sostenibles mejorando el entorno de vida. Por lo tanto, un ambiente natural contribuye a mejorar el bienestar natural y social.

Las herramientas previstas para lograr espacios públicos buenos es el arbolado urbano. Recomienda Rojas (2022) se debe tomar las condiciones climáticas para determinar el grado de confort térmico urbano, implementando el arbolado ya que esta estrategia trae sombras y crea ambientes favorables para el desplazamiento del peatón, generando mayor interacción social en las calles, así mismo se recomienda aplicar previo un estudio a espacios abandonados para revalorizar y darle una minoría de área verde a la ciudad. Es por ello, la planificación espacios urbanos se deben tomar en cuenta las condiciones climáticas para determinar el grado de confort y así implementar estrategias para contrarrestar estos impactos climáticos.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados al confort urbano

Los espacios verdes contribuyen a mejorar la ciudad y beneficia a las condiciones climáticas. Expresa (2018) las **áreas verdes** deben estar ocupadas por espacios verdes como plantas u árboles que generan diversos usos ecológicos o

de decoración, así como la rehabilitación o protección, las cuales determinan las condiciones de la calidad de vida urbana y generar nuevos pulmones verdes para la ciudad. Por lo tanto, las áreas verdes mejoran la habitabilidad de las personas y fomenta optimizar los impactos del cambio climático.

Las personas en el recorrido por la ciudad reaccionan a diversos factores, como las condiciones urbanas. Define González (2014) la **calidad de vida** presenta las condiciones de habitabilidad dentro de la ciudad obtenidas desde el confort urbano y social, lo que funciona también el desarrollo de oportunidades económicas, sociales y culturales generando espacios de interacción social que son garantía de la vida urbana saludable en la ciudad. Concluyendo, se relaciona las condiciones de las personas con el bienestar físico urbano por la ciudad.

Seguido a ello, se presenta **el tercer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Los procesos de expansión urbana traen la creación de nuevas estructuras urbanas consolidadas, que reflejan una ciudad formal y organizada. Sostiene Gonzales (2015) la **transformación urbana** crea nuevas actividades antes demandas de la ciudad, como la trama de residencia o comercial que ordena el suelo en áreas informal que fomentan problemas urbanos, así mismo trae la consolidación de nuevas centralidades en la ciudad generando desarrollo urbano. Por ende, la transformación busca acoger proyectos estratégicos para ordena y regular la forma urbana para actividades de la ciudad.

La transformación urbana comprende una serie de proyectos visuales y de infraestructura para una situación problemática urbana. Plantea Cortes (2017) busca transformar la relación espacial, a través de estrategias urbanas que conecte e integran espacios desordenado, este proceso consiste en desocupar y optimizar zonas para el desarrollo de nuevas actividades. Por lo tanto, la transformación urbana es una estrategia para mejora el hábitat de una ciudad desordenada.

El urbanismo se adapta a cambio repentinos por la necesidad de vivienda modifican la trama urbana lo cual se generan estrategias urbanas. Define Cervero y Hernández (2015) la transformación conjuntas una serie de intervenciones, en

cuanto al barrio se realiza cambio de equipamientos en cuanto residencia, comercio, educación, que permita el ordenamiento de la ciudad, dado por tres ideas: centralidad, urbanismo, fractura social. En conclusión, se realiza cambios puntuales a la ciudad en cuanto a su infraestructura para mejorar la ciudad.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a la transformación urbana.

Las transformaciones de las ciudades se piensan que solo se crea para dar forma a nuevas expansiones. Según Mendoza (2016) la **gentrificación urbana** define como la reestructuración espacial de un área urbana determinada, lo cual genera en algunos casos procesos de zonas céntricas para la integración social en un área reestructurada. Es decir, la gentrificación crea áreas que no están consolidadas y generan un nuevo uso dependiendo el tipo de suelo que se podrá ser utilizado.

Dentro del **tercer sub categoría** se considera 3 indicadores, lo cual se desarrollaran en diferentes sub indicadores, es por ello, tenemos como indicadores: **conservación de espacios urbanos, revitalización de los barrios y regeneración urbana.**

La visión del desarrollo de la ciudad surge a través de estrategias que pueden ser políticas y urbanas las cuales aportan para las gestiones e intervenciones que se generen en la ciudad. Según Chavarría (2017) los modelos de **estrategias urbanas** no solo aborda a sustituir edificaciones en deterioro o edificaciones históricas existentes, también se realiza cambios en el uso del suelo existente en diversos sectores para el bienestar urbano aprovechando las construcciones y servicios realizados es donde se realiza la planificación de la ciudad y generando normativas objetivas a largo medio plazo, en su mayoría de centros de las ciudades no llegan a concluir el lineamientos de estas normas y varias el contexto urbano de la ciudad lo que nos hace entender que la generación de estrategias urbanas promueven la revitalización de barrios, rehabilitación y conservación de los espacios, lo que debe ser apoyada por la participación ciudadana en el desarrollo de planificar la ciudad.

Con el tiempo las practicas espaciales provocan ordenamiento y fiscalización. Donde Martínez (2017) las estrategias espaciales dentro de la ciudad, es una forma de organizar el funcionamiento de la ciudad, donde el urbanismo maneja herramientas ante una determinada intervención urbana, logrando salvar la ciudad a través de la hegemonía. Es decir, el escenario urbano se vuelve integral, ordenado y escenificado, una calidad urbana segura.

El evaluar la ciudad como es, se debe mantener las infraestructuras urbanas y espacios urbanos existentes. Donde Iracheta (2021) dentro de los barrios urbanos se elaboran estrategias puntuales que se requieran para atender una demanda determinada, como mejorar o conservar la calidad de vida social y físico, a través de planes urbanos, políticas orientadas a la conservación y la recuperación de núcleos en cada ciudad que los referentes para la mejora de la ciudad, En síntesis, una estrategia fundamental es la conservación y planificación de políticas urbanas.

Seguido a ello, se presenta el **primer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Al hablar de conservación no solo se refiere a aspectos de infraestructura sino también al mantenimiento de la naturaleza urbana que existe en las ciudades. Según Vélez (2007) se define por **conservación de espacios urbanos** a la práctica de conservar las áreas verdes en el entorno urbano como parques, ríos patios y áreas urbanas lo que proviene de la conservación urbana generando mayor calidad urbana para árboles, flores entre otros, donde mejora las condiciones de espacios habitables, así mismo aporta gran interés para generar valores ambientales y sociales en el marco del paisaje urbano, muchas veces los nodos están en estado precario donde al desplazar la conservación de este se genera espacios verdes que actúa como elemento de identidad en el ecosistema urbano produciendo mayor conectividad a través de mobiliarios urbanos. Sintetizando que, un área urbana conservada trae la unión de intercambio social con la convivencia urbana que impacta para mejorar la calidad del espacio urbano y generar interacciones de convivencia social ante la ejecución de ejes naturales.

El cuidado ambiental en la ciudad busca desertar la destrucción de espacios y contaminación ambiental. Considera García (2020) el cuidado y conservación

deben estar relacionados para restablecer los espacios urbanos, implica mantener estable el ambiente mediante el cuidado y preservación, donde la conservación se debe gestionar como estrategia urbana para la preservación de los ambientes naturales. Para concluir, las políticas sociales sobre conservación deben tener un carácter sostenible para conservar los espacios verdes, ya que es nuestro metabolismo de vida.

La práctica de conservación de espacios urbanos hace de la ciudad un entorno natural sostenible. Afirma De la fuente (2021) un área conservada fomenta la seguridad de las personas que transitan estos espacios sociales, también la conservación de áreas verdes contribuye de forma efectiva a la biodiversidad del lugar, es importante la participación social para la convivencia responsable sobre el ambiente. Por lo tanto, conservación debe ser una medida de práctica para mantener estos espacios urbanos habitables para el tránsito urbano y mejorar las condiciones de vida de las personas que rodean las áreas verdes.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados a la conservación de espacios urbanos.

Los elementos verdes en el ambiente urbano forman una cadena ecológica, donde forma parte de la sostenibilidad. Menciona Vásquez (2016) la **infraestructura verde** se define como una herramienta eficaz con un fin ecológico, crear zonas naturales y seminaturales con elementos ambientales que permitan crear ecosistemas urbanos sustentables, las formas más favorables de la creación de infraestructura verde son generando las gestiones del suelo y estrategias colectivas del gobierno. Entonces, la infraestructura verde busca la sostenibilidad mediante la implementación de áreas verdes en diferentes sectores de la ciudad.

El mobiliario facilita la interacción social que se realiza en la ciudad. Define Westphal (2013) el **mobiliario urbano** se refiere a todo objeto urbano de uso público, que se encuentra en los espacios urbanos, cuyo objetivo tiene brindar diversas utilidades armónicas para el funcionamiento del espacio y el mobiliario, cuyos elementos son instalados para mejorar el confort de la ciudad y atender demandas de los ciudadanos. Es decir, la implementación de muebles urbanos hace atractiva las actividades de las personas, contribuyendo a su calidad de vida.

Seguido a ello, se presenta el **segundo indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

Buscar volver a construir la ciudad se debe tomar condiciones de actividades que se desarrollen en los barrios ya que actualmente no se intervienen los centros de la ciudad, sino los barrios o sectores con mayor demanda en crecimiento económico o social. Según Vera y Mashini (2020) la **revitalización de los barrios** es un instrumento que revierte los estados urbanos y arquitectónicos de la ciudad para generar nuevas condiciones urbanas que demanda el lugar para la sostenibilidad, en cuanto a los asentamientos informales mucho de estos generan emprendimientos y creatividad en el sector, donde se promueve acciones para el desarrollo local como ejemplo el proyecto metí handmade school en bangladesh que se crea a partir de los recursos de la zona y la creatividad urbana del entorno, buscando transmitir cultura y nuevas ideas de diseño para la imagen urbana del lugar muchos de estos se generan nuevos espacios culturales y comerciales, para fomentar todas las estrategias ambientales y sociales en los barrios se fomentan espacios de ejes verdes que promueven la recreación y bienestar público. En conclusión, la revitalización funciona para restaurar espacios públicos con el objetivo del bienestar social-cultural y físico dentro de la ciudad que al tiempo se debe sostener a través de planes urbanos que mantengan la imagen del barrio teniendo aspectos como la originalidad, forma y las propuestas de los arquitectos.

Los procesos creados en los barrios se combinan con los distintos equipamientos que componen el barrio. Tello (2017) la calidad de vida está relacionada con el crecimiento de las áreas residenciales, que prescribe las condiciones sociales, económicas y ambientales para la revitalización de las áreas problemáticas de la ciudad tema objetivo, donde una estrategia es reestructurar la vivienda, la organización y la forma de trama formal para atraer visitantes a la ciudad. En última instancia, la restauración tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida del barrio a través de iniciativas sociales y materiales para el desarrollo comunitario.

La revitalización urbana asume a fomentar actividades físicas e sociales que integren la ciudad. Considera Ramírez (2017) la manera de recuperar la histórica

de los barrios es a través de circuitos urbanos que integren a los barrios históricos de la ciudad, donde se genera la intervención espacial que conlleva la conservación de espacios públicos e históricos donde se puede generar actividades que enriquezcas al barrio mejorando las condiciones sociales y económicas de la ciudad. En resumen, los barrios tienen un carácter social histórico donde revitalizar estos lugares genera actividades dentro del sector, ayudando a la recuperación de centros históricos.

A continuación, se presenta los **sub indicadores** relacionados a la revitalización de los barrios.

Los barrios pretenden establecer una forma de protección urbana para mejorar la accesibilidad de la ciudad. Menciona López (2016) las intervenciones para la **creación de sistemas barriales** promueven desarrollos a través de espacios con infraestructuras que recolectan desde la identidad del barrio a través de los programas de reciclaje, generando también espacios verdes con colaboraciones de la ciudadanía, esto también se da que a través de la intervención de planes barriales sectoriales que generan también seguridad urbana dentro del sector dando inicio a las diversas laderas del sector.

El desplazamiento de las personas hace que la ciudad se integre con diferentes puntos de la ciudad. Plantea CONUEE (2018), la **movilidad urbana** se entiende por la generación de movimientos de personas y bienes dentro de la ciudad a través de medios de transporte público, a pie, bicicleta, etc. Donde muchas veces se crean circuitos peatonales donde las personas integren recorridos a parques fortaleciendo los negocios de alta demanda, teniendo como objetivo que los ciudadanos adopten condiciones de seguridad e igualdad en colaboración con los espacios naturales.

Seguido a ello, se presenta el **tercer indicador** lo que conlleva a dividirse en sub indicadores relacionados al indicador y se desarrollan en la investigación.

La Regeneración Urbana es una herramienta fundamental para la transformación y desarrollo de la ciudad. Nos dice ONU-HABITAT (2016) **la regeneración urbana**, se basa a un enfoque integral que consiste en remodelar

los espacios urbanos mejorando el tejido urbano existente, sin provocar desplazamientos que fuerzan a la ciudad, mejora las condiciones urbanas dando como resultado ciudades sostenibles. Es decir, busca reintegrar áreas deficientes mejorando la conectividad del barrio con la ciudad.

El concepto regeneración le atribuye similitudes que se asocia a mejorar la ciudad. Describe Iraegui (2017), regenerar es mejorar o restablecer algo que se degenero, la regeneración urbana entiende la manera de arreglar situaciones urbanas que están degradadas, donde actúa de manera organizada y equilibrada. Concluyendo, este proceso es dar solución de manera global ante problemas urbanos donde lo integra mejora diferentes factores sociales, económicos y medioambientales.

La contribución de los ciudadanos forma la ciudad mediante sus actividades sociales que promueven masas culturales para la calidad de vida urbana de la ciudad. Según Areddu (2021) la regeneración urbana contribuye con la comunicación del territorio donde mejora zonas degradadas que prevén espacios urbanos adecuado, como el aporte cultural de expresiones artísticas como el Street art logrando la recuperación de espacios urbanos, desarrollando la cultura y arte a la ciudad. En otras palabras, la intervención del ciudadano genera que la ciudad valla de la mano para su conservación de espacios recuperados, es por ello se evidencias murales o edificaciones donde se aprecia expresiones artísticas mejorando la imagen de la ciudad.

A continuación, se presenta el **sub indicador** relacionado a la regeneración urbana.

La planificación urbana crea un conjunto ordenado de diferentes usos de suelos. Define Ornes (2009), **Planificación urbana** surge desde el análisis de la proyección de la población y las condiciones urbanas e climáticas para generar propuestas en diseño y uso urbano que permita dinamizar los accesos hacia nuevas expansiones o sectores aledaños, mediante una normas y leyes establecidas en la ciudad. Entonces, la ciudad se planifica teniendo en cuenta aspectos de la población, diseño, condiciones urbanas y climáticas para generar áreas urbanas organizadas que integren toda la ciudad.

### III. METODOLOGÍA

Este estudio representa al procedimiento racional para definir objetivos cuantificables. Según Hernández (2014), *la metodología* está siempre presente en la vida humana y se utiliza para presentar diferentes tipos de investigación, en las que encontramos cuantitativas, cualitativas y mixtas, aptas para resolver diferentes problemas de investigación. Es decir, antes de realizar un levantamiento, se debe determinar el tipo de enfoque de nuestro proyecto de acuerdo a su estructura.

Para determinar los argumentos descritos en la investigación. Según Erickson (1989) la *investigación cualitativa* describe los conceptos de los términos de la investigación encontrando una relación existente con el ambiente social mediante la percepción de especialistas. Teniendo el contexto de la investigación cualitativa desarrolla definiciones y teorías de gran interés para encontrar información relevante de un análisis profundo al contexto actual.

#### 3.1. Tipo y Diseño de investigación

Este tipo de investigación es *aplicada* ya que este proyecto se basa en la generación de conocimiento directamente a través de la problemática del lugar. Para Murillo (2008), la investigación aplicada se denomina “investigación práctica o experimental”, cuya característica es que está dirigida a la aplicación o aprovechamiento de los conocimientos adquiridos. El uso del conocimiento y los resultados de la investigación se traducen en comprensión práctica de forma coherente, organizada y sistemática.

El diseño del estudio es de tipo *fenomenológico*. Según Rizo-Patrón (2015) la fenomenología *establece* la relación de objetividad y subjetividad de analizar la percepción normativa y prácticas de autores de un determinado tema. Concluyendo que, el diseño del estudio se basó en la percepción de los autores sobre la arquitectura comercial para las renovaciones urbanas del distrito de san juan de Lurigancho, lo cual es importante para la argumentación de la investigación.

### 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

En el estudio siguiente, se tomaron en cuenta dos **categorías** clasificadas en unidades analíticas. Según Albert (2007), una categoría se define como una herramienta para analizar información específica sobre un tema determinado. Teniendo en cuenta este concepto, se identificaron dos categorías, en la que la arquitectura comercial fue la **primera categoría** estudiada, con tres subcategorías, cada una con un índice, y la renovación urbana fue la **segunda categoría** con tres subcategorías, cada una con un índice. Teniendo en cuenta las categorías determinadas estas se desprenden de subcategorías. Según Strauss y Corbin (2002) las **subcategorías** son parte de formar la información sobre un tema determinado para proponer ideas que complementen la investigación. Es por ello, que se expresan las siguientes subcategorías: Tipos de arquitectura comercial, Impacto de la arquitectura comercial y Criterios para la arquitectura comercial; Imagen urbana, Efectos positivos de la renovación urbana y Estrategias urbanas.

Por consiguiente, las subcategorías determinadas se desprenden a indicadores. Según Gutiérrez (2009) los **indicadores** son datos establecidos determinados de la investigación realizada, lo cual estos datos generan resultados para observar y establecer resultados. Considerando este argumento se tienen los siguientes indicadores con relación a la primera categoría: 1) Locales especializados, 2) Locales comerciales agrupados; 3) Locales de conveniencia; 4) uso de suelo; 5) generación de centralidades; 6) cambio de imagen; 7) estéticas; 8) sociológicos; 9) antropológicos; Consiguiendo, se presenta los indicadores con relación a la segunda categoría: 10) estructura urbana; 11) identidad urbana; 12) paisaje urbano; 13) recuperación de áreas urbanas centrales; 14) Confort urbano; 15) Transformación urbana; 16) Conservación de espacios urbanos; 16) Revitalización de los barrios; 17) Regeneración urbana.

Finalmente, dentro de los indicadores presentados se desprenden a los subindicadores. Según Medina (2015) los **subindicadores** se transforman para sintetizar la información compleja. Lo que conlleva a presentar los siguientes subindicadores con relación a la primera categoría: a) mayorista; b) minorista; c) mercado; d) centro comercial; e) bodega market; f) suelo urbano; g) suelo rustico; h) suelo de protección; i) megaproyectos; j) imagen corporativa; Consiguiendo, se

presenta los subindicadores con relación a la segunda categoría: k) espacios interiores y exteriores; l) grupo sociales; m) espacio humanizado; n) accesibilidad urbana; o) morfología urbana; p) espacio urbano; q) cultura urbana; r) ciudad urbanizada; s) área verdes; t) calidad de vida urbana; u) gentrificación urbana; v) infraestructura verde; w) mobiliario urbano; x) creación de sistemas barriales; y) movilidad urbana; z) planificación urbana. A continuación, se presenta nuestra tabla para una mejor organización de nuestras variables.

**Tabla 1**

*Categorías de la investigación*

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	INDICADORES	SUBINDICADORES
Arquitectura Comercial	Tipos de arquitectura comercial	1	a, b
		2	c, d
		3	e
	Impacto de la arquitectura comercial	4	f, g, h
		5	i
		6	j
		7	k
	Criterios para la arquitectura comercial	8	l
		9	m
		10	n, o
Renovación Urbana	Imagen urbana	11	p, q
		10	r
		12	
	Efectos positivos de la renovación urbana	13	s, t
		14	u
Estrategias urbanas	15	v, w	
	16	x, y	
	17	z	

*Nota:* Elaboración propia

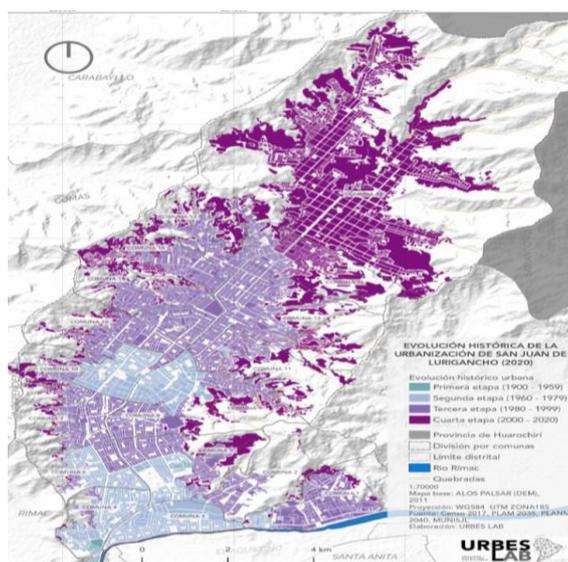
En este proceso se genera la información relevante de la metodología de la investigación. Donde Muñiz (2020) nos presenta la **matriz de categorización** como el tratamiento de la información, organizando las bases de la información a través de instrumentos. Determinando en el (Anexo 1) la matriz de categorización que contempla la síntesis de la información presentada, sumando a ello las técnicas e instrumentos para dar resultados a las preguntas presentadas en la investigación.

### 3.3. Escenario de estudio

El escenario se toma en cuenta para el estudio del proyecto de investigación a través de diferentes contextos y características del lugar. Según Rengifo (2017) el **escenario de estudio** tiene la finalidad de describir la situación observada o documentada, dada las características del lugar a estudiar abordando la problemática y el contexto de la ciudad. Dado lo presentado, se determinarán las características físicas y sociales necesarias para abordar el escenario de estudio del proyecto de investigación. El escenario de estudio se ubica en el distrito de San Juan de Lurigancho en la provincia de Lima, el cual se encuentra delimitado territorialmente por el Norte: con el distrito de Carabayllo; al Sur: con los distritos de El Agustino y Lima; al este: con la provincia de Huarochirí y el distrito de Lurigancho; al Oeste: con los barrios del Rímac, Independencia y Comas.

**Figura 34**

*Mapa satélite Distrito de San Juan de Lurigancho*



*Nota:* Límites del Distrito de SJL. Fuente: P.C. 2005-2021

El escenario de estudio se desarrollará en el sector 4 del distrito de san juan de Lurigancho, lo cual se tendrá la situación del contexto de las avenidas comerciales del sector como la av. canto grande, av. José Carlos Mariátegui y la av. próceres de la independencia. Determinando que, estas avenidas principales donde se centra el comercio del sector, se encuentran con problemas urbanos, dado a que se aglomera la actividad comercial informal por estas vías concurridas, lo cual genera que las áreas verdes y espacios públicos se encuentren en estado de deterioro, lo que conlleva a una problemática del sector. Seguido a esto, se presenta en la imagen, el escenario de estudio delimitando el sector 4 (línea discontinua color negro) y asimismo las avenidas comerciales (línea continua color rojo).

### Figura 35

*Mapa satélite del sector 4 del distrito de san juan de Lurigancho*



*Nota:* Delimitación del Sector 4 del distrito de SJL. Fuente: Google maps

Seguido a lo presentado se presenta el contexto actual de las avenidas comerciales: la avenida canto grande, que cuenta con diversos tipos de equipamiento como cines, mercados, restaurantes, viviendas comercio entre otros, así mismo como establecimiento de salud educación y terrenos baldíos, lo cual se aprecia en la siguiente imagen.

### **Figura 36**

*Av. Canto Grande*



*Nota: Vista actual de la av. Canto Grande. Fuente: Fuente propia*

Por consiguiente, en la avenida próceres de la independencia se presenta el panorama de actividades comerciales, vehículos invaden las bermas laterales, así como la berma central se vuelve un espacio verde baldío, aprovechada por diversos usuarios para otras actividades, pero también esta avenida tiene potencial porque conecta con otros distritos aledaños, como se aprecia en la imagen referente de la avenida.

### **Figura 37**

*Av. Próceres de la Independencia*



*Nota: Vista actual de la av. Próceres de la Independencia. Fuente: Fuente propia*

Finalmente, se presenta en la avenida José Carlos Mariátegui un contexto con diversos equipamientos en comercio como mercados, vivienda comercio, venta de textiles y muebles, entre otros. También se presenta la vía y la berma central deteriorada y terrenos baldíos que son aprovechados para actividades de reparación de vehículos, como se presenta en la siguiente imagen.

### Figura 38

*Av. José Carlos Mariátegui*



*Nota:* Vista actual de la av. José Carlos Mariátegui. Fuente: Fuente propia

### 3.4 Participantes

Para la presente investigación se tuvo en cuenta un conjunto de respuestas de los participantes con similares características, lo que permitió responder a la metodología utilizada para la obtención de los resultados. Según Burín et al. (1998), menciona que la **participación** se convierte en un proceso social, donde se convierte en un proceso de ejercicio de derechos y responsabilidades. Es por ello que debemos tratar de asumir cada función en base al interés propio y a la responsabilidad de cada uno.

Es por ello que, la elección de nuestros participantes está conformada por tres arquitectos especializados en arquitectura, urbanismo y planificación urbana que cuenten con 5 años de experiencia, sobre temas relacionados a la arquitectura comercial y renovación urbana, lo cual nos brindara sus conocimientos y experiencias para nuestro proyecto de investigación, por consiguiente, nos

brindaran aportes importantes sobre nuestro tema de investigación y 3 renovaciones urbanas que serán elegidas para la investigación. Asimismo, estas renovaciones urbanas serán descritas mediante fichas de observación y se apoyara con ficha de análisis documental obtenidas de fuentes primarias (artículos).

**Tabla 2**

*Participante en la investigación*

<b>Técnica</b>	<b>Informante</b>	<b>Descripción de los informantes</b>
Entrevista	Arquitecto 1	Especialista en arquitectura comercial
	Arquitecto 2	Especialista en Renovación urbana
	Arquitecto 3	Especialista en Planificación de proyectos urbanos
Observación	Arquitectura C. 3 Renovación urbana 3	Distrito de san juan de Lurigancho
Análisis documental	Investigadores	Fuentes primarias (artículos)

*Nota:* Elaboración propia.

Los participantes fueron seleccionados por **muestreo no probabilístico** porque, según Carrasco (2006), esto indica que no todos los elementos que forman parte de la población tienen la probabilidad de ser seleccionados como parte de la muestra, lo que no los hace representativos. De lo anterior se deduce que la muestra no probabilística es la muestra de la que no se puede elegir a toda la población, por lo que forma parte de la representación de la población. haciendo así de la elección el único criterio de la población. En esta técnica de muestreo no probabilístico se recoge una muestra pequeña debido a que no todos los expertos han sido seleccionados para la entrevista, ni todos los establecimientos cuentan con las características de la investigación.

El **muestreo por conveniencia**, que según Hernández et al. (2010), este muestreo se aplica cuando el investigador selecciona a los sujetos de una encuesta en particular, de igual forma, el investigador no considera las características de inclusión de los individuos representativos de una población, en definitiva, las muestras por conveniencia suelen utilizarse en ensayos piloto. permite al

investigador obtener datos de referencia y tendencias relevantes para su investigación. Para nuestro estudio se seleccionó una pequeña muestra de tres arquitectos especializados, quienes nos dieron diferentes opiniones según sus conocimientos. Así mismo se utilizaron fichas de desglose de contenidos donde esto nos permitió profundizar en el tema gracias al conocimiento de varios autores que investigaron el tema. Finalmente, se seleccionó una pequeña muestra de seis establecimientos comerciales según criterios de inclusión, lo que permitió obtener información relevante a través del análisis observacional.

Por otro lado, la selección de esta muestra en el estudio se seleccionó en base a los criterios de inclusión. Según Suárez (2016), los criterios de inclusión son un conjunto de variables con diferentes características que los potenciales participantes deben tener para ser considerados participantes en una encuesta que arroja resultados confiables. En esta encuesta actual se considera como criterio de inclusión guías de entrevista semiestructurada, arquitectos con conocimientos de renovación urbana y categorías arquitectónicas comerciales con un mínimo de 5 años de experiencia para que nos puedan brindar una respuesta en base a sus conocimientos de este estudio. Asimismo para la selección de fichas de análisis de contenido fueron seleccionados mediante los siguientes criterios, en **primer lugar** los artículos considerados para ser puestos en las fichas de análisis de contenido no deben ser menor del año 2017 y en **segundo lugar**, el material bibliográfico debe provenir de fuentes documentales primarias, en **tercer lugar** la procedencia de estos artículos científicos debe ser de procedencia confiable. Por último los establecimientos comerciales que se han seleccionado están dentro de nuestro escenario de estudio siendo el sector en primer lugar se consideran las calles y avenidas con presencia de comerciales improvisados ; segundo lugar serán locales comerciales con gran influencia de actividades de consumo. Considerando estos criterios se han seleccionado 6 establecimiento comerciales urbanos que cuentan con estas problemáticas y estuvieron descritas en las fichas de observación.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Las técnicas y herramientas de recolección de datos son necesarias para el desarrollo de una encuesta porque se recopila información confiable para que la

investigación brinde posibles soluciones a su problema de encuesta. Para lograr este objetivo, los datos se recopilaron utilizando técnicas. Carrasco (2006) señala que las **técnicas** son herramientas metodológicas (reglas y lineamientos) que ayudan a resolver el problema metodológico de la indagación, es decir, comprobar si una hipótesis u objeto de interés es si la investigación es admisible o no o rechazado. De lo anterior se puede inferir que las técnicas son el proceso mediante el cual es posible determinar si la investigación es confiable o no mediante la aplicación de herramientas metodológicas. En la presente investigación se utilizaron como técnicas la entrevista y el análisis de documentos utilizando las respectivas herramientas. De manera similar, Carrasco (2006) afirma que las herramientas son materiales u objetivos físicos que permiten obtener una solución o una respuesta para aquello que se quiere estudiar y considerar cerrar. De acuerdo a lo anterior, se puede inferir que las técnicas y métodos requieren de herramientas físicas explícitas para poder desarrollarlas, por ejemplo, la técnica es un cuestionario, pero la herramienta a utilizar es un cuestionario. Para nuestra investigación contamos con instrumentos como la guía de entrevista semiestructurada para la técnica de la entrevista y para la técnica del análisis de documentos contamos con un el instrumento de la ficha de análisis de contenido.

**Tabla 3**

*Técnicas e instrumentos empleados en la investigación*

<b>Categorías</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Arquitectura comercial	Entrevista	Ficha de entrevista semiestructurada
	Análisis documental	Ficha de análisis de contenido
	Observación	Ficha de observación
Renovación urbana	Entrevista	Ficha de entrevista semiestructurada
	Análisis documental	Ficha de análisis de contenido
	Observación	Ficha de observación

*Nota:* Elaboración propia

Las técnicas y herramientas de recolección de datos son necesarias para el desarrollo de una encuesta porque se recopila información confiable para que la investigación brinde posibles soluciones a su problema de encuesta. Asimismo, se recopiló información a través de tres técnicas, siendo la primera una entrevista

realizada a tres arquitectos especialistas en las áreas de “arquitectura comercial” e “innovación urbana”, ampliando así nuevos conocimientos a nuestra investigación. Según Carrasco (2006), el término **entrevista** es una palabra muy utilizada en la investigación social que engloba el diálogo entre el investigador y el entrevistado, ayudándolos así a tener una idea clara de lo que se quiere lograr según a su propio criterio del encuestado. De lo anterior se puede inferir que la entrevista es un proceso de diálogo entre el entrevistador y el entrevistado, lo que permite un diálogo profundo.

Para el cual empleamos nuestro instrumento de **guía de entrevista semiestructurada** hacia arquitectos especializados, consiguiendo información sobre las categorías e indicadores. Las técnicas y herramientas de recolección de datos son necesarias para el desarrollo de una encuesta porque se recopila información confiable para que la investigación brinde posibles soluciones a su problema de encuesta. Según Hernández et al. (2010), a diferencia de otras, este tipo de entrevista, también conocida como no estructurada donde al entrevistador tiene la libertad de hacer preguntas, en base a una guía. Asimismo, este tipo se adapta a los requerimientos de la investigación cualitativa. Es por eso que se eligió una guía de entrevista no estructurada para permitirnos abordar las preguntas que surgieron cuando surgieron expertos cuestionables en el momento de la entrevista.

La segunda técnica utilizada es el **análisis documental** a partir del cual se recopila información de los documentos, transformando la investigación de los mencionados documentos originales en otros documentos secundarios. Según Hernández et al. (2010) El Análisis Documental es el estudio y recopilación de varios documentos derivados de diferentes conocimientos registrados por otros investigadores a partir de fuentes bibliográficas recopiladas selectivamente, de manera que sea útil para fines de investigación. Esta investigación se basa en fichas de análisis de contenido generados a partir de material bibliográfico obtenido de fuentes primarias.

De manera similar, nuestra siguiente herramienta es la **ficha de análisis de contenido** que permite recopilar información de investigaciones previas sobre el tema de "Arquitectura Comercial y Renovación Urbana". Según Arias (2012), el registro documental consiste en un proceso de investigación, registrado por

diferentes investigadores en diversas fuentes, libros, congresos, artículos, entre otros, relacionados con el tema de investigación, permitiéndonos estructurar la información para brindar un aporte de conocimientos previos. Esta ficha nos permite organizar nuestra información.

Finalmente, se utiliza como tercera técnica la **observación** donde Méndez (2009) muestra que es el proceso de percepción intencional de algún rasgo existente en la realidad a través de esquemas conceptuales previos y en base a una serie de objetivos que generalmente se definen mediante conjeturas para ser estudiado. En pocas palabras, es un método mediante el cual los investigadores pueden observar y recopilar datos a través de sus propias observaciones.

De manera similar, nuestra herramienta final es una **ficha de observación** que describe las categorías e indicadores en el área de estudio. Según Zapata (2006), la ficha de observación es la técnica utilizada por los investigadores para observar y presenciar directamente el fenómeno que se estudia sin actuar sobre él, es decir, sin modificarlo ni realizar ningún tipo de manipulación.

### **3.6. Procedimiento**

El proceso para desarrollar la información se deberá sintetizar de forma concreta y precisa para desarrollar cada punto a tratar. Plante Ríos (2017), el **procedimiento** es un plan estratégico para sintetizar todo el contenido de la información, mediante puntos a detalles concretos teniendo en cuenta la información requerida para explicar cada punto. Por consiguiente, para presentar la información se redactará mediante el siguiente cuadro abordando el procedimiento de cada instrumento empleados en las categorías de la investigación.

**Tabla 4**

*Procedimiento de los instrumentos*

CATEGORIAS	INSTRUMENTO	PROCEDIMIENTO
<b>Arquitectura comercial</b>	Guía de entrevista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el procedimiento de la investigación se tomó desde el punto del marco teórico, abordado por argumentos de las sub categorías e indicadores, lo que con llevo a analizar y sintetizar la información de estos puntos para formular las preguntas para ser aplicadas.</li> <li>2. Asimismo, se buscó especialistas que tengan conocimientos en el tema y voluntad propia, se realizó una cita previa planificación de hora y fecha mediante vía WhatsApp y/o llamada telefónica.</li> <li>3. Finalmente, se aplicó las preguntas pertinentes a los especialistas para obtener las respuestas de las preguntas elaboradas con anticipación.</li> </ol>
	Ficha de contenido	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el procedimiento de la investigación se tomó desde el punto del marco teórico, abordado por las categorías de la investigación, lo cual se deberá buscar información relevante a las sub categorías e indicadores.</li> <li>2. Por consiguiente, se selecciona información de diferentes fuentes como artículos, libros entre otros, que contenga información relevante para mi indicador seleccionado.</li> <li>3. Finalmente, leer y analizarla información selecciona acerca de mi indicador para redactar en mi formato elaborado.</li> </ol>
	Ficha de observación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el procedimiento de la investigación se tomó desde el punto del marco teórico, conocer las subcategorías e indicadores de cada categoría establecida.</li> <li>2. Asimismo, establecer mi zona de estudio para la elección de mi equipamiento o espacio urbano para observar.</li> <li>3. Finalmente, en mi cuaderno de campo registrar a detalle criterios arquitectónicos y realizar fotografías del estado actual del equipamiento o espacio urbano estudiado, lo que procede a registrar los puntos observados en mi formato elaborado.</li> </ol>
<b>Renovación urbana</b>	Guía de entrevista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el procedimiento de la investigación se tomó desde el punto del marco teórico, abordado por argumentos de las sub categorías e indicadores, lo que con llevo a analizar y sintetizar la información de estos puntos para formular las preguntas para ser aplicadas.</li> <li>2. Asimismo, se buscó especialistas que tengan conocimientos en el tema y voluntad propia, se realizó una cita previa planificación de hora y fecha mediante vía WhatsApp y/o llamada telefónica.</li> <li>3. Finalmente, se aplicó las preguntas pertinentes a los especialistas para obtener las respuestas de las preguntas elaboradas con anticipación.</li> </ol>
	Ficha de contenido	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el procedimiento de la investigación se tomó desde el punto del marco teórico, abordado por las categorías de la investigación, lo cual se deberá buscar información relevante a las sub categorías e indicadores.</li> <li>2. Por consiguiente, se selecciona información de diferentes fuentes como artículos, libros entre otros, que contenga información relevante para mi indicador seleccionado.</li> <li>3. Finalmente, leer y analizarla información selecciona acerca de mi indicador para redactar en mi formato elaborado.</li> </ol>
	Ficha de observación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el procedimiento de la investigación se tomó desde el punto del marco teórico, conocer las subcategorías e indicadores de cada categoría establecida.</li> <li>2. Asimismo, establecer mi zona de estudio para la elección de mi equipamiento o espacio urbano para observar.</li> <li>3. Finalmente, en mi cuaderno de campo registrar a detalle criterios arquitectónicos y realizar fotografías del estado actual del equipamiento o espacio urbano estudiado, lo que procede a registrar los puntos observados en mi formato elaborado.</li> </ol>

*Nota: Elaboración propia*

### 3.7. Rigor científico

El presente estudio tiene enfoque cualitativo, con un rigor científico que abarca los conceptos para validar nuestra investigación considerando sus criterios de autenticidad. Según Shyr et al. (2020) en el análisis del **rigor científico** para los estudios cualitativos, requiere de conocimientos previos para ganar validez, recopilando una serie de conceptos y definiciones que explican su presencia en los procesos de investigación. Entendemos que el rigor científico jugó un papel importante al momento del desarrollo de nuestra tesis, otorgando mayor credibilidad a nuestros temas de investigación.

La dependencia también se conoce como consistencia lógica que funciona para recolectar datos similares, con igualdad de análisis y resultados igualitarios de diferentes investigadores, es por ello, se clasifican en interna y externa. Donde Salgado (2017) nos dice que la **dependencia interna** lo determina diversos investigadores, al menos dos, que abordan temas iguales y mismos datos. Concluyendo, la dependencia interna son temas iguales en un mismo contexto lugar y datos similares. En comparación con los temas abordados de diferentes autores, nos dice también Salgado (2017) nos dice que la **dependencia externa** lo determina diversos investigadores que genera temas iguales en el lugar y tiempo, pero que cada uno tiene diferentes datos propios.

### 3.8. Método de Análisis de datos

Para la investigación se tomaron y utilizaron **métodos de análisis de datos** de acuerdo con los objetivos de nuestro estudio. Según Rodríguez et al. (2005), el análisis de datos incluye traer datos al proceso de realizar actividades para sacar conclusiones específicas, logrando nuestras metas. En otras palabras, a través del análisis de datos cualitativos, la información recopilada por los investigadores se organiza y utiliza para correlacionar, analizar y sacar conceptos y conclusiones. Este método consiste en realizar un resumen de la estructura de la información a través de las herramientas aplicadas en la investigación.

**Tabla 5**

*Método de análisis de datos*

CATEGORIAS	INSTRUMENTO	METODO DE ANALISIS DE DATOS
<b>Arquitectura comercial</b>	Guía de entrevista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el método de análisis de datos de la investigación se empezó con la entrevista donde se seleccionó aquellas respuestas de los arquitectos que tengan relación con mi primer objetivo específico.</li> <li>2.- Asimismo registro las respuestas de los arquitectos en la ficha de entrevista semiestructurada.</li> <li>3.- Por consiguiente, realizo la interpretación de cada una de las respuestas de los arquitectos.</li> <li>4.- Finalmente registro la comparación de las respuestas de los arquitectos, donde se coloca las similitudes y diferencias.</li> </ol>
	Ficha de contenido	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Iniciando con el método de análisis de datos de la investigación se registró la información relevante a las sub categorías e indicadores en artículos científicos confiables, colocando imágenes y resumen dentro del formato.</li> <li>2. Por consiguiente, describimos las imágenes con la finalidad de obtener más información para uno de mis indicadores.</li> <li>3. Finalmente, analizamos la descripción de las imágenes con la finalidad de obtener más información para cada uno de mis indicadores.</li> </ol>
	Ficha de observación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el método de análisis de datos de la investigación se escribe la información en el formato de mi ficha de observación.</li> <li>2. Asimismo, agregamos las fotografías por ejemplo de la fachada, del interior del establecimiento comercial urbano, tomando anotación de las dimensiones, áreas y de todo lo que se observa de dicho establecimiento dentro del formato de mi ficha de observación.</li> <li>3.- Por consiguiente, realizo la descripción de cada una de las fotografías en el formato.</li> <li>4.- Finalmente interpreto las descripciones de cada una de las fotografías en el formato de mi ficha de observación.</li> </ol>
<b>Renovación urbana</b>	Guía de entrevista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el método de análisis de datos de la investigación se empezó con la entrevista donde se seleccionó aquellas respuestas de los arquitectos que tengan relación con mi primer objetivo específico.</li> <li>2.- Asimismo registro las respuestas de los arquitectos en la ficha de entrevista semiestructurada.</li> <li>3.- Por consiguiente, realizo la interpretación de cada una de las respuestas de los arquitectos.</li> <li>4.- Finalmente registro la comparación de las respuestas de los arquitectos, donde se coloca las similitudes y diferencias.</li> </ol>
	Ficha de contenido	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Iniciando con el método de análisis de datos de la investigación se registró la información relevante a las sub categorías e indicadores en artículos científicos confiables, colocando imágenes y resumen dentro del formato.</li> <li>2. Por consiguiente, describimos las imágenes con la finalidad de obtener más información para uno de mis indicadores.</li> <li>3. Finalmente, analizamos la descripción de las imágenes con la finalidad de obtener más información para cada uno de mis indicadores.</li> </ol>
	Ficha de observación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciando con el método de análisis de datos de la investigación se escribe la información en el formato de mi ficha de observación.</li> <li>2. Asimismo, agregamos las fotografías por ejemplo de la fachada, del interior del establecimiento comercial urbano, tomando anotación de las dimensiones, áreas y de todo lo que se observa de dicho establecimiento dentro del formato de mi ficha de observación.</li> <li>3.- Por consiguiente, realizo la descripción de cada una de las fotografías en el formato.</li> <li>4.- Finalmente interpreto las descripciones de cada una de las fotografías en el formato de mi ficha de observación.</li> </ol>

*Nota: Elaboración propia*

### 3.9. Aspectos éticos

En toda investigación se permiten establecer aspectos éticos como valores o conductas realizadas por los investigadores. Como nos indica Carretero et. al. (2017), **los aspectos éticos** son la percepción que tienen los investigadores para realizar su investigación con la finalidad de realizar acciones éticas al emplear, el instrumento de desarrollo o en la recopilación de la información para la investigación, respetando la autoría de los temas que se han fundamentado en el proyecto de investigación. Es por ello, se presentaran los siguientes aspectos éticos utilizados en el desarrollo de la investigación: **Recopilación de información auténtica y real**, dentro de la información recolectada se han extraído de diferentes plataformas digitales como artículos, libros, etc. información verídica y real, lo cual se realizó en la aplicación Mendeley para manejar la información clara, concisa y rápida, permitiendo obtener las referencias bibliográficas sin alteración algunas teniendo en cuenta el nivel de formato requerido. **La aplicación de las normas APA 7ma edición**, en el siguiente punto se manejó el libro de normas APA 7ma edición con el fin de establecer los estilos de citas en los argumentos, tablas, figuras e referencias bibliográficas, lo cual fueron aplicados en el desarrollo de la investigación teniendo un trabajo valido y concreto. **Respetar los derechos de los diferentes autores**, un aspecto también importante es respetar la postularas de diferentes autores en el proceso de recopilación de la información, porque muchas veces no se respeta la postula del autor y se adultera, es por ello se ha realizado citas parafraseadas, respetando la opinión del autor de la información prestada y nuestra opinión propia. Por último, se tiene el **Consentimiento informado**, con el apoyo de diferentes profesionales se establece un documento de consentimiento informado de manera formal y voluntaria para hacerle conocer las condiciones y términos de la aplicación de la entrevista.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Prosiguiendo con la presente investigación, se continua con la aplicación de los instrumentos a los expertos para analizar y detallar las respuestas indicadas por cada indicador, asimismo, generando fichas de contenido de fuentes primarias (Artículos) y fichas de observación de proyectos exitosos que nos ayuden a complementar el desarrollo de la investigación. Es por ellos, a continuación, se procede a conocer los **resultados** obtenidos por cada objetivo planteado mediante los instrumentos aplicados.

Asimismo, se presenta la primera categoría **Arquitectura comercial** donde se desarrolló los siguientes instrumentos; Guía de entrevista semi estructura, Ficha de contenido y Ficha de observación, en lo cual se aplicó en los siguientes objetivos para determinar su resultado:

##### **Objetivo Especifico 1: Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se tomó en cuenta los resultados de la guía de entrevista semi estructurada a los expertos determinando por indicador que corresponda a la siguiente subcategoría:

##### **Subcategoría 1: Tipos de arquitectura comercial**

De acuerdo con esta subcategoría, se determinan diversos tipos de arquitectura comercial para implementar en espacios comerciales, a continuación, se presenta los resultados de los indicadores que se desprenden de esta subcategoría.

En base a esto se desarrollaron de manera global el mismo instrumento para los tres siguientes indicadores:

**Tabla 6**

*Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos*

<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
Tipos de arquitectura Comercial.	Locales especializados	Guía de entrevista semiestructurada
	Locales comerciales agrupados	

**Indicador 1. Locales especializados**

<b>CATEGORIA: ARQUITECTURA COMERCIAL</b>		
<b>SUBCATEGORIA 1: TIPOS DE ARQUITECTURA COMERCIAL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arq. Grober Esteban Chipana – EA1</li> <li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA2</li> <li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA3</li> </ul>		
<b>INDICADOR 1: LOCALES ESPECIALIZADOS</b>		
<b>1.- ¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1:</b> Para responder a la pregunta primero sería elegir los puntos. En los bordes sería los comercios locales y en los grandes corredores estarían ubicados los grandes centros comerciales como en el 5 de Canto Grande, la hacienda.</p>	<p><b>EA2:</b> El distrito de San Juan de Lurigancho es uno de los distritos más pujantes en el tema de recursos minoristas ya sea por bodegas o emprendimientos, la cual percibe una economía dinámica y que deberá ser un gran polo económico a nivel macro.</p>	<p><b>EA3:</b> Para decidir que tipo de arquitectura debe de implementarse en el distrito se tendría que realizar un estudio de mercado previamente y de acuerdo a su número de pobladores y a su radio de influencia se opta por un comercio minorista o mayorista.</p>
<b>COMPARACIÓN</b>		
<p>Dentro de la pregunta tenemos respuestas similares de los tres expertos, donde nos dice el primer experto que los locales especializados deberían de ubicarse en diferentes puntos. En los bordes sería los comercios locales y en los grandes corredores los centros comerciales. Mientras que el segundo menciona que el distrito tiene una economía dinámica por el cual debería ser el polo económico</p>		

a nivel macro. Finalmente el tercer experto indica que debería realizarse un estudio de mercado para optar por un tipo de comercio minorista o mayorista.

**2.- ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?**

**RESPUESTAS**

**EA1:** Bueno ahí tenemos que clasificar la arquitectura comercial en dos puntos. No tenemos abastecimiento, dependemos de la tercerización de los productos. Porque los comerciantes de acá traen los productos de otros mayoristas. no tenemos lugares de acopio sería interesante. intermedios. Para concluir se podría implementar yo diría grandes centros de abastecimiento y luego de distribución entonces teniendo esos dos podría organizar el territorio de San Juan de Lurigancho o de cualquier distrito.

**EA2:** A la pregunta qué espacios comerciales se pueden implementar y básicamente lo dicho anteriormente, estos espacios tendrían que responder a características similares y compatibles y todos en lanzados por el rubro de la comida, ósea en el Perú lo que nos une es la comida donde se vende algo siempre habrá comida, cualquier ejemplo usted me da la comida está presente.

**EA3:** De acuerdo al Plan de Desarrollo Urbano de la Municipalidad del distrito se identifica una serie de zonas comerciales de acuerdo a los usos del sector y viendolo del lado funcional, el area del carga y descarga es el talón de aquiles de la mayoría de las arquitecturas comerciales, un tema que esta por resolver.

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas similares de los tres expertos, donde el primer experto menciona que los espacios comerciales que deberían

implementarse son zonas de abastecimiento y distribución para organizar el comercio en el distrito. Mientras que el segundo experto menciona que el espacio que puede implementarse son las áreas gastronómicas. Finalmente el tercer experto menciona el talón de Aquiles de los centros mayoristas son el área de carga y descarga por el cual debería cumplirse.

**3.- ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?**

**RESPUESTAS**

<p><b>EA1:</b>El estacionamiento, cargas y descarga, núcleo sanitario, espacios de comercialización y espacio para ferias, sería importante que existan en estos establecimientos y es posible que también dentro del diseño de estos mercados tengan zonas de refrigeración de carnes para que no estén trasladando todos los días la carne y este protegido con todos los controles climatológicos de la municipalidad para que le den sus habilitaciones y puedan comercializar.</p>	<p><b>EA2:</b> A la pregunta qué espacios comerciales se pueden implementar y básicamente lo dicho anteriormente, estos espacios tendrían que responder a características similares y compatibles y todos en lanzados por el rubro de la comida, ósea en el Perú lo que nos une es la comida donde se vende algo siempre habrá comida, cualquier ejemplo usted me da la comida está presente. Y es así que gamarra a cualquiera que se me defina.</p>	<p><b>EA3:</b> Sería interesante que se realice un estudio urbano, social y económico, de ahí se implementaría zonas como de comer, estar, que les permita hacer una vida social y que no solo sea vender sino también dar facilidades de diversos servicios que cautiven al público.</p>
---	---	---

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas que se complementan de los tres expertos, donde el primer experto menciona que los espacios que deben implementarse son la zona de carga, descarga, nucleo sanitario, espacios de comercialización y la zona de refrigeración. Mientras que el segundo experto indica que el rubro de comida es el area que une a las areas comerciales y por último tenemos al tercer experto que menciona que debería incluirse espacios de comida, estar, recreativos donde les permita al público hacer vida social y que no este solo restringido a la venta.

## Indicador 2. Locales comerciales agrupados

<b>INDICADOR 2: LOCALES COMERCIALES AGRUPADOS</b>		
<b>4.- ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<b>E1A:</b> Propone tener sectores comerciales que mas destacan en cada zona como la Av. Wiese, Villa Flores, Av. Canto Grande Entonces podría hacer que tu día de semana sea más divertido saliendo a distintos lugares para abastecerse la semana o mes. Pero se podría especializar. Sin embargo, tienes las dos alternativas.	<b>E2A:</b> De acuerdo a su función principal de un mercado se sectoriza por arquitecturas comerciales al por mayor o menor. De ahí vemos el area de carga y descarga, el area de verduras, pescados donde en este caso uno no va a estar al lado del otro.	<b>E3A:</b> Espacios donde se brinden servicio de comida o de recreación de encuentro y no solo sea un lugar de compra, venta y retirarse. Hacer que los equipamientos sea particular y propio del distrito.
<b>COMPARACIÓN</b>		
Dentro de la pregunta tenemos respuestas que se complementan de los tres expertos, donde el primer experto menciona que el comercio debería de		

especializarse por sectores dentro del distrito de acuerdo a las necesidades de la población sin que se mezcle y que se ofrezca en cada lugar. Mientras que el segundo experto hace mención a las arquitecturas comerciales minoristas y mayoristas de acuerdo a su función principal deberían de sectorizarse dentro del territorio y por último el tercer experto considera que los equipamientos de comida, recreación y encuentro deberían de ser particulares y propio del lugar.

**5.- ¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de S.J.L. y que debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?**

**RESPUESTAS**

<p><b>E1A:</b> Habría que ver primero mi pirámide poblacional de esta manera así abierta como un triángulo. Donde tengo varones y mujeres y la base mas ancha son los niños después viene los jóvenes, adultos y abuelitos que son la parte mas angosta. Si tengo niños podría tener mercados con actividades y juguetes didácticos para todos los chicos. Pero si tengo mas personas adultas el producto tendría que estar dirigido para ellos y ofrecerle el producto adecuado.</p>	<p><b>E2A:</b> La fábrica textil que existe en San Juan de Lurigancho lo desarrollamos en un taller. Qué haga la compra venta de sus insumos fabricados allí, en laboratorios de tipo de algodón no solamente el tanwins que es el mejor, ósea en fin una serie de iniciativas también se podría ser.</p>	<p><b>E3A:</b> Todo depende de su radio de acción para determinar la arquitectura comercial a nivel local, sectorial, distrital, interdistrital o metropolitano. Para ello se tiene en cuenta los aspectos fisicos en el grupo humano de menor cuadrante y el impacto en Lima Metropolitana de esta manera los locales se sentirán reconocidos.</p>
---	---	---

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas que se complementan de los tres expertos, donde el primer experto menciona que primero se debe tener la pirámide poblacional donde hay varones, mujeres, niños, adolescentes y adultos mayores para saber a quien esta dirigido el centro comercial a plantear. Mientras que el segundo experto indica que el área textil es el comercio mas destacado del distrito y que debería de implementarse con areas de compra y venta de insumos fabricados en laboratorios. Por último el tercer experto considera que el radio de acción determina la arquitectura comercial.

**6.- ¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona seria la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar? Asimismo, mencione ¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?**

**RESPUESTAS**

**E1A:** Yo pienso que dentro de los barrios de las necesidades los vecinos se sientan empoderados, que conozcan a su vecino y a toda su comunidad que conozcan su territorio. La única manera de que ellos socialicen seria que hallan mercados feriales donde ellos van y participan conversan con la vecina. También para socializar entre los vecinos podría incorporar dentro de esos también cafería, juguería o espacios de encuentro o feria de

**E2A:** Los centros comerciales a reemplazado lo que no ha podido darnos el estado como una calidad de vida de ciudadano es decir espacios de recreación seguros areas Contemplativas, áreas comerciales.

**E3A:** Si, sin embargo es primordial tener el PDU del distrito para crear un centro comercial que tome en cuenta el grupo humano, la cual implica hacer un estudio de doble nivel, un estudio urbano y fenomenológico esto quiere decir estudiar el lugar y con ello se determina que grupo humano se toma en cuenta y que espacios comerciales caracteriza al distrito.

comida es decir hacer mercado barrial.		
<b>COMPARACIÓN</b>		
<p>Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde el segundo y tercer experto menciona que los centros comerciales nos brindan la calidad de vida con la existencia de espacios sociales y recreativos asimismo considera que para la existencia de los centros comerciales debe tomar en cuenta el grupo humano y los espacios que los caracteriza. Sin embargo el primer experto difiere de los dos expertos anteriores ya que considera que para mejorar el comercio del lugar sería mejor proponer ferias barriales donde los vecinos se sientan empoderados.</p>		

### Indicador 3. Locales de conveniencia

<b>INDICADOR 3: LOCALES DE CONVENIENCIA</b>		
<p><b>7.- ¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?</b></p>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>E1A:</b> Por supuesto tener ferias barriales, ferias gastronómicas, alimenticias de productos y quienes lo comercializan vallan rotando en diferentes sectores del barrio y que no se queden en un mismo lugar. Además cuenta con contenedores de basura en puntos estrategicos y a una hora estipulada pasa el</p>	<p><b>E2A:</b> Si solamente nos quedamos en las bodegas, las bodegas solamente son compra y venta eso ya quedaron en el pasado ahora la gente. Ahora la gente ya no busca solo comprar y vender lo cual las bodegas market se han quedado en el pasado. Obviamente el éxito de estos es el agrupamiento en una escala mayor o</p>	<p><b>E3A:</b> En realidad las bodegas de barrio son mas humanizadas, mas amigables. Si queremos garantizar o identificar un grupo humano.</p>

camión basurero y los recoge. Sería interesante poder aplicarlo.	en el sentido de que quedarse el tiempo es importante mayor obtenida del consumo a mayor tiempo mayor consumo.	
<b>COMPARACIÓN</b>		
Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde el segundo experto menciona que las bodegas market solo son de compra y venta y eso ya queda en el pasado puesto que ahora la gente busca espacios de mayor escala para realizar diversas actividades en un mismo lugar. Por último el primer y tercer experto difieren del primer experto mencionando que tener comercios barriales como ferias gastronómicas, alimenticias y bodegas hacen que sean más humanizados, más amigables que identifican al grupo humano.		

**Objetivo Especifico 2: Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se tomó en cuenta los resultados obtenidos de la guía de entrevista semiestructurada, ficha de contenido y ficha de observación. A continuación, los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados por indicador que corresponde a la siguiente subcategoría:

**Sub Categoría 2: Impacto de la arquitectura comercial**

De acuerdo con esta subcategoría, se determinan el impacto genera la presencia de una arquitectura comercial en el aspecto de uso de suelo, generación de centralidades e imagen corporativa en zonas donde se evidencian el crecimiento socioeconómico a continuación se presenta los resultados de los indicadores que se desprenden de esta subcategoría.

En base a esto se desarrollaron de manera específica el instrumento para los tres siguientes indicadores:

**Tabla 7**

Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos

Subcategorías	Indicadores	Instrumento
Impacto de la arquitectura Comercial.	Uso de suelo	Guía de entrevista semiestructurada/ Ficha de contenido/ Ficha de observación.
	Generación de centralidades	
	Cambio de imagen	

Nota: Elaboración propia

### Indicador 1. Uso de suelo

SUBCATEGORIA 2: IMPACTO DE LA ARQUITECTURA COMERCIAL		
INDICADOR 1: USO DE SUELO		
<b>1.- En su experiencia ¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?</b>		
RESPUESTAS		
<b>E1A:</b> El impacto que genera un mall es negativo para el comercio local del vecino porque se ven obligados a cerrar sus pequeños negocios, la sociedad y el comercio del barrio se deprime y no funcionaría en este caso como debería funcionar.	<b>E2A:</b> cuando tenemos un comercio de fachada permeable Trae seguridad y con ello la eliminación de muros ciegos en las largas cuadras. Tambien se reduce la criminalidad en cierta medida y por último el incremento del valor comercial de los inmuebles que se encuentren cerca a la zona.	<b>E3A:</b> Hace ver al grupo humano necesidades o exigencias donde estrictamente es para consumidores, se dejan llevar por la publicidad, que cautivan a público, y desde otro punto ya positivo dentro de un centro comercial tienes lugares de encuentro mas para la juventud.
COMPARACIÓN		

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde el segundo experto menciona que un comercio de fachada permeable trae seguridad y con ellos la eliminación de muros ciegos en las largas cuadras. Mientras que el primer y tercer experto indican que un mall es para consumidores y de impacto negativo para el comercio local.

**2.- De acuerdo a la normativa de uso de suelos ¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?**

**RESPUESTAS**

<p><b>E1A:</b> Quien tiene mayor poder económico es quien impone sus hábitos y su modo de vida y sus centros comerciales con el argumento de oferta y demanda. entonces desde ese punto de vista el suelo que ellos lo ven como candidato por ejemplo en el 5 de Canto Grande, en el 10 de Canto Grande, en el Metro, que está por la estación San Martín se va creando tanto movimiento económico que se va moviendo todas las fachadas que era viviendas o corralones cerraron y ahora son restaurantes.</p>	<p><b>E2A:</b> Sí sin duda alguna y lo otro ya lo he explicado no, un pacto de seguridad en fin, el que el entorno comercial también crece porque si hay un centro comercial yo puedo poner quizá mi voz y guitarra o veo que falta allí ya viene el que aparcadero, el me estacionando el auto el que mi limpia, es una microeconomía que muchas veces no lo vemos no, también por supuesto puede incrementarse robos alrededor de eso también robos menores también eso sí es cierto no.</p>	<p><b>E3A:</b> Bueno lo elemento los básico para parte comercial siempre eleva el valor comercial de metro cuadrado por ejemplo en vivienda eleva el valor, en cuanto a vivienda y comercio mejor la venta de ese terreno definitiva es una gran ventaja</p>
--	--	--

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde todos mencionan que la presencia de un centro comercial crea movimiento económico en todos los inmuebles de la zona y así mismo modifica el uso de suelo del entorno. La cual da mayor seguridad y el entorno comercial crece junto con el valor comercial del m2 del inmueble.

**3.- ¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección? ¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?**

**RESPUESTAS**

<p><b>E1A:</b> Sino que yo podría tener un comercio temático por ejemplo que se complemente con las huacas, no. Podría haber artesanía, ponchos, algo tradicional, sombreros de paja, pero cerca de las huacas que significa que yo podría intervenir la potencialidad cultural de las huacas con sus características y proponerlo como modas urbanas. Entonces habría una integración entre lo que es comercio especializado con el sector de áreas de protección y conservación.</p>	<p><b>E2A:</b> En el tema de las huacas. Pues probablemente va a incrementar que la visita a estas huacas y serio impacto positivo si ya la gente por ejemplo pueden ir de visita a las huacas y después para ir al centro comercial o viceversa. Sin duda el tema negativo si seria un poco el flujo vehicular que se incrementaría pero para eso solución hay alternativas que hay que saber cómo direccionar hay que saber plantear bien las cosas.</p>	<p><b>E3A:</b> Podría implementar el comercio descontrolado para que la huaca en un celebración, son entes lugares con protección pero de una u otra manera son protegidas pero las que no, son invadidas, ahora si simplemente el comercio si se da debería ser restaurantes o algo que sea controlado con una presencia masiva puede ayudar o visitar a esta huaca donde se vuelve una zona comercial o algo turístico siempre en cuanto este controlado.</p>
--	--	---

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde todos mencionan que la presencia de un centro comercial cerca a un suelo de protección integra el comercio con las actividades culturales haciendo que se incrementen las visitas a las huacas creando un impacto positivo donde el usuario puede ir a visitar a las huacas y después ir al centro comercial y viceversa. De esta manera las huacas vuelven en una zona turística comercial.

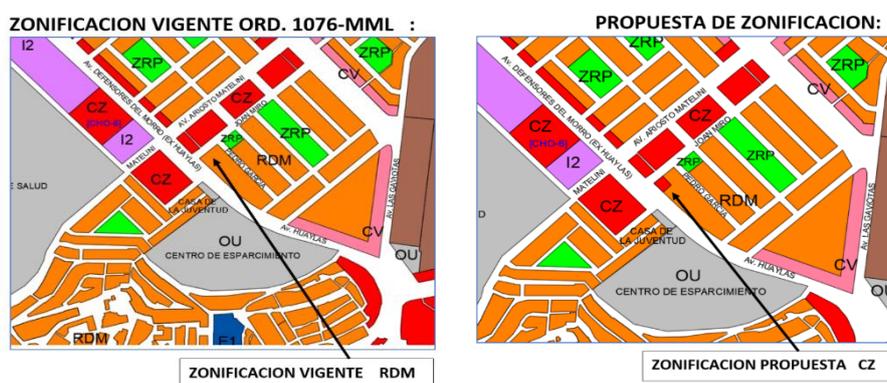
Con respecto al siguiente indicador uso de suelo, se determina como uno de los impactos que genera la presencia de una arquitectura comercial, por la cual se detalla los cambios de uso de suelo que se han desprendido. Por ello se realizó una **ficha de contenido** para resumir los conceptos descritos por los autores.

Los diversos usos de suelo que existen en todo el territorio determinan las actividades que son permitidas desarrollarse, empezando por el suelo urbano que es un tipo de suelo considerado habitable con potencial económico por contar con infraestructura urbana consolidada, por otro lado el suelo rústico es un tipo de suelo no urbanizable y tiene fines agrícolas y por último el suelo de protección es un tipo de suelo que mantiene la conservación natural propia del lugar por historia e identidad cultural de una población.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen donde se muestra el cambio de zonificación la cual resulta necesario consolidar en la zona el uso comercial, a fin de que los espacios gastronómicos, artísticos, turísticos y culturales existentes y a proyectarse, encaucen el crecimiento económico y desarrollo ordenado del distrito de Chorrillos.

**Figura 39**

*Propuesta de reajuste de zonificación*



Nota: Imagen extraída de la página web de la Municipalidad de Chorrillos. Fuente: <http://www.munichorrillos.gob.pe/distrito/desarrollo-urbano>

Prosiguiendo con el desarrollo de este objetivo se planteó utilizar un instrumento: **Ficha de Observación** lo que nos permitió tener una visión más amplia del indicador uso de suelo que corresponde al primer objetivo de la segunda sub categoría: Impacto de la arquitectura comercial.

<p><b>FO1: Supermercado Tottus – Av. San Hilarión – S.J.L.</b></p>	<p><b>FO2: Supermercado Plaza Vea – Av. Canto grande – S.J.L.</b></p>
 <p><b>PLANO DE ZONIFICACIÓN ACTUAL – según el IMP</b></p> <p>Fuente: <a href="https://www.imp.gob.pe/listado-de-planos-de-zonificacion/">https://www.imp.gob.pe/listado-de-planos-de-zonificacion/</a>            En el año 2014 mediante la ordenanza 07 1781 se modificó el cambio de uso de suelo del lote x de la Av. San Hilarión Este con denominación de OU a CZ</p>  <p><b>PLANO DE ZONIFICACIÓN ANTIGUO</b></p> <p>Fuente: <a href="https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho-2253.pdf">https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho-2253.pdf</a> Desde hace muchos años el lote x de la Av. San Hilarión Este tenía como zonificación OU. (comercio zonal)</p>	 <p><b>PLANO DE ZONIFICACIÓN ACTUAL -según el IMP</b></p> <p>Fuente: <a href="https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho-2253.pdf">https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho-2253.pdf</a></p>  <p><b>PLANO DE ZONIFICACIÓN COMERCIAL ACTUAL - según realidad física</b></p> <p>Fuente: <a href="https://satellites.pro/plano/mapa_de_Peru#5">https://satellites.pro/plano/mapa_de_Peru#5</a></p>
<p><b>COMPARACIÓN</b></p>	
<p>En ambas fichas de observación aplicadas a los dos centros comerciales se evidencia en cambio de usos de suelo que se ha dado por las necesidades comerciales que tiene el sector. En la primera ficha de observación se aprecia que donde hoy existe el supermercado Tottus antes estaba denominado como OU (otros usos) según el IMP. Según la segunda ficha de observación se aprecia que donde hoy existe el Plaza antes estaba denominado como RDM (residencial de densidad media).</p>	

## Indicador 2. Generación de centralidades

INDICADOR 2: GENERACIÓN DE CENTRALIDADES		
1.- De acuerdo a su experiencia ¿Cuál de los megaproyectos de arquitectura comercial que conoce usted concentra la mayor cantidad de actividades comerciales en un solo lugar?		
RESPUESTAS		
<p><b>E1A:</b> Jockey plaza, este Sodimac, adentro hay restaurantes, montón de comercio ahí todos juntos, eso sería la mayor expresión como si fuera una ciudad netamente para el consumo, porque tiene estacionamiento, tiene todo, es mercado tiene restaurantes. Por ejemplo el metro tiene lo suyo, ósea un sector tiene víveres, el otro sector tiene electrodomésticos, mobiliario de camping y en la parte de atrás tienes a Celima donde vende artefactos sanitarios ósea una pequeña escala O sino el especializado como Sodimac que es</p>	<p><b>E2A:</b> En estados unidos es brutal, los centros comerciales son enormes hay hasta parques recreativos dentro de un centro comercial y no estamos hablando de parques recreativos como happy land son parques recreativos que son enormes. Ósea ese es el más grande y no está en continua urbano, está alejado y la gente, hay hoteles, hay casinos como decía hace un momento, allí vi por ejemplo exposiciones de vehículos de ferraris y de la formula uno, que estaba Maikel sumacrha, hay cocina y demás, shumajer que son como hologramas. Que ahora obviamente no estamos</p>	<p><b>E3A:</b> El centro comercial que está en el cono norte, plaza norte donde se concentra la mayor cantidad de actividades de productos de consumo desde artefactos, vehiculos, recreativos, restaurantes, zonas de encuentro y hasta un terminal terrestre. Otro centro comercial menos popular y a otro nivel seria el Jockey Plaza de popularidad alta donde se concentra todo, este no tiene terminal terrestre pero si tiene una serie de facilidades para comer, recrearse, cinematografía y estacionamiento.</p>

prácticamente de construcción. Entonces yo podría crear grandes centros comerciales, con la finalidad de distribuirlos en todo el territorio.	acostumbrados a ver ese tipo de escala.	
---	---	--

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos que se complementan. Donde el primer y tercer experto menciona que los megaproyectos que concentran mayor cantidad de actividades comerciales son Jockey Plaza quien tiene una popularidad alta. Mientras que el segundo experto indica que lo ha presencia en EE.UU. donde los centros comercial son de gran escala por contar con diversos espacios dentro de ello empezando por parques recreativos y exposiciones de vehiculos de alta gama.

**2.- Coménteme ¿Qué impactos socioeconómicos y de uso de suelo han traído estos megaproyectos en el lugar donde se edificaron? ¿Qué impactos positivos considera usted que genere la existencia de un megaproyecto dentro del distrito?**

**RESPUESTAS**

<b>E1A:</b> Los impactos socioeconómicos podría ser que te dan cierta seguridad interna mientras permaneces dentro del centro comercial , mas no externa porque afuera es todo un caos hasta para tomar el colectivo. Entonces estos traen esos problemas. Los	<b>E2A:</b> Toda esa esa área económicamente crece su valor de metro cuadrado de su residencia sí mi valor actual de metro cuadrado de mi casa cuesta X pues ahora costará X+Y definitivamente y eso es suficiente para el entorno mejorar porque ya lo puede alquilar, puede	<b>E3A:</b> Bueno en ambos casos se han elevado el valor comercial por la implementación del comercio, vale mas una zona comercial a una zona residencial, en muchos casos los terrenos y alrededores se han elevado, pero si algo que se quiere realizar en la zona en
--	---	---

<p>megaproyectos no están preparados para ello. Son espacios donde las personas lamentablemente, nuestra sociedad que es tan ligera que van muchas veces para pasear se sacan fotos que están viendo productos y al final no llevan nada, pero fueron al metro, fueron a ver precios digamos así. Entonces puede ser que tu digas que el impacto positivo es un lugar de referencia donde pueden ver distintos productos en un solo lugar.</p>	<p>construir su segundo piso y alquilar, puede haber almacenes cerca para guardar en fin, una serie de situaciones donde comen por ejemplo los que traen la mercadería en camiones desde Piura al norte del país llega aca a lima dónde duerme donde come. No va a ser en el centro comercial no paga, osea buscará otro tipo de alternativas que son la economía circular A, es decir los vecinos que ya de pronto implementan sumó su menú que obviamente es más barato</p>	<p>unos años atrás y eso se induce a dosificar el cambio de zonificación, antes si había presencia de vivienda ahora es un cambio hasta de oficinas, comercio complementario, servicios turísticos, hotelería donde probablemente la vivienda queda relegada o hace una mixtura de vivienda y comercio.</p>
--	---	---

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos que se complementan. Donde todos coinciden en los megaproyectos genera un impacto socioeconómico y da seguridad a los usuarios durante su estadía en el establecimiento y que ha llevado a generar cambios de zonificación convirtiendo mucho de los inmuebles en comercios complementarios y a su vez se evidencia la mejora de la infraestructura urbana como la implementación de semáforos, veredas, asfaltado mejorando el entorno urbano.

Con respecto al siguiente indicador generación de centralidades se identifica como uno de los impactos positivos que trae la presencia de una arquitectura comercial.

Por ello se realizó una **ficha de contenido** para resumir los conceptos descritos por los autores.

los grandes centros comerciales se han multiplicado en las metrópolis latinoamericanas, dando lugar a la aparición de nuevas centralidades urbanas importantes e imponiéndose en los modos de vida de un gran número de ciudadanos, no solo como lugares de consumo, sino también como nuevos espacios públicos urbanos. La noción de centralidad ocupa un lugar clave en la planeación urbana y como herramienta privilegiada de ordenamiento territorial

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen con la generación de nuevas centralidades que brindan un mejor ordenamiento de la ciudad.

### Figura 40

*Generando centralidades dentro de una ciudad.*



*Nota:* Imagen extraída de la Pagina web Researchgate. Fuente: [https://www.researchgate.net/figure/Figura-2-Centralidades-tradicionales-y-emergentes-Fuente-Lineamientos-estrategicos\\_fig1\\_341688797](https://www.researchgate.net/figure/Figura-2-Centralidades-tradicionales-y-emergentes-Fuente-Lineamientos-estrategicos_fig1_341688797)

### Indicador 3. Cambio de imagen

<b>INDICADOR 3: CAMBIO DE IMAGEN</b>
<b>3.- ¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?</b>

<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>E1A:</b> Bien la verdad que no está bien estudiado el tema de la imagen urbana, son grandes volúmenes cerrados al exterior. Sin embargo, se pierde la oportunidad de crear espacios transparentes de exposiciones de productos o de atención para que tenga una imagen urbana mas dialogante. Osea te obligan a entrar, lo cierran apropósito para que entres y una vez que estás adentro ya fuiste ya. Sales comprando algo Y lo que compraste ya sea un jugo, un café, un menú o algo. Ese dinero no se queda en el país. Entonces inmediatamente lo transforman en dólares y ni bien hacen el depósito sale al exterior. Así de simple.</p>	<p><b>E2A:</b> Primero cuando le va a dar más valor del metro cuadrado la gente empieza a ordenar su casita empieza a construido para arriba alquilando cuartitos lo que acabamos de hablar, la gente trata de mantener limpio sí y la municipalidad en ese terreno donde ha implementado un centro comercial se preocupará entonces para tener mejor vias de accesos no, mejores veredas, mejores pistas mejores señalización, la implementación de semáforos entonces va desarrollando urbanísticamente hablando con lo cual el impacto es sumamente positivo no y obviamente la seguridad cual lleva a una correcta imagen urbana.</p>	<p><b>E3A:</b> La imagen urbana es la mixtura de todo los componentes, viviendas, comercio, educación, cultural e industrias. La cual responde al requerimiento del distrito. Todo va depender de la labor del arquitecto y del inversionista o el grupo humano que esta al frente del estudio del mercado.</p>
<b>COMPARACIÓN</b>		

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde el segundo y tercer experto mencionan que la presencia de los centros comerciales en la zona han influenciado en la mejora de la imagen urbana Mientras que el primer experto menciona que la imagen urbana no esta bien definida puesto que existen grandes volúmenes cerrados al exterior.

**4.- ¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?**

<p><b>E1A:</b> Bien la verdad que no está bien estudiado el tema de la imagen urbana, son grandes volúmenes cerrados al exterior. Sin embargo, se pierde la oportunidad de crear espacios transparentes de exposiciones de productos o de atención para que tenga una imagen urbana mas dialogante. Osea te obligan a entrar, lo cierran apropósito para que entres y una vez que estás adentro ya fuiste ya. Todo está diseñado para que comas y te sientas incomodo al rato y te levantes ósea genera consumo y rotación de personas.</p>	<p><b>E2A:</b> Bueno realmente puede ser despreciable con poco atractivo económico no, ya con un centro comercial.</p>	<p><b>E3A:</b> Ahora la imagen urbana en un espacio comercial que debe leerse como un objeto arquitectónico con el entorno, que lo compone con objetos arquitectónicos, los espacios públicos, los hitos que no necesario debe ver con el comercio, sino con la parte histórica, con el grupo humano, pero también la imagen urbana no solo es ver la parte física, debe ser una parte económica, social o la seguridad ciudadana si eso no se resuelve cualquier tipo arquitectónico no tendrá éxito.</p>
---	--	--

**COMPARACIÓN**

Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde el primer y tercer experto mencionan que la imagen urbana sería más dialogante con espacios transparentes. De tal manera que la parte económica, social o seguridad social se vea resuelto se vea resuelto con el tipo de establecimiento arquitectónico comercial. Mientras que el segundo experto difiere de los dos expertos anteriores mencionando que la imagen urbana que tiene transmite poco atractivo económico.

Con respecto al siguiente indicador cambio de imagen se identifica como uno de los impactos positivos que trae la presencia de una arquitectura comercial. Por ello se realizó una **ficha de contenido** para resumir los conceptos descritos por los autores.

El cambio de imagen es una creación mental que uno crea del lugar y a partir de ello lo interpreta o define la zona, calle o ciudad por sus particulares que tiene o integración de los volúmenes, perfil urbano la cual es un factor que influye directamente el nivel socioeconómico de la población del lugar,

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen donde se muestre el cambio de imagen urbana con la aplicación sistemática de una normativa acorde a los tiempos actuales, donde volverán a formar parte del entorno los jardines, las bancas con sus características propias, las áreas de conservación natural y el conjunto de los elementos que constituyen el paisaje urbano, de manera que la presencia de estos elementos contribuya con el mejoramiento de la imagen urbana, y no a su deterioro.

#### **Figura 41**

*Mejora de la imagen urbana*



Nota: Antes y después de la integración de arquitectura comercial. Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/772431/antes-despues-30-fotos-que-demuestran-que-es-posible-disenar-pensando-en-los-peatones>.

Prosiguiendo con el desarrollo de este objetivo se planteó utilizar un instrumento: **Ficha de Observación** lo que nos permitió tener una visión más amplia del indicador cambio de imagen que corresponde al primer objetivo de la segunda sub categoría: Impacto de la arquitectura comercial.

<p align="center"><b>Supermercado Tottus – Av. San Hilarión – S.J.L.</b></p>	<p align="center"><b>Supermercado Plaza Vea – Av. Canto grande – S.J.L.</b></p>
<p align="center"><b>ANTES:</b> Avenida paradero 17 de la Av. Próceres de la Independencia</p>  <p align="center"><small>Fuente: <a href="https://satelites.pro/piano/maja_de_PeruPG">https://satelites.pro/piano/maja_de_PeruPG</a></small></p> <p align="center"><b>DESPUES:</b> Avenida paradero 17 de la Av. Próceres de la Independencia</p>  <p align="center"><small>Fuente: Elaboración propia</small></p>	<p align="center"><b>TERRENOS SIN CONSTRUIR (ANTES)</b></p>  <p align="center"><b>CONSTRUCCIÓN DE COMERCIOS COMPLEMENTARIOS (ACTUAL)</b></p>  <p align="center"><small>Fuente: Elaboración propia</small></p>
<p><b>COMPARACÓN</b></p>	
<p>En ambas fichas de observación aplicadas a los dos centros comerciales se evidencia un gran cambio de imagen urbana donde antes existían viviendas a</p>	

medio construir, lotes baldíos, calles con poca iluminación, y en muchos de estos lotes sin construir se utilizaban como botaderos de basura y ahora existen inmuebles con 4 a 5 pisos donde se evidencia los comercios complementarios, centros financieros, mobiliario urbana, convirtiendo al sector en un espacio más seguro, y atractivo para sus vecinos dinámico económicamente.

### **Objetivo Especifico 3: Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se tomó en cuenta los resultados obtenidos de la guía de entrevista semiestructurada y ficha de contenido. A continuación, los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados por indicador que corresponde a la siguiente subcategoría:

#### **Sub Categoría 3: Criterios de diseño en la arquitectura comercial**

De acuerdo con esta subcategoría, se describe el aspecto estético, sociológico y antropológico que debe considerar para el diseño de los diversos espacios comerciales, a continuación, se presenta los resultados de los indicadores que se desprenden de esta subcategoría.

En base a esto se desarrollaron de manera específica el instrumento para los tres siguientes indicadores:

#### **Tabla 8**

*Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos*

<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
Criterios de diseño en la arquitectura comercial.	Estéticos	Guía de entrevista semiestructurada/ Ficha de contenido
	Sociológicos	
	Antropología	

*Nota:* Elaboración propia

#### **Indicador 1. Estéticos**

**SUBCATEGORIA 3: CRITERIOS DE DISEÑO EN LA ARQUITECTURA COMERCIAL**

## INDICADOR 1: ESTÉTICOS

**1.- ¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?**

### RESPUESTAS

<p><b>E1A:</b> Crear actividades comerciales que te generen patios de intercambio como el patio de comida por ejemplo o un sector donde vendan productos que tu los puedas disfrutar ahí mismo. No necesariamente tienen que estar adentro ni hacer colas sino que disfrutes con tu familia en lugares de permanencia Podría ser una especialización de esa manera donde tú puedes crear terrazas de comida que no tenemos. Entonces sería interesante ver la tipología en función de su expansión es decir comercio y expansión.</p>	<p><b>E2A:</b> Primero que nada se sabe que las tiendas anclas deben estar a los extremos y que el partido arquitectónico debe empezar con una estrategia de ubicación. En segundo lugar se debe tener un programa arquitectónico donde se incluyan los espacios de recreación pasivo o activo ya que todo no es comercio sino que también tiene espacios seguros para desarrollar mayores actividades.</p>	<p><b>E3A:</b> Bueno se puede tomar de dos maneras, si hablamos de un espacio comercial, digamos de imagen corporativa ellos ya lo tienen resuelto, los acabados interiores, la forma, funcionamiento, hasta el mobiliario lo tienen resuelto, porque lo repiten a nivel del Perú y latinoamericana, como un saga Falabella o un Moll, pero si se trabaja en cuanto aun cargo particular permite que el arquitecto aporte, en primer lugar el tema de la accesibilidad y debería ser inclusivo y mejor aún debería ser sostenible en toda la complejidad, con relación con el entorno lo existente, las alturas, los colores acabados el comercio interno y externo, si se tomara el aspecto funcional, esos</p>
---	---	--

		aspectos deberían ser vitales en considerar.
<b>COMPARACIÓN</b>		
<p>Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos. Donde el primero y segundo experto mencionan que se deben crear actividades comerciales con expansión con el objetivo de permanecer por mayor tiempo el disfrute los espacios junto a la familia y a la vez tener un programa arquitectónico donde se incluyan espacios de recreación activa y pasiva. Y por último el tercer experto complementa aludiendo que la forma de los espacios, colores, texturas y mobiliario de los grandes centros comerciales ya están resueltos con la finalidad de consumir y que son repetitivos en todo el país.</p>		

Con respecto al siguiente indicador estéticos, se determina como uno de los criterios a tener en cuenta para el diseño de una arquitectura comercial, por la cual se detalla los diversos aspectos materiales y funcionales que se han desprendido. Por la cual se realizó una **ficha de contenido** para resumir los conceptos descritos por los autores.

La estética desde un punto de vista comercial apunta a un crecimiento progresivo del turismo como alternativa de un flujo de recursos económicos, la cual genera la idea de hacer espacios urbanos atractivamente vendible. La cual requiere de la oferta de servicios y productos y es ahí donde nace la promoción de una imagen que comercialice.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen donde se muestre la estética urbana desde el punto de vista comercial dentro de las calles comerciales al aire libre y los concurridos centros comerciales de Shanghai, y donde 100 architects brinda una solución diseñando una intervención pública, que fomente las interacciones y la mejora de experiencia del cliente en esta área de propiedad privada.

**Figura 42**

*Generando actividades comerciales y sociales*



Nota: Imagen extraída de la página web archdaily. Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/947996/los-desafios-y-las-oportunidades-de-la-regeneracion-urbana-en-las-zonas-gentrificadas-de-china>

**Indicador 2. Sociológicos**

<b>INDICADOR 2: SOCIOLÓGICOS</b>		
<b>2.- ¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<b>E1A:</b> Mas que hacer un diseño sería hacer un estudio de mercado para ver hacia donde apuntas con tu comercio entonces vas a ver si es una zona que apunta a jóvenes que hacen deporte, tu arquitectura podrías ser una arquitectura de productos deportivos	<b>E2A:</b> Es importante realizar el estudio del grupo humano como por ejemplo en número que personas que forman su nucleo familiar. Porque no es lo mismo vivir en San Juan de Lurigancho que en el distrito donde vivo. Aquí caminamos de 2 a 3 mientras que en el	<b>E3A:</b> Para poder estudiar el sector se realiza un estudio urbano y con ello un programa arquitectónico de acuerdo al contexto urbano existente, estudio topografico, climatologico, logistico para tener una mayor precision del grupo

Entonces cuando hablas de criterios de diseño primero tenemos que ver quien lo va a consumir y el diseño tendría que tener ese lenguaje justamente para esa gente.	otro distrito caminan de a 5 u 8.	humano en base a sus costumbres e historia.
<b>COMPARACIÓN</b>		
Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos que se complementan indicando que mas que aplicar un diseño se debe realizar un estudio de mercado para saber a que tipo de público apunta el comercio asimismo realizar un estudio urbano y un programa arquitectónico para tener mayor precision del grupo humano en base a sus constumbres y necesidades.		

Con respecto al siguiente indicador sociológicos, se determina como uno de los criterios a tener en cuenta para el diseño de una arquitectura comercial. Por la cual se realizó una **ficha de contenido** para resumir los conceptos descritos por los autores.

La sociología estudia los procesos sociales del del espacio urbano, donde se enfocan en los diversos aspectos de la vida social e interroga y trata de entender los modos de vida de los grupos sociales que constituyen en una ciudad.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen las interacciones humanas en una determinada área, la cual se percibe los problemas de la vida social de los pobladores en el espacio público o en su propio hábitat.

**Figura 43**

*Estudio de la sociología en la ciudad*



Nota: Imagen extraída de la página web Arkiplus. Fuente:  
<https://www.arkiplus.com/sociologia-urbana/>

### Indicador 3. Antropológicos

INDICADOR 3: ANTROPOLOGÍA		
3.-. <i>¿Qué aspectos antropológicos se aplica en el diseño de espacios comerciales?</i>		
RESPUESTAS		
<b>E1A:</b> Primero, necesitas la accesibilidad que tiene que ser de uso universal tal como te indica el reglamento nacional de edificaciones. Segundo tendría que ser de materiales duraderos. Tercero tienen que ser colores claros que te ayuden o neutros que te ayuden a destacar el producto antes que la arquitectura. Osea yo	<b>E2A:</b> Por medios antropólogos, tu sabes el sociólogo y el antropólogo trabajan juntos y demás. Pero le pago a un sociólogo para le explicará el por qué la gente considera una casa de campo con techos aguas. Y de paso su estudio según lo que nos dijo el. Nos decía que el techo a 2 aguas les acerca al cielo porque no tiene un límite va de	<b>E3A:</b> Se estudia a la persona en temas de compra para conocer su comportamiento humano de cómo llevar al cliente a comprar lo que necesita, y por otro lado como hacer el cliente se cautive de otro producto, eso significa que esta muy bien en el aspecto funcional que se explota muy bien para el criterio de diseño para los espacios comerciales

<p>voy a exhibir productos que quiero vender, tengo que destacar los productos no tengo que destacar la arquitectura que lo envuelve. Entonces tiene que ser colores neutros donde se destaque la arquitectura.</p>	<p>forma ascendente por forma arquitectónica, me parece una respuesta muy interesante que todavía aún no logro entenderlo en su magnitud</p>	<p>porque la forma ya la tienen definida, espacial con la finalidad de captar la atención y que el grupo humano siga recorriendo el lugar.</p>
<p><b>COMPARACIÓN</b></p>		
<p>Dentro de la pregunta tenemos respuestas diversas de los tres expertos que Donde el segundo y tercer experto indican que se debe de estudiar a la persona en temas de compra para conocer si comportamiento y así poder captar la atención. Además consideran que la antropología trabaja junto a la sociología por el cual el profesional debe conocer estos campos antes de aplicar un diseño en un establecimiento comercial. Por último el primer experto difiere de los expertos anteriores aluciendo al tipo de color y reglamentación de materiales a utilizar en los centros comerciales.</p>		

Con respecto al siguiente indicador antropología, se determina como uno de los criterios a tener en cuenta para el diseño de una arquitectura comercial, donde se detalla las necesidades del crecimiento poblacional y la expansión de ciudades. Por la cual se realizó una **ficha de contenido** para resumir los conceptos descritos por los autores.

La antropología urbana, estudia cómo viven cotidianamente las personas de diversos mestizajes y culturas en diversos espacios sociales de la ciudad, generando importantes cambios de todo tipo en la vida de los individuos que la conforman.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen una muestra del día a día que pasan los pobladores dentro de la ciudad, las actividades que realiza y modo de vida que llevan cada uno de ellos.

## Figura 44

*Estudio de la antropología en la ciudad.*



*Nota:* Imagen extraída de la página web Aycrevista. Fuente:

<https://aycrevista.com.ar/noticias/antropologia-urbana-que-es-y-que-estudia/>.

Finalmente, se presenta la segunda categoría **Renovación urbana** donde se desarrolló los siguientes instrumentos; Guía de entrevista semi estructura, Ficha de contenido y Ficha de observación, en lo cual se aplicó en los siguientes objetivos para determinar su resultado:

**Objetivo Especifico 4: Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se tomó en cuenta los resultados obtenidos de las fichas de análisis de contenido y los resultados de la entrevista semi estructurada a los expertos determinando por indicador que corresponda a la siguiente subcategoría:

### **Subcategoría 4: Imagen urbana**

De acuerdo con esta subcategoría, se determinan diversos tipos de arquitectura comercial para implementar en espacios comerciales, a continuación, se presenta los resultados de los indicadores que se desprenden de esta subcategoría.

En base a esto se desarrollaron de manera específica los instrumentos para los tres siguientes indicadores:

## **Tabla 9**

*Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos*

Subcategorías	Indicadores	Instrumento
Imagen urbana	Estructura urbana	Guía de entrevista semiestructurada, ficha de contenido.
	Identidad urbana	
	Paisaje urbano	

*Nota:* Elaboración propia

### Indicador 1. Estructura urbana

Con respecto al siguiente indicador estructura urbana se identifica como elemento principal para mejorar la renovación urbana. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

La estructura urbana se adopta y amplifica a medida que la ciudad va creciendo relacionando aspectos sociales y económicos. A medida que se planifica la ciudad, las viviendas van optando una estructura más organizada, por lo tanto la estructura urbana busca la forma de organizar los sectores en crecimiento para generar una conexión con la ciudad

### Figura 45

*Estructura de una ciudad organizada.*



*Nota:* Relación urbana con las áreas verdes. Fuente:

<https://www.arqhys.com/articulos/estructuras-urbanas.html>

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>
<b>SUBCATEGORIA 4: IMAGEN URBANA</b>

- Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1
- Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA2
- Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA3

### INDICADOR: ESTRUCTURA URBANA

**1. ¿De qué manera influye la estructura urbana en el aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?**

#### RESPUESTAS

<p><b>EA1.</b> La estructura urbana puede ser radial o lineal entonces si identificamos que tipo de desarrollo se enfoca podemos integrar y hacer que la ciudad crezca ordenada, como el distrito si crece de manera lineal el comercio, se crea una feria comercial o un boulevard, que tu al transitar vehicular o peatonal genera un actividades comercial y residencial.</p>	<p><b>EA2.</b> La estructura urbana permite la distribución y organización de diferentes usos de suelo de una manera ordena y representa como un elemento principal para el desarrollo de la imagen de la ciudad permitiendo la renovación urbana y expansión de la ciudad de acuerdo a las futuras necesidades de la población.</p>	<p><b>EA3.</b> La renovación urbana influye desde la iniciativa de cambiar la estructura urbana que responde con el plan de desarrollo urbano para renovar las zonas que están en deterioro con la finalidad de cambiar la imagen de la ciudad, influyendo también la parte social y económica.</p>
--	--	---

#### COMPARACION

Dentro de la pregunta sobre estructura urbana, dos de los expertos nos dicen que la estructura urbana se genera desde el punto de inicio integral, un equipamiento, que al generar un eje lineal busca ordenar y organizar las diferentes edificaciones creando circuitos de un solo uso.

Por otra parte, nos dice un experto que para renovar una ciudad se debe iniciar desde el plan de desarrollo urbano, identificando las zonas en deterioro para así responder a la necesidad de renovar la ciudad.

**2. ¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades? Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?**

#### RESPUESTAS

<p><b>EA1.</b> La morfología genera una dinámica de cambios en función al sector, potencialmente equilibrando al generar un valor comercial más elevado genera que los terrenos aumenten que puede ser que implementen más</p>	<p><b>EA2.</b> Se considera la morfología urbana porque nos permite entender los procesos de transformación y evolución histórica de la estructura urbana, de un distrito o de una ciudad. Contribuiría en la renovación urbana</p>	<p><b>EA3.</b> La morfología busca entender la forma de la ciudad que muchas veces limitan y no agrupan una serie estructural de límites como vehículos, vías, entonces desde la morfología para una serie de espacios, previo un estudio urbano de parques,</p>
--	---	--

<p>economía o se retiren de la propiedad, entonces el generar un cambio hace que se genere una estructuración de edificaciones, cuando eran de 1 a 3 pisos ahora logran hacer de 4 a 8, pisos, que es lo que genera en la renovación, un cambio de imagen en las edificaciones y crea una política de conservación y orden.</p>	<p>permite identificar las zonas que no están siendo aprovechadas o se encuentran deterioradas y transfórmalas y darles otra utilidad para brindar calidad de vida a los pobladores del distrito.</p>	<p>áreas verdes y espacios públicos que intenta ayudar a reestructurar la ciudad, repotenciar el área verde y ser más humanizado.</p>
<p><b>COMPARACION</b></p>		
<p>Dentro de la pregunta tenemos diferentes opiniones y algo en relación, donde nos dice el primer experto que, la morfología genera y aumenta el valor comercial generando edificaciones con grandes rasgos creando una imagen política. A su vez el siguiente experto nos dice, que la morfología ha implicado en contribuir desde la historia, aprovechando las áreas baldías para brindar otro uso adecuado. Finalmente, el último experto nos dice que al entender la ciudad debemos estructurar los espacios como áreas verdes que intenten renovar la ciudad y humanizar.</p>		

**Indicador 2. Identidad Urbana**

Con respecto al siguiente indicador identidad urbana se identifica como elemento principal para mejorar la renovación urbana. Es por ello que se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

La identidad urbana es un conjunto de historias, cultura y sociedad creando una imagen dentro de espacios urbanos o arquitectónicos que amplifica los aspectos culturales de las personas generando un aporte a la ciudad a través de expresiones artísticas en viviendas o una renovación de un barrio aportando a la imagen de la ciudad.

**Figura 46**

*La regeneración urbana para mejorar la imagen de la ciudad.*



*Nota:* Funcionalidad de la imagen urbana en la búsqueda de la renovación.

Fuente: <http://www.trcimplan.gob.mx/blog/regeneracion-urbana-para-una-calidad-de-vida.html>

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>		
<b>SUBCATEGORIA 4: IMAGEN URBANA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li> <li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li> <li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li> </ul>		
<b>INDICADOR: IDENTIDAD URBANA</b>		
<b>1. ¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de san juan de Lurigancho?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> La identidad que maneja el distrito es una cultura híbrida donde el diseñar un espacio debe pensar en la mixtura de culturas y identidades propias, por lo que se deberían crear espacios mixtos a un público abierto flexible.</p>	<p><b>EA2.</b> El distrito carece de espacios públicos de gran magnitud. Por consiguiente, los espacios que se deben incluir son: espacios recreativos, zonas culturales y especialmente un centro comercial que marque la identidad urbana del distrito.</p>	<p><b>EA3.</b> El distrito de san juan de Lurigancho comparte diferentes culturas por lo que no toda la población es propia del lugar sino tienen origen de provincia, entonces lo que comparte es el modo de vida cultural, entonces el conocer sus costumbres y cultura de sus vivencias, se crean espacios abiertos, interpretaciones históricas donde las personas puedan integrarse y formar en un barrio una identidad que los caracterice, así mismo con edificaciones culturales y</p>

		con comercio por complemento.
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta no dicen dos de los expertos que la se debería genera un cultura mixta o hibrida, donde compartan mediante espacios mixtos y culturales porque en este presente distrito no solo es una sola cultura sino es multicultural y que dentro de estos espacios se generarian espacios comerciales para establar comunicación social. Por otra parte nos dice el otro experto que los espacios que se deberian incluir son recreaticos, cultura y un centro comercial que marque identidad propia.</p>		
<p><b>2. ¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? Y ¿De qué manera?</b></p>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> La identidad de las personas mas si son de diferente ciudad se centra en su identidad propia algo que lo haga propios entonces al relacionarlo con el comercio crea ejes multiculturales comerciales, porque cada vez que se habre un restaurante tiene imagen propia, una imagen que genera una atraccion en una calle, entonces contribuye en la mezcla hibrida de culturas gastronomicas que se genera en ejes comerciales dentro de un barrio.</p>	<p><b>EA2.</b> La renovación urbana permite la intervención de los espacios deteriorados a un espacio que contribuya a una transformación y desarrollo urbano. Por consiguiente, la arquitectura comercial contribuye en creación de espacios atractivos y agradables para la comodidad de los clientes y visitantes.</p>	<p><b>EA3.</b> Contribuiria mutuamente pero desde una edificacion cultural propia que los caracterice al sector y revalorando los espacios abandonados para crear un impacto positivo, ya dentro del equipamiento cultural se deberi implementar comercio y recreacion ya que son puntos de crecimiento.</p>
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta las opiniones del primer experto nos dice que es mejor generar una linea de espacios comerciales con diferentes culturas propias del sector, Asimismo, el siguiente experto no dice que es mejor intervenir dentro de los espacios deteriorados y que el comercio y espacios atractivos genera comodidad a las personas. Finalmente, el siguiente experto nos dice que es mejor generar una edificacion cultural que respona a la cultura del sector y que dentro del espacio se podria implementar comercio.</p>		

### Indicador 3. Paisaje urbano

Con respecto al siguiente indicador paisaje urbana se identifica como elemento principal para mejorar la imagen urbana y la renovación. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

El paisaje urbano crea un conjunto urbano de espacios que se equilibran con la escala, donde se crea y convierte espacios en diversas funcionalidades, construye redes de edificaciones que conecta el entorno urbano, mejorando la calidad urbana de la ciudad.

#### Figura 47

*Conformación del paisaje urbano en la ciudad.*



*Nota:* La imagen de la ciudad en la búsqueda del paisaje urbano. Fuente:

<https://concepto.de/paisaje-urbano/>

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>
<b>SUBCATEGORIA 4: IMAGEN URBANA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li><li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li><li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li></ul>
<b>INDICADOR: PAISAJE URBANO</b>
<b>1. ¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbana para mejorar la imagen urbana? Y ¿Cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?</b>
<b>RESPUESTAS</b>

<p><b>EA1.</b> Dentro de un sector tenemos calles pero si estas calles llegan a puntos de encuentro social, con recorridos en las pistas dinamicas, genera un diseño, se identifica por algo propio que tiene ese barrio, la altura de edificacion o de cuantos pisos y la forma con que se leen las demas edificaciones contribuye a que se genera una lectura arquitectonica armoniosa, entonces contribuye a generar un cambio en las edificaciones donde al renovarlas se podria generar comerio, cultura u otra actividad popular.</p>	<p><b>EA2.</b> Las edificaciones arquitectónicas que contribuyen al paisaje urbano de una ciudad son: los espacios recreativos, bulevares, zócalos comerciales, centros comerciales, etc., que contribuyen a resaltar la imagen urbana de una ciudad y permite. Asimismo, la renovación urbana permite la creación de espacios recreativos de nuevas edificaciones funcionales que permitan el desarrollo social, urbano y sostenible.</p>	<p><b>EA3.</b> Para consolidar un paisaje urbano de un sector ayudaria los espacios publicos, parques, plazas donde el grupo humano llegue a recrearse, establece relacion social, asi mismo implementando mobiliario urbano, si bien es cierto de dia el espacio publico se ve en aumento en las noches se deberia implementar seguridad, todo esto lo compone el paisaje urbano generando una imagen social.</p>
---	--	--

#### **COMPARACION**

Dentro de la siguiente pregunta los expertos llegan a una conclusion, para contribuir al paisaje urbano y mejor la imagen urbana, deberian ser espacios publicos, recreativos, comerciales que integren socialmente, asi mismo permitiendo resaltar la identidad propia mediante las relaciones sociales y funcionales, lo cual aporta que el distrito genee un paisaje social con identidad social.

**2. ¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?**

#### **RESPUESTAS**

**EA1.** Para proponer genera una renovacion en un paisaje exitente se debe visualizar la edificacion o el sector el cual se le puede repotencializar, primero se busca ejes importante de movimiento economicos y luego se estudia el impacto que podria generar el renovar la edificacion o el sector.

**EA2.** La renovación urbana interviene en el paisaje urbano olvidado, descuidado o deteriorado por el pasar de los años. Es un proceso que busca optimizar la calidad de vida de los pobladores de un sector. Asimismo, conserva las areas urbanas y previene su deterioro.

**EA3.** Podriamos implementar primero hacer un estudio a los sectores laterales para generar un clima calido, luego para generar un paisaje urbano renovado, implementar, vias peatonal, plazas parques, areas verdes, todo lo conforma el sector lo cual ayudaria a crecer el paisaje del sector y lograr mayor sostenibilidad

#### **COMPARACION**

Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice que el paisaje urbano se repotencializa mediante ejes importante que generen economía para luego renovar la edificación o el sector, Asimismo el siguiente experto nos dice, se busca conservar los espacios deteriorados para optimizar la calidad de vida y su historia, Finalmenete, el ultimo experto nos dice que el generar un estudio del sector garantiza implementar areas verdes, parque que logren mayor sostenibilidad para el sector.

**Objetivo Especifico 5: Determinar los efectos positivos de la renovación urbana en el desarrollo sostenible en el distrito de san juan de Lurigancho.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se tomó en cuenta los resultados obtenidos de las fichas de análisis de contenido y los resultados de la entrevista semi estructurada a los expertos determinando por indicador que corresponda a la siguiente subcategoría:

**Subcategoría 5: Efectos positivos de la renovación urbana**

De acuerdo con esta subcategoría, se determinan diversos tipos de arquitectura comercial para implementar en espacios comerciales, a continuación se presenta los resultados de los indicadores que se desprenden de esta subcategoría.

En base a esto se desarrollaron de manera específica los instrumentos para los tres siguientes indicadores:

**Tabla 10**

*Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos*

<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
Efectos positivos de la renovación urbana	Recuperación de áreas urbanas centrales	Guía de entrevista semiestructurada, ficha de contenido.
	Confort urbano	
	Transformación urbana	

*Nota: Elaboración propia*

**Indicador 1. Recuperación de áreas centrales**

Prosiguiendo con el desarrollo de este objetivo se planteó utilizar un instrumento: **Ficha de Observación** lo que nos permitió tener una visión más amplia del

indicador recuperación de áreas centrales que corresponde al segundo objetivo de la segunda sub categoría: Efectos positivos de la renovación urbana.

<b>Renovación del Boulevard comercial el polo – Santiago de Surco</b>	<b>Renovación plazoleta de la integración – Rímac</b>
	

### COMPARACIÓN

En ambas fichas se aplicaron la ficha de observación en áreas en estado de abandono, donde evidencia la falta de orden vehicular que contamina las calles donde se ubica el centro comercial el polo y también el terreno baldío y en contaminación donde se encuentra el centro comercial 7 de agosto, al llegar estos centros comerciales generaron un gran impacto a nivel urbano radial, generando que los espacios que se encuentren en deterioro o tenga un problema social urbano se maneje con proyectos de renovación urbana, donde actualmente el área central que esta en el borde del rio Rímac se encuentre en un proyecto de integración hacia el centro comercial, cautivando la cultura y el cuidado al medio ambiente, asimismo, en el otro proyecto boulevard el polo, genera un regeneración de los puestos comerciales que tiene esta avenida, donde al generar un boulevard genera un ambiente social urbano mas cálido, dando pase a los comercios y áreas verdes generar un protagonismo para el distrito de Santiago de surco.

## Indicador 2. Confort urbano

Con respecto al siguiente indicador confort urbana se identifica como un efecto positivo en la renovación urbana. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

Se define por producir comodidad y bienestar para las personas que lo integran teniendo en cuenta la percepción de espacio con la calidad de vida y los beneficios que esta puede producir, debe tomar un equilibrio entre hombre y naturaleza. El confort urbano cuenta con aspectos formales, ambientales y sensoriales estos se toman para llevar un equilibrio que conforma la ciudad, aún no se define un instrumento que marque el nivel de confort pero se toma estos aspectos que definen la calidad de vida urbana.

### Figura 48

*Confort urbano en los espacios públicos*



*Nota:* Diseño espacial del confort en los espacios públicos de la ciudad de Medellín. Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/02-285882/claves-para-proyectar-espacios-publicos-confortables-indicador-del-confort-en-el-espacio-publico>

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>
<b>SUBCATEGORIA 5: EFECTOS POSITIVOS DE LA RENOVACIÓN URBANA</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li> <li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li> <li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li> </ul>		
<b>INDICADOR: CONFORT URBANO</b>		
<b>1. ¿Por qué es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> Según nos dice la organización panamericana de la salud que por persona son 25 metros cuadrados de area verde, porque las areas verdes generan calidad de vivencia, en un barrio el proponer areas verdes como sardineles genera un cambio ya sea en su micro clima, sus ambientes dentro de las viviendas y genera una imagen diferente que los demas barrios optaran.</p>	<p><b>EA2.</b> Las áreas urbanas son importantes para reducir la contaminación ambiental. Asimismo, la renovación urbana permite preservar, conservar y repotenciar las áreas de recreación y esparcimiento urbano del sector.</p>	<p><b>EA3.</b> Las areas verdes son el pulmon de la ciudad y del mundo al crear mas areas verdes contrarestan el CO2 emitido por las industrias, por otro lado compensan las areas peatonales, verdad, plazas y dentro de una edificacion residencial porque renueva el ambiente, asi como generar areas verdes para generar microclima en espacios baldios para los animales.</p>
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta los expertos llegan a una conclusion que las areas verdes permiten contrarestar las emisiones de carbonos, mantiene un ambiente pleno y repontecializa la areas de esparcimiento, asi mismo generando micro climas para los animales y las edificaciones que se encuentra alrededor de ella.</p>		
<b>2. ¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> Existen edificaciones con diferentes uso al cual se encuentran en deterioro, entonces como creo un lazo para reinventar estas edificaciones a traves de estrategias que sirvan para cada uso, en el uso comercial, en el caso de departamento el integrar un centro comercial lo renueva el valor comercial del departamento, crea un</p>	<p><b>EA2.</b> La renovación urbana trabaja para conseguir un confort urbano que permitan a las personas sentir sensaciones de seguridad, tranquilidad y bienestar de integrarse a los espacios arquitectónicos del sector.</p>	<p><b>EA3.</b> Generando un equilibrio entre equipamiento y ciudad, no formando edificaciones totalmente techadas, el renovar trae generar areas verdes que generar un confort relativo en las areas que se encuentra alrededor de estos espacios ya sea comercio, vivienda, cultura, asi tambien mejora la parte ecologica y dentro de los ambientes, generan una</p>

nuevo espacio accesible para las personas que viven en el entorno.		salud física saludable, por la ventilación natural que se genera desde los espacios limpios.
<b>COMPARACION</b>		
Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, el integrar un centro comercial en residencia crea un vínculo accesible generando una renovación en su valor natural, Por consiguiente, los dos expertos siguientes nos dicen que el confort permite generar muchas sensaciones buscando integrar a través del área verdes y espacios arquitectónicos, donde prevalece la vida saludable y bienestar urbano.		

### **Indicador 3. Transformación urbana**

Con respecto al siguiente indicador transformación urbana se identifica como un efecto positivo en la renovación urbana. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

Crea nuevas actividades antes demandas de la ciudad, como la trama de residencia o comercial que ordena el suelo en áreas informal que fomentan problemas urbanos, así mismo trae la consolidación de nuevas centralidades en la ciudad generando desarrollo urbano. Buscando transformar la relación espacial, a través de estrategias urbanas que conecte e integran espacios desordenado, este proceso consiste en desocupar y optimizar zonas para el desarrollo de nuevas actividades.

### **Figura 49**

*Transformación de alameda central*



*Nota:* Transformación urbana con participación de la sociedad Fuente:  
<https://www.condominiosverdes.com.br/es/espacios-publicos-la-transformacion-urbana-con-la-participacion-de-la-poblacion/>

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>		
<b>SUBCATEGORIA 5: EFECTOS POSITIVOS DE LA RENOVACIÓN URBANA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li> <li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li> <li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li> </ul>		
<b>INDICADOR: TRANSFORMACIÓN URBANA</b>		
<b>1.¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> Para reestructura un espacio o una edificación primero se debe ver que impacto va a generar de aquí a 5 años, que efectos tiene si al cambiar los ejes del área urbana me genere una transformación más rápida, las comunidades cambiarían su forma de habitación, su nivel social cambiaría y su economía mejoraría.</p>	<p><b>EA2.</b> La reestructuración espacial crea una nueva estructura creando una trama urbana más compleja, causando una gran área o extensión, sin forma o límites definidos.</p>	<p><b>EA3.</b> Desde el punto de vista integrar el transformar un espacio debe estar relacionado a reestructurar un espacio, por si decirlo si tenemos en un sector solo salud, un sector no solo tiene un único déficit, sino cuando llega la transformación urbana genera una reestructuración de equipamientos como comercio, educación, salud lo cual busca integrarse y atender a las demandas del sector.</p>

<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, para conocer el impacto que genera un espacio se debe ver la reestructuración con una proyección, generando un efecto de ejes en un área urbana transformando su forma habitacional, nivel social y económico. Asimismo el siguiente experto nos dice, la reestructuración espacial crea una nueva estructura donde la forma y los límites se proyectan. Finalmente el último experto nos dice, transformar un espacio debe relacionarse a la reestructuración del sector, si un equipamiento se genera una reestructuración entonces los equipamientos y vivienda quedarán generando una transformación buscando un hábitat urbano más estable.</p>		
<p><b>2. ¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?</b></p>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> Primero para implementar como ejemplo un centro comercial es planificar y identificar la densidad y el impacto que podría generar en la ciudad, dentro de las comunidades generaría un impacto positivo porque ahora los barrios cambiarían su imagen, el entorno crece y se modifica la estructura de la ciudad.</p>	<p><b>EA2.</b> La implementación de espacios comerciales permite una transformación urbana, pues lo que realmente se quiere es construir o diseñar equipamientos comerciales que permitan atraer a las personas y perciban un lugar cómodo y agradable.</p>	<p><b>EA3.</b> Se podrá implementar mediante un estudio del plan de desarrollo urbano, midiendo el radio de influencia y a qué impacto llegaría generar un espacio comercial, teniendo en cuenta que al implementar comercio se genera la transformación de áreas libres y propuestas de equipamientos de cultura, salud, entre otros.</p>
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, para implementar espacios comerciales se debe planificar y identificar la densidad y su impacto que generaría en la ciudad, el impacto positivo que se diera cambiaría la imagen y el entorno de los barrios y su estructura urbana. Asimismo el siguiente experto nos dice, los espacios comerciales permiten construir o diseñar equipamientos que generen una atracción de un público, lo cual genera un lugar agradable. Finalmente el último experto nos dice, se puede implementar espacios comerciales previo estudio del plan de desarrollo urbano teniendo en cuenta que al integrar estos espacios se transforman las áreas libres, cultura, educación, entre otros.</p>		

**Objetivo Especifico 6: Identificar las estrategias urbanas en la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano.**

Para el desarrollo del presente objetivo, se tomó en cuenta los resultados obtenidos de las fichas de análisis de contenido y los resultados de la entrevista semi estructurada a los expertos determinando por indicador que corresponda a la siguiente subcategoría:

### **Subcategoría 6: Estrategias urbanas**

De acuerdo con esta subcategoría, se determinan estrategias urbanas para intervención en barrios en crecimiento, lo cual se especifican medidas para generar mayor cultura, crecimiento desarrollo, a continuación, se presenta los resultados de los indicadores que se desprenden de esta subcategoría.

**Tabla 11**

*Cuadro de subcategorías, indicadores e instrumentos*

<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
Estrategias urbanas	Conservación de espacios urbanos	Guía de entrevista semiestructurada, ficha de contenido.
	Revitalización de los barrios	
	Regeneración urbana	

*Nota: Elaboración propia*

### **Indicador 1. Conservación de espacios urbanos**

Con respecto al siguiente indicador conservación de espacios urbanos se identifica como estrategia de crecimiento para los barrios. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

La conservación mantiene su practica en el mantenimiento y conservación del entorno urbano como áreas verdes, parques, espacios habitables, donde al mejorar las condiciones de espacios se genera un ecosistema urbano más agradable.

- Genera aportes en los valores ambientales urbanos que mejora el marco del paisaje urbano.
- Un área urbana conservada trae la unión del intercambio social entre barrios debido a la convivencia social que garantiza la conservación del espacio urbano.

- Las áreas conservadas dentro del entorno urbanos fomentan una seguridad de las personas que transitan en el nuevo tratamiento espacial.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen donde se muestre la revitalización de un barrio.

**Figura 50**

*Conservación de espacios urbanos*



*Nota:* El Proyecto camina en la 5 de mayo conserva el espacio cultural, implementando espacios comerciales. Fuente:

<https://www.critica.com.pa/nacional/panama-camina-en-la-5-de-mayo-533681>

Prosiguiendo con los resultados del indicador, a través del instrumento entrevista semi estructura se aplicaron a los especialistas en el tema, donde se presenta a continuación:

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>
<b>SUBCATEGORIA 6: ESTRATEGIAS URBANAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li> <li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li> <li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li> </ul>
<b>INDICADOR: CONSERVACIÓN DE ESPACIOS URBANOS</b>
<b><i>1.¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?</i></b>
<b>RESPUESTAS</b>

<p><b>EA1.</b> La primera estrategia sería recuperación, la segunda estrategia podría ser Implementación e implementación de los espacio público para las actividades lucrativas de los vecinos de tal sector o otra estrategia sería incorporación de actividades comerciales para potencializar la dinámica de uso de los vecinos del lugar Me entiendes. Entonces sería armarse de estrategias urbanas para conservar como para renovar.</p>	<p><b>EA2.</b> Las estrategias para conservar los espacios públicos son: Formación responsable, crear conciencia en la población en utilizar adecuadamente el mobiliario urbano y evitar arrojar residuos sólidos. Coexistencia sostenible, que permita una relación simultanea entre los individuos y los espacios públicos con fin de crear beneficios en ambas partes.</p>	<p><b>EA3.</b> La conservacion se vincula con la politica de conservacion, generando normas reglas desde la municipalidad para implementarlo a los espacios publicos, mantener las areas libres con parques en encuentro social, dialogo con entidades privadas para intervenir en laderas donde podria realizar proyectos de renovacion urbana.</p>
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, las estrategias son, recuperar, planificar, implementar espacios publicos, incorporar actividades comerciales, donde estas estrategias se pueden renovar y a la vez recuperar el area urbana, Asimismo el siguiente experto nos dice, las estrategias son formacion responsable, crear conciencia en usar el mobiliario urbano como residuos solidos, coexistencia sostenible y los espacios publicos, Finalmente el ultimo experto nos dice, se vincula con la politica de conservacion, reglas, mantenimiento de areas libres.</p>		
<p><b>2. ¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?</b></p>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> Diseñando mobiliarios creativos que tengan una funcion estetica y que sirva en el entorno por seguridad al ambiente, por funcion social o generar una reunion y proponer mobiliario que faciliten los accesos a las personas y equipamientos de diferentes usos.</p>	<p><b>EA2.</b> Se puede implementar mobiliario urbano en espacios que han sido restablecidos o rehabilitados que contribuyan en la conservación de los espacios urbanos. Por ejemplo, la instalación de contenedores subterráneos que permitan la recopilación de residuos solidos.</p>	<p><b>EA3.</b> Se puede implementar primero identificando el grupo humano que podria generar una conservacion de espacios publicos, el inducir mobiliario urbano facilita bien un espacio social para el transporte vehicular, para la limpieza y conservacion de la area verde y como ejemplo el uso de rejas que es medidas de proteccion, el proponer puestos</p>

		culturales recreativos genera una conciencia ecologica.
<b>COMPARACION</b>		
Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, el mobiliario urbano debe ser creativo y funcional que permita seguridad ambiental y social y facilite los accesos a las personas, Asimismo el siguiente experto nos dice, se puede implementar en espacios que se han restablecidos y conservados como ejemplo instalacion de contenedores subterranos, Finalmente el ultimo experto nos dice, se debe implementar al grupo humano para generar conservacion de espacios publicos, facilitar el transporte y mobiliario para conservacion de areas verdes.		

## **Indicador 2. Revitalización de barrios**

Conforme al siguiente indicador, se analiza la revitalización de barrios como estrategia urbana para la intervención de espacios en barrios o sectores. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

La revitalización asume fomentar actividades sociales y económicas que integran la ciudad de manera que, en barrios donde tengas carácter patrimonial se fomente con la revitalización intervenciones en diseño, espacio y el uso del suelo del predio, teniendo en cuenta:

- Generar nuevos espacios recreativos y comerciales para que las personas del barrio se integren como comunidad.
- La revitalización trae la imagen propia de ese sector.
- Cuando se realiza las intervenciones en los barrios se debe tomar en cuenta, originalidad propia, forma y diseño característico del barrio para no dañar su propia cultura.
- La revitalización potencia a recuperar las áreas perdidas como espacios patrimoniales que se están perdiendo por temas estructurales o ambientales.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen donde se muestre la revitalización de un barrio.

**Figura 51**

*Revitalización de parque cultural*



*Nota:* El parque cultural se transformó en un espacio recreativo fomentando las actividades culturales del lugar. Fuente: <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/cultura-y-revitalizacion-urbana-socios-industrias-culturales-creativas/>

Prosiguiendo con los resultados del indicador, a través del instrumento entrevista semi estructura se aplicaron a los especialistas en el tema, donde se presenta a continuación:

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>
<b>SUBCATEGORIA 6: ESTRATEGIAS URBANAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li><li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li><li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li></ul>
<b>INDICADOR: REVITALIZACIÓN DE BARRIOS</b>
<b>1.¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?</b>
<b>RESPUESTAS</b>

<p><b>EA1.</b> Genera aspectos positivos como conservar la altura, conservar el color ambiental recuperando la identidad y lenguaje arquitectónico proponerle éste equipamientos acordes a ese sector equipamiento complementario como educación, salud un parque, es espacio deportivo no que yo estoy creando actividades que ayudan a potenciar a revitalizar algo que está deprimido revitalizó con un paciente no que está agonizando y yo le hago su rehabilitación.</p>	<p><b>EA2.</b> La revitalización es un proceso que consiste en mejorar un espacio urbano preferentemente edificada logrando que restauración o su reintegración total.</p>	<p><b>EA3.</b> La renovación y la revitalización van de la mano para generar mayor vivencia en un barrio, ya sea que en sector se genera mayor actividad comercial pero también de residencia, todo ello forma un equilibrio de equipamiento que compartan un confort de espacios públicos generando actividad activa dentro del sector.</p>
--	--	--

**COMPARACION**

Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, influye en generar aspectos de conservación como la altura, color, identidad y lenguaje arquitectónico, Asimismo el siguiente experto nos dice, la revitalización influye como el proceso en mejorar el espacio logrando su restauración o su integración total, Finalmente el último experto nos dice, la renovación y la revitalización generan una vivencia en un barrio generando un equilibrio de equipamiento que compartan un confort de los espacios públicos generando actividad activa en el sector.

**2. ¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?**

**RESPUESTAS**

<p><b>EA1.</b> La movilidad urbana ordena y adecua las vías que se va a transitar ya sea vehicular o peatonal, cuando se cree una red manejada por la movilidad urbana se generan cambios a escala local, usando espacios sectorial que creen puntos de encuentro social y de recreación, mayor accesibilidad a los espacios concurridos.</p>	<p><b>EA2.</b> La implementación de mobiliario urbano contribuye en la revitalización de un sector del distrito, permitiendo recuperar áreas degradadas o deterioradas por medio de un equipamiento logrando consolidar y restablecer espacios públicos.</p>	<p><b>EA3.</b> Contribuye en la comunicación vehicular y peatonal, formando un equilibrio del transporte máximo, organizando y ordenando toda clase de circulación vehicular y peatonal, porque el generar un equilibrio entre movilidad y ciudad genera un confort humanístico para las personas.</p>
---	--	--

## COMPARACION

Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, la movilidad ordena y adecua las vias para el transito vehicular y peatonal generando cambios en el espacio sectorial donde crea una revitalizacion de espacios sociales, Asimismo el siguiente experto nos dice, permite recuperar las areas de transito mediante equipamiento que se encuentren en proceso de restauración, Finalmente el ultimo experto nos dice, genera un equilibrio del transporte, ordenando los accesos vehicular y peatonales, generar una movilidad con confort humanistico.

### Indicador 3. Regeneración urbana

Finalmente, el ultimo indicador, se analiza la regeneración urbana como estrategia urbana para la intervención de espacios en barrios o sectores. Es por ello se realizó una ficha de contenido para resumir los conceptos descritos por los autores.

El crecimiento de los barrios genera nuevas transformaciones que consiste en **regenerar** el espacio urbano para mejorar el tejido urbano existente como:

- Provoca desplazamientos de espacios comerciales de crecimiento económico.
- Reintegra áreas deficientes en los barrios, generando nuevas actividades culturales
- Mejora o restablece áreas que se encuentran degradadas
- Integra los barrios existentes o colindantes a través de accesos peatonales culturales o comerciales.

Por consiguiente, se presenta en la siguiente imagen donde se muestre la regeneración urbana de un barrio.

### Figura 52

*Regeneración urbana en el barrio de Guayaquil*



*Nota:* Se regenero el barrio formando un boulevard comercial artístico. Fuente:  
<http://urvia.blogspot.com/2010/09/regeneracion-urbana-en-guayaquil.html>

Prosiguiendo con los resultados del indicador, a través del instrumento entrevista semi estructura se aplicaron a los especialistas en el tema, donde se presenta a continuación:

<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>		
<b>SUBCATEGORIA 6: ESTRATEGIAS URBANAS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana – EA1</li> <li>• Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez – EA-2</li> <li>• Arq. Juan Luis Palacios Rojas – EA-3</li> </ul>		
<b>INDICADOR: REGENERACIÓN URBANA</b>		
<b>1. ¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?</b>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> Para regenerar una ciudad debe prever que impacto va a causar al regenerar un espacios, la regeneracion se puede dar mediante un equipamiento como salud, comercio o educacion donde cambie su estetica arquitectonica o se construya un local comercial, teniendo estos equipamiento se crea un clima que busca el crecimiento de las</p>	<p><b>EA2.</b> La regeneración de una ciudad se genera mediante un proceso dinámico para su intervención en áreas deterioradas con la finalidad de impulsar su restauración paulatina de su estado original, con el fin de lograr su uso intensivo y aprovechamiento de los pobladores.</p>	<p><b>EA3.</b> Para regenerar una sector se debe evaluar desde el plan de desarrollo urbano, desde ahí se toma la iniciativa para tomar estrategias y resolver los problemas o carencia que tienen los barrios y se puede planificar desde la participacion social, en colaborar con el paisaje la forma, la identidad y el confort que se necesita.</p>

viviendas y optan por generar mayor progreso gracias a la intervencion de estos equipamientos.		
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, la regeneracion genera un impacto en los espacios mediante los equipamientos que se construyan, teniendo en cuenta su forma y estetica, genera un clima de crecimiento y busca la intervencion de los barrios colindantes, Asimismo el siguiente experto nos dice, la regeneracion buscan generar un proceso dinamico en las areas detrioradas con el fin de implisar y aprovechar su uso, Finalmente el ultimo experto nos dice, la regeneracion se debe evaluar mediante el plan de desarrollo urbano tomando estrateguas y resolver las carencia de los barrios mediante la planificacion y con colaboracion del paisaje.</p>		
<p><b>2. ¿De qué manera la regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?</b></p>		
<b>RESPUESTAS</b>		
<p><b>EA1.</b> La regeneracion busca darle el mismo uso, el mismo diseño y la funcionalidad al espacio o la edificacion para no perder su sentido propio, al realizar la regeneracion en un barrio, genera un cambio tremendo que hace que las vivienda opten a regenerar los espacios deteriorados y crea una linea de recuperacion de estos espacios.</p>	<p><b>EA2.</b> La regeneración urbana permite aspectos positivos: Se realizan remodelación de las edificaciones del sector que consiste modificar algunos elementos que permita la revaloración de los predios.</p>	<p><b>EA3.</b> La regeneracion cura las heridas o regenera algo que esta mal, donde para renovar un sector se debe ver desde el punto de estructura, vias, espacios publicos, redes publicas, desde nivel mas bajo de ingenieria se debe establecer un equilibrio, al regenerar una edificacion existente, se debe tomar en cuenta las alturas, los colores, el contexto urbano, aspectos que se deberia tomar en cuenta para generar un estructuracion de los barrios.</p>
<b>COMPARACION</b>		
<p>Dentro de la siguiente pregunta el primer experto nos dice, la regeneracion busca darle el mismo uso, diseño y funcion al espacio, teniendo un sentido propio, lo cual genera un cambio en la viviendas, creando una linea de recuperacion de espacios, Asimismo el siguiente experto nos dice, la regeneracion permite realizar remodelaciones en algunos elemento y permitan revalorar el espacio, Finalmente el ultimo experto nos dice, la regeneracion cura heridas de un espacio en deterioro, donde se debe establece un equilibrio con la ingenieria para tomar en cuenta las alturas, el contexto para regenerar un barrio.</p>		

Asimismo, se inicia con el desarrollo de la discusión de resultados, para lo cual se presentará toda la información que se ha obtenido, los mismo tendrán el respaldo de los antecedentes y teorías, para lo cual Aceituno(2021) menciona que la discusión es parte fundamental del trabajo de investigación, pues su desarrollo determina la aceptación o rechazo del artículo o trabajo. De esta forma, la capacidad de demostrar los resultados obtenidos y su correcta comparación nos conducirá más a las conclusiones.

### **Objetivo Especifico 1: Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito.**

Los expertos manifestaron que existen diversas tipologías de arquitectura comercial dentro de una ciudad, empezando por los **locales especializados** que se caracteriza por la venta de productos específicos y que deberían de estar ubicados en los grandes corredores del distrito la cual va a permitir tener una economía dinámica. Asimismo consideran que la zona de abastecimiento y distribución son espacios que deberían implementarse dentro de este tipo de arquitectura para organizar el comercio en el distrito. En el caso de los comercios mayoristas deberían de implementarse la zona de carga, descarga, nucleo sanitario, espacios de comercialización y la zona de refrigeración. Esto es reafirmado por Bourzac (2018) quien indica que este tipo de comercio engloba una sola linea de productos especificos la cual es habitual verlo como parte de uno de los servicios complementarios que ofrecen los centros comerciales.

**Los locales comerciales agrupados** según los expertos son el mercado y centro comercial que se caracterizan por el conjunto de comercios que se desarrollan en un mismo establecimiento y que tiene una sola administración general donde los equipamientos de comida, recreación y encuentro son espacios que deberían de incorporarse brindando calidad de vida. Además, esto se ve respaldado por la Norma A.070-Comercio del Reglamento Nacional de Edificaciones donde menciona que este tipo de comercios comparten la administración, los espacios comunes como el estacionamiento, núcleos sanitarios, cuarto de basura entre otros y donde se permite la implementación de nuevos espacios complementarios como área de comida y área financiera. Asimismo, nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico ya que manifestamos que en los locales de

comercios agrupados son establecimientos comerciales que ofrece diversidad de productos y servicios en un solo edificio y que responde a muchas de las necesidades de la población.

Los expertos mencionan que los **locales de conveniencia** son locales tradicionales como las bodegas de barrio que tienen presencia dentro de la zona residencial donde se comercializa la venta de productos de primera necesidad donde se generan ventas en menor escala. Esto se ve reafirmado por Licencia **d'activitat (2019)** quien indica que son locales o tiendas que proveen productos a los diversos puntos de venta que posee en el mercado local y que han logrado posicionarse en el mercado peruano como un canal alternativo moderno de compra que viene desplazando al canal tradicional (mercados y bodegas).

### **Objetivo Especifico 2: Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico.**

Los expertos manifestaron que los beneficios que genera la presencia de una arquitectura comercial es el cambio de **uso de suelo** para hacer posible la presencia de un centro comercial. Tal como lo indica **Alccamari (2019)** su presencia trae mejoras como seguridad, nuevas construcciones aledañas y muchas cualidades que adquiere un predio urbanizado junto al contexto que le rodea. Esto se ve reafirmado en la **ficha de observación** donde se ha evidenciado dos centros comerciales con cambio de uso de suelo y que se ha dado por las necesidades comerciales que tiene el sector. La primera es el supermercado Tottus donde antes estaba denominado como OU (otros usos) según el IMP. La segunda se apreció que donde hoy existe el Plaza Vea antes estaba denominado como RDM (residencial de densidad media) y junto a ello muchas mejoras como la presencia de una fachada permeable que ha reemplazado la presencia de grandes muros ciegos en las largas cuadras, Por la cual se ha evidenciado que el cambio de uso de suelo a comercio zonal que se ven en ciertos predios ha generado cambios positivos en infraestructura urbana, mobiliario urbano y el perfil urbano, potenciándolo económicamente el m2 de terreno y ampliando las actividades comerciales complementarias en la zona.

**La Generación de nuevas centralidades** de comercios donde los expertos mencionan que los megaproyectos concentran mayor cantidad de actividades comerciales al igual que Jockey Plaza quien tiene una popularidad alta como hitos estratégicos comerciales que permite que diversos comercios se desarrollen en un mismo lugar. Esto es reafirmado por Fariña (2018) quien afirma la aparición de nuevas centralidades urbanas es producto de nuevas necesidades comerciales en compra y venta de los ciudadanos. Castro y Marcia (2017) implementando la idea nos dice como resultado de la intervención del capital privado existen hoy en día sus centralidades comerciales a maneras de nodos como los centros y/o plazas comerciales, los mismos que desencadenan la reconfiguración de los usos y ocupación del suelo, dando lugar a la generación de sinergias de actividades terciarias mayores y menores. Expresándose como nuevos tipos de centralidades urbanas que presentan algunas características de complementariedad con la centralidad tradicional.

**El cambio de imagen urbana** según nuestros expertos es generada por la presencia de un megaproyecto, donde existe un impacto socioeconómico y brinda seguridad a los usuarios durante su estadía en el establecimiento convirtiendo mucho de los inmuebles aledaños en comercios complementarios y a su vez se evidencia la mejora de la infraestructura urbana como la implementación de semáforos, veredas, asfaltado mejorando el entorno urbano. Esto se ve complementado por García (2020) donde menciona que la creación de la imagen de la ciudad se da a partir de lo que ve el ciudadano y de cómo lo interpreta y organiza mentalmente, se refiere a esquemas mentales de la ciudad, realizados a partir de caminar e integrarse a la ciudad, razón por la cual se tienen imágenes diferentes entre sí y con la misma realidad exterior. Esto se ve reafirmado en la ficha de observación donde se evidencia dos centros comerciales con un gran cambio de imagen urbana donde antes existían viviendas a medio construir, lotes baldíos, calles con poca iluminación, y en muchos de estos lotes sin construir se utilizaban como botaderos de basura y ahora existen inmuebles con 4 a 5 pisos donde se aprecia los comercios complementarios, centros financieros, mobiliario urbano, convirtiendo al sector en un espacio más seguro, y atractivo para sus vecinos dinámico económicamente. Por ello la importancia de conocer los

beneficios que trae la presencia de una arquitectura comercial dentro de la ciudad para el crecimiento socioeconómico

**Objetivo Especifico 3: Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales.**

Los expertos manifestaron que los aspectos **estéticos** ya se encuentran resueltos por los grandes centros comerciales donde la forma de sus espacios, color, textura y mobiliario que emplean están diseñados con la finalidad de consumir. Esto es reafirmado por Paiva (2018) quien menciona que desde un punto de vista comercial la estética apunta al crecimiento progresivo del turismo la cual genera la idea de hacer espacios urbanos atractivamente vendible.

Los expertos manifiestan que la **sociología** del lugar nos permite conocer el tipo de público que apunta el comercio en base a sus costumbres y necesidades de la población. Esto se ve reforzado por Begoña (2008) quien nos dice que el estudiar los procesos sociales del espacio urbano nos permite conocer diversos aspectos de la vida social del ser humano y que nos ayuda a entender los modos de vida de diversos grupos sociales.

Los expertos mencionan que el estudio de la **antropología** nos permite estudiar a la persona en temas de compra para conocer su comportamiento y así poder captar la atención. Esto se ve reforzado por Mariñelarena (2019) quien menciona que estudiar cómo viven las personas nos permite crear una arquitectura comercial pensada en sus pobladores. Asimismo, la idea se ve reforzado por Morales (2019) donde analiza las formas de vida en comunidad, donde recorre todos los aspectos de una cultura desde la comunicación no verbal, el entorno construido, las representaciones rituales y ceremoniales. Asimismo, nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico manifestando que estudia observando a un grupo humano, desde el mismo grupo humano, en convivencia, la cual nos dará una imagen más objetiva que si lo observamos desde un lejano escritorio.

**Objetivo Especifico 4: Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana.**

Con respecto al presente objetivo se tiene los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana, dentro de la **estructura urbana** los

expertos manifestaron como aspectos primordiales la organización e integración de los espacios urbanos o edificaciones, mediante la creación de una estructura lineal o radial que permita la expansión de la ciudad teniendo en cuenta las necesidades sociales y económicas, así mismo recalca un experto que todo plan de ejecución de renovación urbana responde desde la influencia del plan de desarrollo urbano de la ciudad, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Holguin (2017) que la ciudad se debe generar a través de una conexión lineal consolidada que se adapte a la organización de la ciudad buscando el fin económico y social, asimismo la estructura urbana se modifica mediante estudios urbanos, asimismo nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico, nosotros abordamos que uno de los aspectos es la accesibilidad y seguridad urbana, donde se pretende generar una corriente lineal de equipamientos que respondan a la demanda social y económica a través de espacios y vías accesibles que facilitan los desplazamientos de los ciudadanos y la seguridad urbana, donde se crea como una estrategia para fomentar la conservación de espacios y lograr la imagen de la ciudad consolidada.

Nuestros expertos nos dicen que la **identidad urbana** nuestros expertos nos dicen que la identidad urbana pretende establecer una mixtura o una cultura híbrida de identidades propias de un barrio lo que lograría crear espacios públicos mixtos como espacios recreativos, culturales y comerciales, resaltando la opinión de un experto nos indica que es factible conocer la cultura del sector y establecerlo en espacios abandonados y que los comercios propios de la ciudad se deberían integrar elementos naturales o sociales con identidad propia del sector, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Beleño (2017) que la identidad urbana es una creación de cultura urbana propia del entorno urbano que lo comparten en espacios mixtos, lo que optimiza la separación social entre barrios y el colapso urbano, asimismo también lo reafirma Escotto (2019) la identidad urbana se compone por generar elementos naturales y sociales que lo compone la ciudad generando actividades sociales donde comparten un espacio urbano formando ecosistemas culturales mixtas.

El experto (Arq. Grober) nos indica que el **paisaje urbano** es todo lo que engloba en una ciudad urbanizada, el generar un recorrido dinámico, diseño, forma y lectura

arquitectónica contribuye en el cambio de la imagen urbana porque crea un paisaje urbano armonioso, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Maderuelo (2016) el paisaje lo conforma la arquitectura y la naturaleza a través de la construcción de edificaciones que adopten una composición sólida respetando los lineamientos en forma, color, estilo porque crea sensaciones y se interpreta que el sector crea una dinámica cultural; asimismo los siguientes expertos manifiestan que el paisaje urbano es un conjunto de edificaciones y espacios públicos deben estar en una constante renovación, donde se crea espacios funcionales de desarrollo social que genera un aumento de identidad propia y económica, donde lo reafirma Píldora (2015) las ciudades se van transformando mediante la renovación de la ciudad, los espacios se alteran donde se mantiene el sentido histórico, arquitectónico y cultural, por consiguiente nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico ya que manifestamos que en respuesta a lo presentado, los espacios públicos deben estar en constante mantenimiento y conservación, así implementando mobiliario urbanos o elementos urbanos que conforme el paisaje urbano de la ciudad lo que lleva a crear una cultura propia y promueva la transformación de otros sectores.

**Objetivo Especifico 5: Determinar los efectos positivos de la renovación urbana en el desarrollo sostenible en el distrito de san juan de Lurigancho.**

Con respecto al presente objetivo se obtiene los efectos positivos de la renovación urbana, la **recuperación de áreas centrales** mediante una ficha de observación se presenta proyectos de renovación urbana como el boulevard comercial el polo en Santiago de surco, debido al incremento de contaminación de calles y el incremento de estacionamientos la avenida se quedó en completo estado de abandono comercial, con la reestructuración del centro comercial el polo se convirtió en un potencial comercial, lo que genero un efecto positivo la creación de un boulevard comercial implementando espacios al aire libre con comercio del sector, tiendas, espacios de estacionamiento de ciclistas, incremento el área verde lo que llevo a que los ciudadanos del sector incremento su calidad de vida social y económica, asimismo se ve reafirmado Galetovic (2015) en su proyecto de investigación el proyecto plan master comercial en Santiago de Chile, donde manifiesta que el proyecto se dio origen a Repotencializar los barrios con problemas

sociales e ambientales y de baja economía que se encontraban lejos del centro de la ciudad, a través de la planificación se formó un anillo de centros comerciales que generó un impacto rápido en los sectores colindantes, generando economía sectorizada y proyectos en parques, equipamientos de educación, salud y patrimonio históricos. Asimismo nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico ya que manifestamos que la respuesta a lo presentado nosotros abordamos que la búsqueda de recuperar espacios públicos trae consigo efectos positivos en la ciudad, lo cual se puede implementar en espacios grandes o vías de potencial comercial dentro de un distrito generando un desarrollo sostenible, con la implementación de áreas verdes y la reestructuración de la imagen de la ciudad se crearía áreas de crecimiento social y económico, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Mónaco (2018) en el proyecto parque de la milla en Zaragoza que se pretendió generar un plus del comercio en las avenidas para generar un desplazamiento de espacios urbanos culturales y con áreas verdes, fomentando la identidad cultural de los ciudadanos y el crecimiento de cada barrio a nivel económico.

Nuestros expertos nos indican que el **confort urbano** debe crear un equilibrio a nivel de equipamiento y ciudad, no edificaciones totalmente techadas, las áreas verdes traen consigo microclimas que buscan un confort relativo en los espacios de comercio, vivienda, cultura, el mantener un equilibrio de espacios ventilados o iluminados genera espacios ecológicos y saludables, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Rein (2013) debe producir comodidad y bienestar para las personas que lo integran teniendo en cuenta la percepción de espacio con la calidad de vida y los beneficios que esta puede producir, debe tomar un equilibrio entre hombre y naturaleza donde se debe tener en cuenta los entornos naturales, las áreas verdes generan ambientes con condiciones climáticas favorables y se evidencia la generación de un micro ecosistema propio de un espacio o un equipamiento mejorando el entorno social y la vivencia propia del ciudadano, asimismo nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico ya que manifestamos que el confort urbano busca un equilibrio entre hombre y naturaleza y que un efecto positivo sería la arborización en espacios abandonados o en avenidas donde no se encuentran áreas verdes, donde se puede generar pulmones verdes de cada barrio o sector, así lo afirma Sorensen (2018) los

espacios públicos y áreas verdes en deterioro se deberá implementar plantas y árboles para generar un clima saludable, al generar áreas verdes se potencializa la rehabilitación de estos espacios y se crean pulmones verdes que son vitales para el consumo de animales y persona.

Nuestros expertos nos indican que la **transformación urbana** pretende transformar el espacio en otro uso ante una necesidad, lo cual conlleva a tener un espacio o una zona informal, en una reestructuración urbana se debe establecer porcentajes de equipamiento que complementen el sector a intervenir, el cambiar los equipamientos generar otra actividad social, culturales, recreativa, cambia la forma de vida de las personas, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Cervero y Hernández (2015) cuando llega una transformación urbana a una ciudad busca ordenar las áreas informales y los espacios en problemas urbanos para generar equipamientos que respondan a las necesidades de los barrios en crecimiento, lo que permite ordenar, centralizar y optimizar las zonas en los sectores. Asimismo nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico ya que manifestamos que la transformación busca reestructurar un espacio informal o en abandono para generar un equipamiento que cumpla con las necesidades y gentrificar las áreas dependiendo el uso de suelo.

#### **Objetivo Especifico 6: Identificar las estrategias urbanas en la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano.**

Para la **conservación de espacios urbanos** los expertos afirman que una estrategia es la recuperación, implementación de espacios públicos con actividades lucrativas, actividades comerciales que potencializa la economía de los barrios, por otra parte el crear conciencia sobre el uso del mobiliario urbano forma parte de fomentar la identidad propia el conservar los elementos que se encuentran en el barrio, así también la búsqueda de integración de parques implementados que genera el encuentro social de las personas, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Vélez (2017) la conservación trae consigo diferentes estrategias como la conservación de áreas verdes, la implantación de mobiliario urbano para la accesibilidad de un espacio y donde se crean espacios con actividades activas para el intercambio social y convivencia garantizando la calidad del espacio urbano, Por lo tanto como antecedente, Andrade (2017) nos dice que

en el proyecto Colombia sostenible, una área de conservación urbana debe evidenciar dinámicas naturales y de manejo social, por lo que se presenta como estrategia particular para mejorar las perspectivas sociales y económicas, lo cual se relación con la estructura del equipamiento y la identidad del territorio.

Nuestro expertos nos indican que la **revitalización urbana** establece estrategias para conservar la altura, color, lenguaje arquitectónico y proponer un equipamiento que complemente al sector como en salud, educación, comercio y recreación, un espacio deportivo permite la integración física y social a través de la recreación activa y un espacio comercial busca el incremento económico del barrios, los espacios se equilibran para revitalizar un espacio con mayor potencial, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Tello (2017) la revitalización convierte el espacio urbano para el bienestar social donde a través de la reestructuración del espacio, organización en color, forma y altura promuevan la integración de espacios que garanticen el crecimiento social y económico del barrio, es por ello nosotros afirmamos, la revitalización en un barrio juega estrategias a través de la planificación de espacios para su integración o relación social integrando la identidad propia, cultura y comercio, ya que generando espacios que generen desarrollo hacen que los espacios o equipamiento cambien su imagen, complementando la idea nos dice Vera y Mashini (2020) el proyecto metí handmade school promovió la creación urbana del entorno a través del diseño de espacios comerciales con integraciones culturales, integrando ejes verdes que lo acompañan para mayor nivel ecológico y bienestar público.

Nuestros expertos nos indican que la **regeneración urbana** muestra algunas estrategias para la intervención de barrios, donde primero se debe evaluar mediante el plan de desarrollo urbano, la colaboración social es importante porque se va a regenerar áreas en deterioro manteniendo su estado original pero dando un uso diferente, se debe tener en cuenta el paisaje y la forma de cada barrio, la regeneración de espacios se debe optar desde su estética arquitectónica para darle un sentido propio social y busca un crecimiento del barrio, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Ornes (2009) es importante porque se da desde un plan estratégico donde se puede intervenir para generar diseños acordes al tipo de uso que se le quiera dar y se debe mantener la forma, color, estilo

que promuevan en un barrio para garantizar un lenguaje arquitectónico propio del lugar. Asimismo nosotros estamos de acuerdo con las ideas de los expertos y del teórico ya que manifestamos que la regeneración urbana pretende dar un enfoque de integración en un espacio urbano mejorando lo existente pero no provocando la forma del espacio, asimismo se ve reforzado con la ficha de contenido, donde lo reafirma Areddu (2021) en el proyecto Street art lo cual logran regenerar el espacio urbano y desarrollar actividades culturales y de arte en el barrio logrando un sector con integración social cultural.

## V. CONCLUSIONES

En conformidad con los resultados descritos en cada objetivo presentado en el presente trabajo de investigación, se concluye que:

### **Objetivo Especifico 1: Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito.**

- Se concluye que, los **locales especializados** son establecimientos comerciales que venden productos y servicios que se especializan en un solo rubro, y que están ubicados en los grandes corredores o en los bordes de la ciudad de acuerdo al volumen de ventas que genera la cual se complementa con los espacios comerciales existentes dentro de una ciudad.
- Se concluye que, los **locales de comercios agrupados** son establecimientos comerciales que se encuentran en un mismo edificio a cargo de una administración general y que proveen productos y servicios
- Se concluye que los **locales de conveniencia** son las bodegas de barrio ubicado en la zona residencial donde se comercializa productos de primera necesidad.

### **Objetivo Especifico 2: Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico.**

- Se concluye que si es posible realizar **el cambio de uso de suelo** de predios que cuenten con zonificación compatible a CZ (comercio zonal).

- Se concluye que, **la generación de varias centralidades** permite ordenar el comercio y genera dinamismo para que el público se traslade de un lugar a otro teniendo la posibilidad de buscar diversidad comercial para satisfacer sus necesidades de compra.
- Se concluye que, la presencia de una arquitectura comercial genera un impacto positivo en **el cambio de imagen urbana** en el sector donde se ubique dicho establecimiento.

**Objetivo Especifico 3: Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales.**

- Se concluye que, los aspectos **estéticos** es un tipo de criterio arquitectónico desde el punto de vista comercial atrae la atención del ciudadano y permite que el diseño de los espacios interiores y exteriores sean atractivamente vendible.
- Se concluye que, **la sociología** permite conocer los diversos niveles socioeconómicos de la población, permitiendo tener un panorama más claro del criterio arquitectónico a emplear para el diseño de espacios comerciales.
- Se concluye que, la **antropología** permite conocer las actividades propias de su cultura y costumbres para diseñar espacios más humanizados acorde a su historia.

**Objetivo Especifico 4: Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana.**

- Se concluye que, la **estructura urbana** es la forma de usar el suelo en una ciudad a través de la organización e integración de espacios urbanos permitiendo ordenar los equipamientos en vivienda, salud, comercio, recreación donde se tiene en cuenta la accesibilidad y seguridad urbana.
- Se concluye que, la **identidad urbana** es un conjuntos de identidades culturales propias de un barrio, donde lo compone su historia, cultura y la relación social en un espacio común y se integra mediante espacios o elementos arquitectónicos.
- Se concluye que, el **paisaje urbano** es una mixtura entre arquitectura y naturaleza mediante la sensación de espacios coexistentes en una zona

común, donde constantemente cambia su imagen urbana para el desarrollo de la ciudad promoviendo la conservación e integración del mobiliario urbano.

**Objetivo Especifico 5: Determinar los efectos positivos de la renovación urbana en el desarrollo sostenible en el distrito de san juan de Lurigancho.**

- Se concluye que, la **recuperación de áreas centrales** permite generar una reestructuración del espacio urbano y del equipamiento, donde recuperar las zonas en deterioro permite potencializar estas zonas y darle un nuevo uso que impacte a nivel social y económico.
- Se concluye que, el **confort urbano** mantiene un equilibrio entre naturaleza y hombre, mediante la percepción de las personas cuando usan el espacio urbano y desarrollan una serie de actividades cotidianas, compartiendo el espacio, asimismo es capaz de proporcionar microclimas que mejoren el entorno social y espacial, lo cual pretende contrarrestar los espacios abandonados en áreas verdes.
- Se concluye que, la **transformación urbana** permite cambiar la forma del espacio dando un nuevo uso ante una demanda de actividades comerciales, culturales o recreativas, permitiendo ordenar y centralizar las áreas informales estableciendo un equilibrio urbano y crecimiento entre los barrios.

**Objetivo Especifico 6: Identificar las estrategias urbanas en la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano.**

- Se concluye que, la **conservación de espacios urbanos** se pretende recuperar y potencializar la economía mediante la conservación de espacios que fomenta parte de la identidad propia del barrio, lo que conlleva a generar un encuentro social y crear cultura de conservación de un espacio propio del barrio.
- Se concluye que, la **revitalización urbana** permite conservar la altura, color, lenguajes arquitectónicos, donde al revitalizar un espacio promueve la integración de espacios sociales, comerciales y culturales, generando equilibrios con otros barrios en crecimiento urbano.

- Se concluye que, la **regeneración urbana** logra mantener su estado original adoptando su estética arquitectónica, dando un enfoque de integración en un espacio urbano mejorando lo existente pero no provocando la forma del espacio con un sentido propio social y buscando el crecimiento del barrio

Finalmente, obtenido los resultados de los objetivos específicos se concluye en el Objetivo General: **Analizar la influencia de la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana**, que la arquitectura comercial influye en la renovación urbana ya que mediante estrategias urbanas se puede dar como alternativas de solución para problemas sociales, económica y urbana encontradas dentro de un distrito, ya que al implementar un tipo de arquitectura comercial mediante las estrategias de intervención como conservar o revitalizar el espacio logra generar un impacto a la comunidad, donde potencializa los barrios abandonados y crece el distrito en el aspecto social y económico e genera un cambio o ordenamiento de los espacios urbanos..

## VI. RECOMENDACIONES

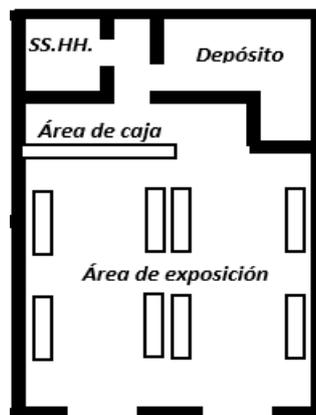
Prosiguiendo con lo recopilado en cada objetivo se culmina el presente trabajo de investigación presentando las siguiente recomendaciones:

Objetivo Especifico 1: **Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito.**

- Se recomienda para los locales de venta especializada implementar dentro de sus espacios una **zona de exposición** de sus productos que permita generar nuevas experiencias comerciales a los usuarios.

**Figura 53**

*Espacios de zona de exposición*



*Local especializado*

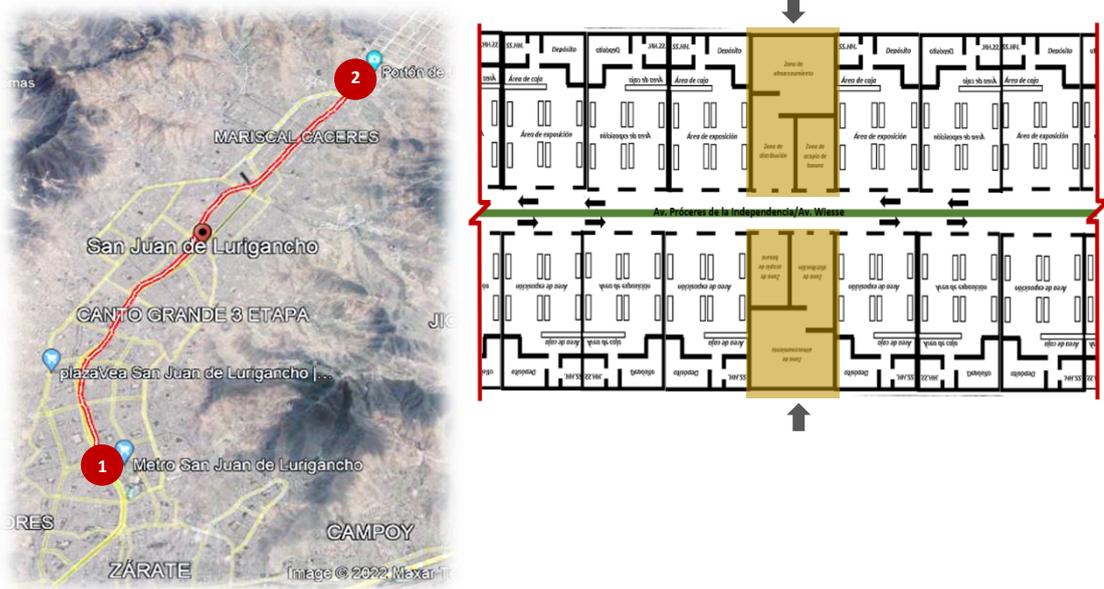
*Nota:* Diseño de espacios de exposición. Fuente:

<https://www.grupoariza.net/exposicion-de-productos-en-el-punto-de-venta/>.

- Se recomienda, generar un eje comercial de locales especializados desde la Hacienda de S.J.L. (1) hasta el Portón de S.J.L. (2) considerando para cada cierto conjunto locales especializados un **espacio de acopio, abastecimiento y distribución.**

**Figura 54**

*Eje comercial de locales especializados y Ubicación del espacio de acopio, abastecimiento y distribución*



Nota: Replanteo de ejes comerciales. Fuente: Elaboración propia.

- Se recomienda implementar en los mercados del distrito una **plaza central** destinado a las **ferias comerciales** que permita integrar las experiencias gastronómicas y eventos de carácter social.

**Figura 55**

*Plaza central del Mercado*



Nota: Imagen extraída de la página web Agi architects. Fuente: <http://www.agi-architects.com/blog/mercado-de-abastos-de-villanueva-de-la-serena/>.

- Se recomienda incorporar las **zonas de refrigeración, áreas de carga, descarga y acopio de basura** para la mejora de las condiciones higiénicas sanitarias que carece los mercados del distrito.

**Figura 56**

*Mejoramiento de los espacios en los mercados*



*Nota:* Puntos de mejoramiento de mercados existentes. Fuente: Elaboración propia.

- Se recomienda para el distrito de S.J.L. la construcción de un **Mega centro comercial** que tanta falta le hace. Con ello se logra ordenar los diversos comercios de venta y servicios.

**Figura 57**

*Centro comercial con diversos locales comerciales al interior.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web Perú retail. Fuente: <https://www.peru-retail.com/asi-sera-el-moderno-mall-que-se-estrenara-en-el-interior-del-pais-este-2022/>

- Se recomienda **implementar espacios de expansión** que sirvan de complemento al mega centro comercial como una **plaza pública**.

### **Figura 58**

*Plaza pública como corazón del centro comercial donde se realizan actividades sociales.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web Archidaly. Fuente: [https://www.archdaily.pe/pe/920891/centro-comercial-y-plaza-publica-acaece-blt-arquitectos?ad\\_source=search&ad\\_medium=projects\\_tab](https://www.archdaily.pe/pe/920891/centro-comercial-y-plaza-publica-acaece-blt-arquitectos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab)

- Se recomienda **implementar espacios innovadores como plazas gastronómicas** de comidas típicas al interior del centro comercial.

### **Figura 59**

*Plaza gastronómica*

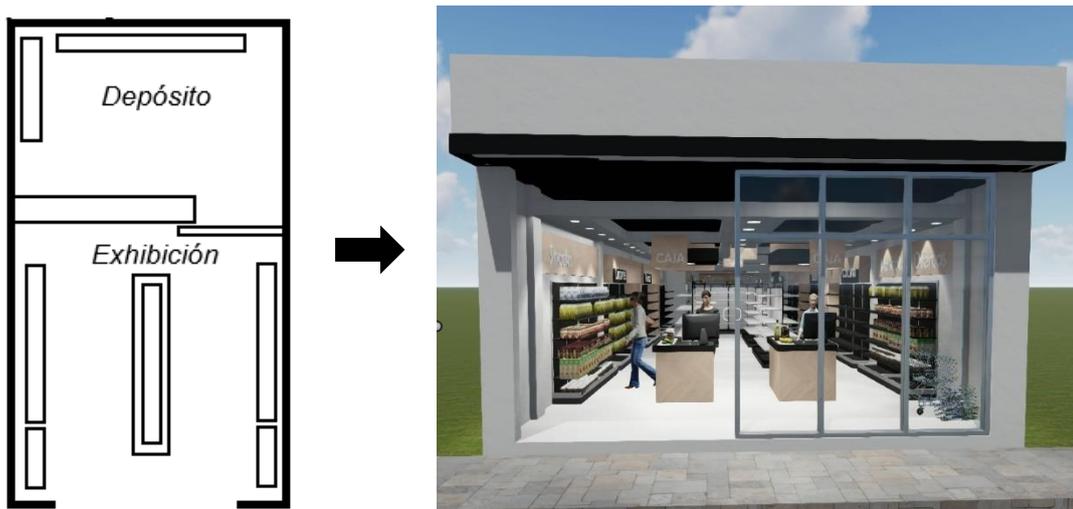


*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web Perú retail. Fuente: <https://www.peru-retail.com/asi-sera-el-primer-centro-comercial-100-gastronomico-de-lima/>

- Se recomienda, para los locales de conveniencia del distrito de S.J.L. la implementación de **áreas de depósito y exhibición de productos**.

**Figura 60**

*Diseño de áreas de depósito y exhibición*



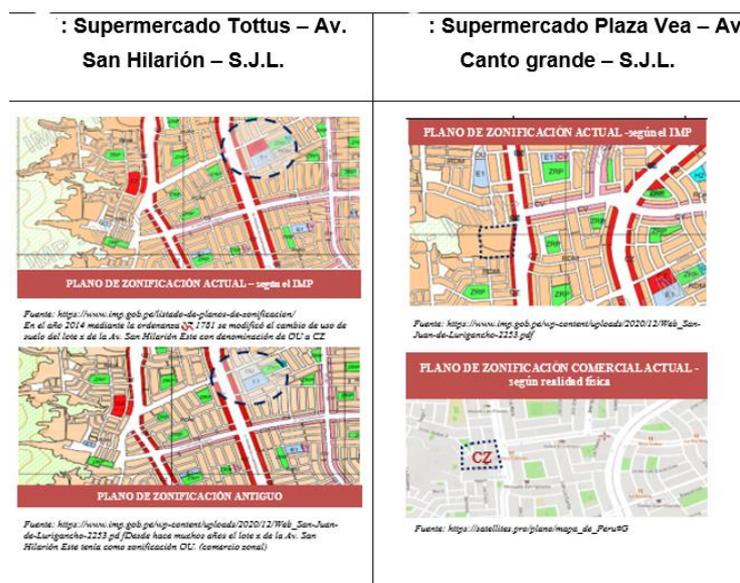
*Nota:* Diseño del espacio de depósito e exhibición. Fuente: elaboración propia

**Objetivo Especifico 2: Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico.**

- Se recomienda, solicitar **el cambio de uso de suelo** de predios con zonificación compatible a CZ (Comercio zonal) para implementar un establecimiento comercial puesto que la presencia de este tipo de comercio trae un impacto positivo en el crecimiento socioeconómico del distrito.

**Fuente 61**

*Cambio de zonificación de OU a CZ en el distrito de S.J.L.*

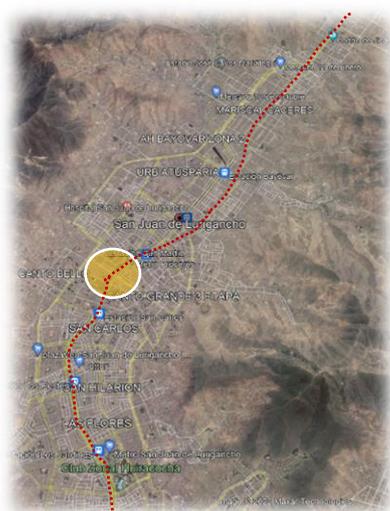


*Nota: Comparativo de cambio de zonificación. Fuente: Elaboración propia.*

- Se recomienda la existencia de un **megaproyecto** dentro del distrito de S.J.L. para generar **nuevas centralidades al interior del distrito** y obtener una mejor organización de los comercios.

**Figura 62**

*Diseño de un megaproyecto comercial*



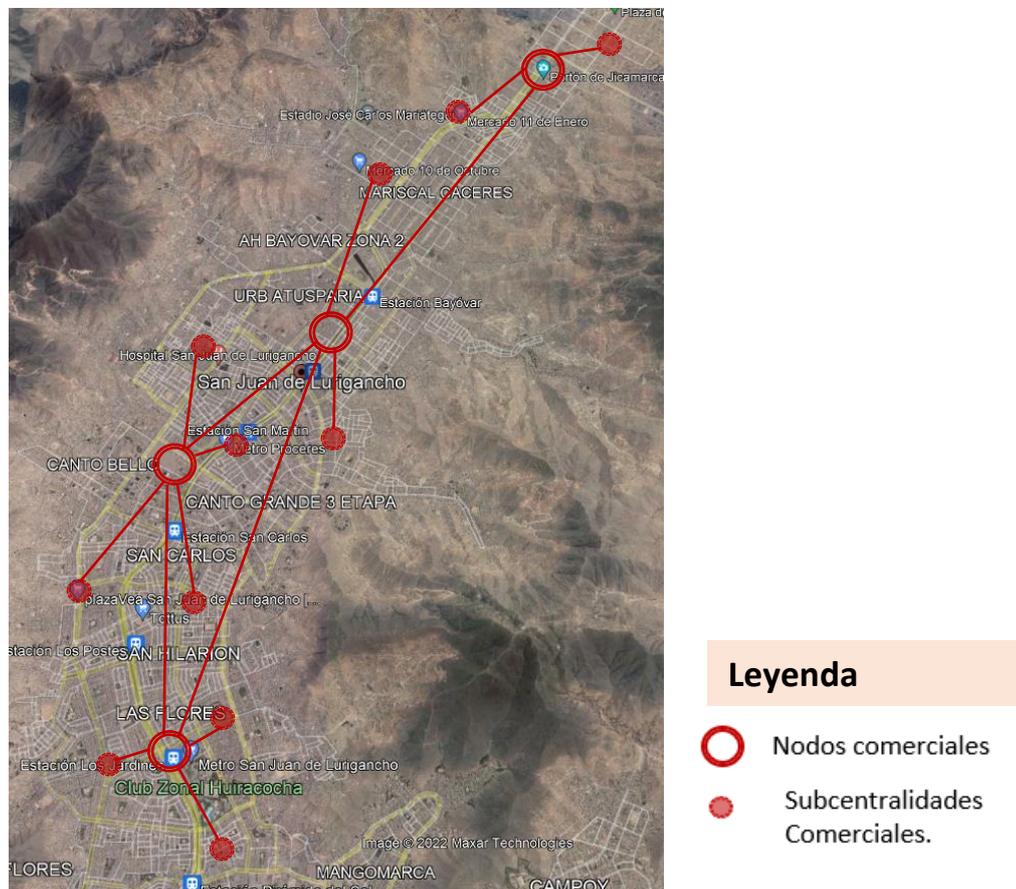
● Centralidad comercial.

*Nota:* Punto central para el diseño de un megaproyecto comercial. Fuente: [https://www.peru-retail.com/asi-sera-el-nuevo-y-moderno-megacentro-urbano-comercial-de-lima/?doing\\_wp\\_cron=1670375378.4258630275726318359375](https://www.peru-retail.com/asi-sera-el-nuevo-y-moderno-megacentro-urbano-comercial-de-lima/?doing_wp_cron=1670375378.4258630275726318359375)

- Se recomienda la **creación de nodos comerciales** dentro del distrito como centros comerciales, plazas comerciales donde se albergue diversos comercios y a la vez se conecte con las **subcentralidades comerciales** que permita el dinamismo económico comercial.

### Figura 63

*Ubicación de los nodos comerciales y su relación de subcentralidades comerciales*



*Nota:* Organización de nodos y subcentralidades comerciales. Fuente:

Elaboración propia.

- Se recomienda plantear **proyectos de arquitectura** comercial para el distrito en sus diversos sectores de acuerdo a la demanda de necesidades de la población y que su presencia genere el crecimiento económico distrital.

**Figura 64**

*Proyectos propuestos en base a las necesidades de la población*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web ecosistemaurbano. Fuente: <https://ecosistemaurbano.org/ecosistema-urbano/reinventarse-o-morir-transformacion-de-centros-comerciales-bajo-el-nuevo-paradigma-economicourbano/>

*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web. Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/977897/mercado-retablo-una-nueva-propuesta-de-diseño-para-el-mercado-municipal-playa-grau-en-ayacucho>

**Objetivo Especifico 3: Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales.**

- Se recomienda emplear el **estilo nórdico** con colores claros como el blanco o el gris claro adicionando el color de la marca, en las paredes del interior, exterior de los espacios y empleo de **mobiliarios flexibles de fibra de vidrio** en los espacios interiores.

**Figura 65**

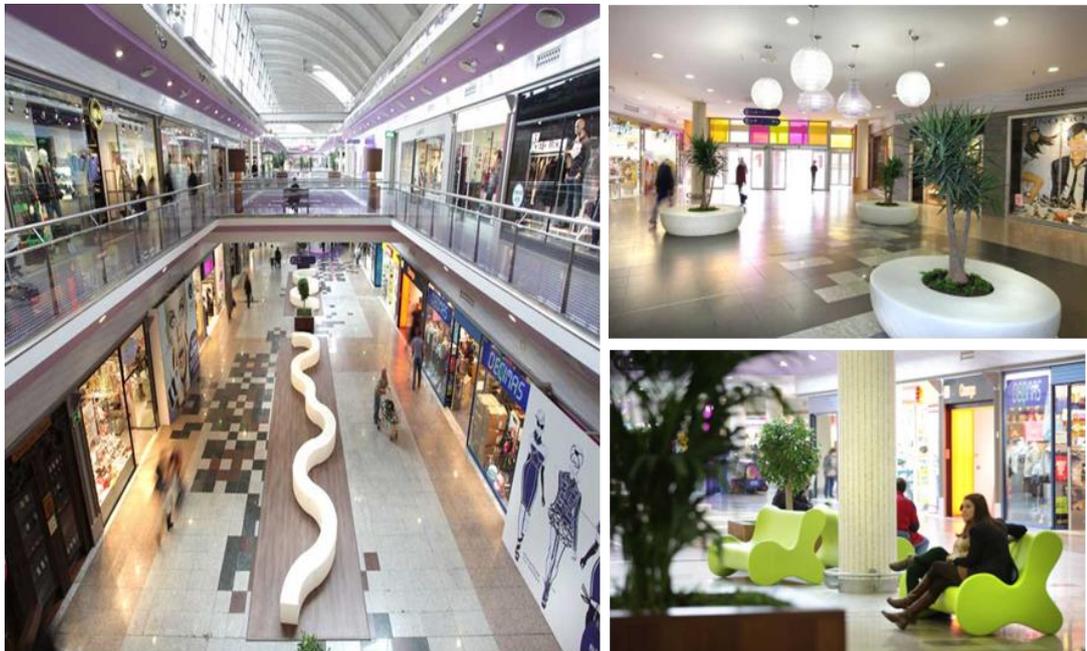
*Fachada al estilo nórdico*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web indissoluble. Fuente: <https://www.indissoluble.com/es/project/renovacion-las-rosas-shopping-center/>

**Figura 66**

*Mobiliario flexible en fibra de vidrio para espacios interiores*

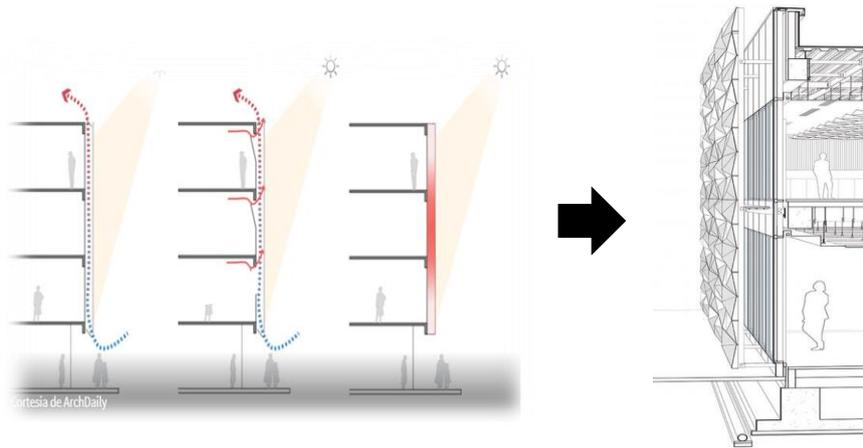


*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web filigranaurbana. Fuente: <http://filigranaurbana.com/project/area-descanso-planta-baja/>

- Se recomienda hacer uso de sistemas modernos como **fachadas de doble piel** que permitan obtener una mayor iluminación y ventilación al interior del establecimiento comercial, así como revestimientos que reduzcan la acústica del caos vehicular y peatonal producido en el exterior de ella.

**Figura 67**

*Paneles de furdemax que actúa como aislamiento de temperaturas extremas, vientos y ruidos.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web sistema de fachadas.

Fuente: <https://sistemasdefachadas.com/tag/fachada-de-centro-comercial/>

- Se recomienda utilizar fuentes de luz al interior y exterior de los espacios comerciales incorporando **lámparas suspendidas** donde se combine la madera, metal y otros materiales naturales para lograr ambientes perfectos donde los usuarios se sientan agustos al realizar sus compras.

**Figura 68**

*Integración de lámparas suspendidas*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web indissoluble. Fuente: <https://www.indissoluble.com/es/project/renovacion-las-rosas-shopping-center/>

- Se recomienda diseñar **espacios de interacción social** vecinal que permita a los pobladores satisfacer sus necesidades de compra con la presencia de espacios comerciales idóneos.

### **Figura 69**

*Espacios de socialización.*





*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web tripadvisor. Fuente: [https://www.tripadvisor.co/Attraction\\_Review-g297478-d3506238-Reviews-Centro\\_Comercial\\_Santafe-Medellin\\_Antioquia\\_Department.html](https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297478-d3506238-Reviews-Centro_Comercial_Santafe-Medellin_Antioquia_Department.html)

- Se recomienda diseñar **espacios memorables con identidad** como áreas de esparcimiento social familiares, lectura al aire libre y contemplación con la naturaleza donde permita al usuario tener una agradable experiencia de compra con sentido de permanencia.

### **Figura 70**

*Espacios de actividades sociales y de convivencia*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web archdaily. Fuente: [https://www.archdaily.pe/pe/924858/patio-de-comidas-gastro-passage-suchanek-oficina-de-arquitectura?ad\\_source=search&ad\\_medium=projects\\_tab](https://www.archdaily.pe/pe/924858/patio-de-comidas-gastro-passage-suchanek-oficina-de-arquitectura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab)

**Objetivo Especifico 4: Al identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana:**

- Se recomienda generar una estructura urbana lineal organizada a través de un (Boulevard comercial) en los comercios no agrupados en avenidas comerciales, buscando la renovación urbana de un eje comercial organizado.

**Figura 71**

*Boulevard comercial*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web projecta group. Fuente:  
<https://www.projectagroup.com/proyecto-bulevar?lightbox=dataitem-jlgox3bg>

- Se recomienda implementar al eje lineal comercial accesibilidad y seguridad a través de pasajes peatonales buscando utilizar los espacios exteriores para uso comercial o social.

### **Figura 72**

*Pasajes peatonales*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web projecta group. Fuente:  
<https://www.projectagroup.com/proyecto-bulevar?lightbox=dataitem-jlgox3bi>.

**Figura 73**

*Diseño de espacios al exterior de los espacios comerciales*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web archidaly. Fuente:  
<https://www.archdaily.pe/pe/947138/espacios-publicos-revitalizados-promoviendo-conexiones-humanas-en-las-ciudades>

- Se recomienda implementar espacios híbridos culturales en espacios centrales dentro de los centros comerciales o malls para fomentar la relación social cultural.

**Figura 74**

*Espacios culturales en centros comerciales*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web archdaily. Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/780849/regenerando-un-barrio-contracultural-propuesta-para-el-jiron-quilca-en-lima/56a27ff1e58ecef0b100005c-regenerando-un-barrio-contracultural-propuesta-para-el-jiron-quilca-en-lima-imagen>.

- Se recomienda implementar elementos arquitectónicos que identifican al barrio como tradiciones, colores, música en los mercados zonales para generar mayor demanda e identidad con el ciudadano.

### **Figura 75**

*Juego de colores representativos a un mercado zonal.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web apive. Fuente:  
<https://apive.org/la-funcion-del-color-la-arquitectura/>

- Se recomienda proponer un equilibrio arquitectónico con el paisaje natural a través de la conservación e implementación de áreas verdes en espacios comerciales o sociales buscando mantener espacios fresco y potencializar las relaciones sociales y económicas.

### **Figura 76**

*Integración de áreas verdes en galerías comerciales.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web PEST CTRL. Fuente:

<https://pest-ctrl.com/areas-verdes.html>

- Se recomienda diseñar espacios comerciales manteniendo el contexto urbano como la forma del terreno y si existe áreas verdes implementar a la arquitectura como techos verdes.

### **Figura 77**

*Centro comercial con equilibrio del paisaje urbano existente.*



Photo: Nanyang Technological University

*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web inmobiliare. Fuente:

<https://inmobiliare.com/azoteas-verdes-la-tendencia-que-beneficia-al-ambiente/>

### **Objetivo Especifico 5: Al determinar los efectos positivos de la renovación urbana en el desarrollo sostenible en el distrito de san juan de Lurigancho.**

- Se recomienda crear espacios colectivos conectados con zonas comerciales porque genera mayor potencial y reactivación del espacio, fomentando el uso de actividades culturales y generando economía al barrio, estos espacios deberán tener áreas verdes, elementos de identidad común y espacios de comercio como en centros comerciales, galerías o locales.

### **Figura 78**

*Creación de espacios colectivos conectado a un centro comercial.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web archdaily. Fuente:  
<https://www.archdaily.pe/pe/786137/se-inaugura-la-plazoleta-de-la-integracion-primera-intervencion-urbana-en-el-centro-historico-del-rimac>

- Se recomienda proponer espacios comerciales para recuperar las áreas en abandono, generando orden y reestructuración de los espacios informales.

**Figura 79**

*Diseño de un centro comercial*

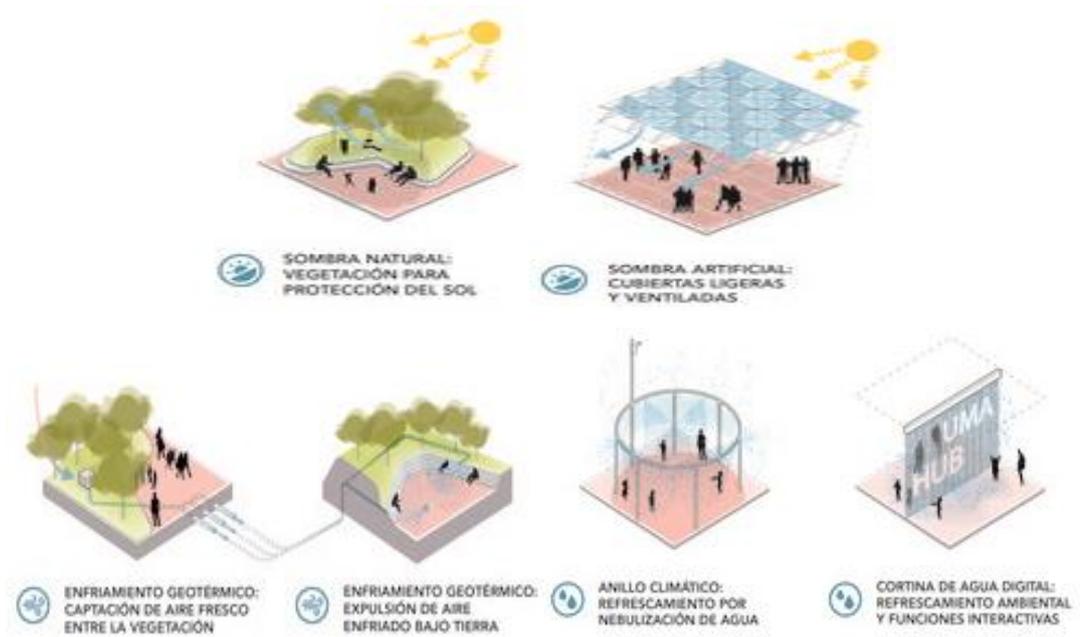


*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web de la PUCP. Fuente: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/juanluisorrego/2010/05/16/historia-de-los-centros-comerciales-de-lima-2/>

- Se recomienda implementar estrategias de diseño dentro de espacios comerciales como la vegetación para proporcionar protección del sol, cubiertas ligeras en espacios de ocio, enfriamiento geotérmico en zonas de anfiteatro, cortinas UV para mantener un espacio confortable en las oficinas o centros comerciales.

**Figura 80**

*Estrategias de diseño en espacios públicos.*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web archdaily. Fuente: <https://www.archdaily.pe/pe/926681/ecosistema-urbano-desarrolla-proyecto-paisajistico-en-universidad-que-vincula-interaccion-digital-y-comfort-bioclimatico>.

**Figura 81**

*Integrar áreas verdes dentro de áreas comerciales*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web BID. Fuente: <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/tokio/>

**Figura 82**

## *Integración de áreas verdes en las edificaciones*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web el definido. Fuente: <https://eldefinido.cl/actualidad/mundo/7684/Hagamoslo-ahora-7-increibles-ventajas-de-cubrir-nuestros-edificios-de-verde/>.

- Se recomienda recuperar las zonas en crecimiento social como los espacios informales de actividad social y económica como la transformación de avenidas comerciales con déficit de espacios públicos, implementando áreas sociales que se relación con la actividad comercial para la reactivación económica y social.

### ***Figura 83***

*Transformación de un boulevard comercial*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web plataforma urbana.  
 Fuente: <https://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/08/05/antes-despues-30-fotos-que-demuestran-que-es-posible-disenar-pensando-en-los-peatonos/>.

**Objetivo Especifico 6: Al identificar las estrategias urbanas en la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano.**

- Se recomienda implementar espacios de cine en áreas en deterioro buscando la conservación de la infraestructura con histórica propia del lugar y generando económica al sector.

**Figura 84**

*Conservacion del cine teatro canout*



*Nota:* Conservación del teatro canout renovado en cine teatro canout.

Fuente: <https://www.limaeasy.com/peru-guide/peru-culture-entertainment/theaters-in-peru/canout-theater>

- Se recomienda mantener las áreas con patrimonio histórico implementando galerías comerciales buscando conservar la identidad propia del sector y logrando economía.

### **Figura 85**

*Galerías comerciales en zona histórica*



*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web Murcia plaza. Fuente: <https://murciaplaza.com/tomas-olivo-gestiona-la-apertura-de-una-galeria-comercial-en-el-local-dejado-por-zara-en-la-calle-mayor1>

- Se recomienda el diseño de recorridos peatonales dinámicos con formas y colores, implementando juegos de mesa en los espacios comerciales con potencial económico y social, lo cual genera atracción al consumidor y mayor relación con las personas.

### **Figura 86**

*Diseño de recorridos peatonales con integración de juegos*





*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web urbanismo vivo.

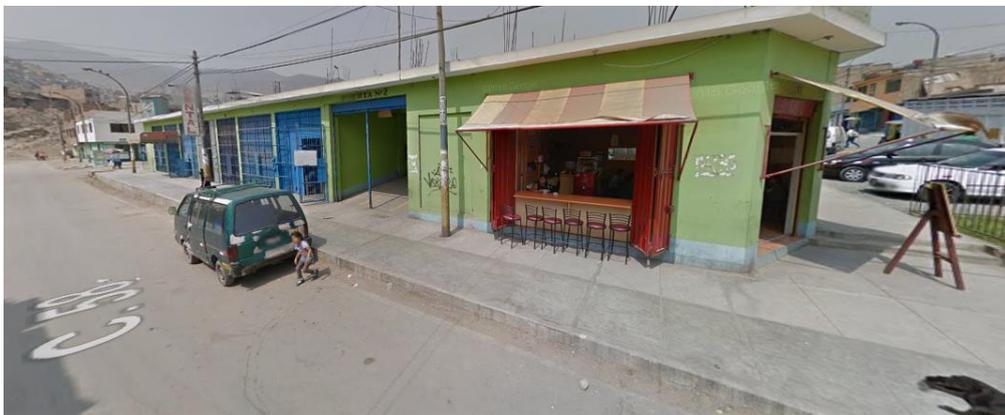
Fuente: <https://www.wsj.com/articles/ahmet-zorlu-zorlu-avm-6-ekimaposde-a231305l305yor-1380095610>

- Se recomienda diseñar espacios sociales y ecológicos al exterior de los puestos informales de los mercados logrando organizar los puestos informales y mejorando los espacios de los mercados existentes.

### **Figura 87**

*Espacios sociales y ecológicos al exterior de los puestos informales.*







*Nota:* Diseño de espacios al exterior del mercado. Fuente:  
[https://www.archdaily.mx/mx/806810/el-mercado-publico-sustentable/58bf1366e58ecec80000445-el-mercado-publico-sustentable-imagen?next\\_project=no](https://www.archdaily.mx/mx/806810/el-mercado-publico-sustentable/58bf1366e58ecec80000445-el-mercado-publico-sustentable-imagen?next_project=no)

- Se recomienda implementar diseños artísticos y elementos arquitectónicos en mercados vecinales para regenerar el espacio comercial y renovar la infraestructura natural del mercado, generando mayor vivencia al mercado y fomentando mayor economía.

**Figura 88**

*Mercado vecinal micaela bastidas.*



*Nota:* Diseño arquitectónico del mercado micaela bastidas. Fuente:  
Elaboración propia.

**Figura 89**

*Diseño de mercado que integre el color, forma y espacialidad del contexto urbano.*



*Nota:* Diseño de un mercado. Fuente: Elaboración propia

- Se recomienda proponer la regeneración de fachadas a través de paneles artísticos horizontales de carácter cultural que genera una iniciativa de identidad en los espacios abandonados o a los que se le quiere dar un mayor potencial como los espacios comerciales.

### **Figura 90**

*Diseño de Fachadas de locales comerciales*





*Nota:* Imagen referencial extraída de la página web archdaily. Fuente:  
<https://www.archdaily.pe/pe/982817/regeneracion-de-espacios-urbanos-el-trabajo-de-jan-kattein-architects>

## REFERENCIAS

- Aguilar, E. (2017). Edificio Híbrido en Ate-Lima. [Tesis para obtener el grado de Arquitecto, Universidad Ricardo Palma]. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/997>
- Alcázar, L. & Alvarado M. (2017) Evaluación de la operatividad del sistema de focalización de hogares (SISFOH): evaluación del diseño, la metodología de determinación de la clasificación socioeconómica y sus procesos operativos. Informe de evaluación. [http://evidencia.midis.gob.pe/wp-content/uploads/2018/05/Informe\\_Final\\_15.pdf](http://evidencia.midis.gob.pe/wp-content/uploads/2018/05/Informe_Final_15.pdf).
- Alejandra, X., & Ávila, C. (2019). Estrategias comerciales implantadas en espacios públicos no destinados al comercio. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 127–148. [http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20\\_a11.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a11.pdf)
- Álvarez, de la T. G. B. (2017) Morfología y estructura urbana en las ciudades medias mexicanas. *Región y sociedad*, 68(29), <https://doi.org/10.22198/rys.2017.68.a872>
- Álvarez, N. J. C. (2019). De la renovación urbana a los conflictos por el espacio urbano en la estación central de Bogotá. *Revista ciudades, estados y política*, 6(3), 29-42. <https://doi.org/10.15446/cep.v6n3.84040>
- Araneda, D. & Sierra, M. (2015). Las dinámicas territoriales naturales como articuladores del espacio e imagen urbana: Coyhaique y Cochrane XI región de Aysén. *AUS* (13), 11-14. <https://doi:10.4206/aus.2015.n13-03>
- Arciniegas Paspuel, O.G., Álvarez Hernández, S. del R., Castro Morales, L.G. y Maldonado Gudiño, C.W. 2021. Inteligencia emocional en estudiantes de la Universidad Autónoma de Los Andes. *Revista Conrado*. 17, 78 (mar. 2021), 127-133. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S199086442021000100127&script=sci\\_abstract&tIng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S199086442021000100127&script=sci_abstract&tIng=en)
- Areddu, A. (2021). Street art y regeneración urbana en Italia. *PH*, (103), 192-94. <https://doi.org/10.33349/2021.103.4930>
- Arriola, A. & Meléndez, G. (2017). *Las estrategias de las tiendas de conveniencia ante la entrada de nuevos competidores en el Perú. Análisis del caso Tambo*. [Tesis psts

obtener el grado de Licenciado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]  
Archivo digital. <https://doi.org/10.19083/tesis/625127>

Ayala, E. (2021). La arquitectura, el espacio público y el derecho a la ciudad. Entre lo físico y lo vivencial. *Revista de Arquitectura Bogotá*, 23(2), 36-46.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-03082021000200036](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-03082021000200036).

Baena, G. (2017). Metodología de la investigación. *Grupo Editorial Patria*.  
[https://universoabierto.org/2020/08/25/metodologia-de-la-investigacion\\_-serie-integral-por-competencias/](https://universoabierto.org/2020/08/25/metodologia-de-la-investigacion_-serie-integral-por-competencias/)

Banco Mundial. (2017). Población en aglomerados urbanos 1 millón (% de la población total). <https://datos.bancomundial.org/indicador/EN.URB.MCTY.TL.ZS>

Barha, H. O. (2016). La ciudad: el centro de la utopía moderna. *ITESO*, (1), 51-82.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctvjhzprm.5>

Bastidas, J. (2019). Fundamentos para la redacción de objetivos en los trabajos de investigación de pregrado. *Revista Mextesol*, 49(1), 2-9.  
[http://www.mextesol.net/journal/index.php?page=journal&id\\_article=5688](http://www.mextesol.net/journal/index.php?page=journal&id_article=5688)

Beleño, S. (2017). Memoria e identidad urbana, recuperación de la imagen del Río Guatapurí. *IEU*, (1), 84. <http://ieu.unal.edu.co/observatorio-de-gobierno-urbano/apoyo-a-la-investigacion/tesis-y-trabajo-de-investigacion/item/memoria-e-identidad-urbana-recuperacion-de-la-imagen-del-rio-guatapuri-en-valledupar>

Bendezú, G. (2019). Eficiencia y sostenibilidad de la ejecución del proyecto: mejoramiento de las competencias técnicas y de comercialización de los productores de semilla de papa. *Región Huancavelica*, 15(15), 159-166.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12894/5877>

Beuf, A. (2020). Centralidad y policentralidad urbanas: Interpretaciones, teorías, experiencias. *Espiral. Revista de geografías y ciencias sociales*, 1(2), 131 - 155.  
<http://dx.doi.org/10.1538espiral.v1i2.17135>

Bourzac, M. T. P. (2018). Espacio público contemporáneo en la ciudad del Siglo XXI. ¿Crisis o transformación?. *ACE Arquitectura, Ciudad y Entorno*.  
<https://doi.org/10.5821/ace.12.36.5300>

- Brotat, J. R. (2014). La seguridad urbana: entre la seguridad ciudadana, el civismo y la convivencia en espacios públicos. *Universidad autónoma de Barcelona*, (1), 477. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21pxk2m.10>
- Bustillos, A. (2020). Espacios públicos y orden urbano: el comercio en vía pública, conflictos, organizaciones y legitimación. *Revista Investigación y Negocios*, 13(22), 23-32. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S252127372020000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S252127372020000200003&script=sci_arttext)
- Cabrera, C. L. H. (2022). Estado de la integración comercial y productiva del Mercado Común Centroamericano. Impacto de la pandemia. *Revista Cubana de Economía Internacional*, 8(2), 160-177. <http://www.rcei.uh.cu/index.php/RCEI/article/view/184>
- Campos, C. A. T. (2017). Revitalización urbana y calidad de vida en el sector central de las ciudades de Montreal y México. *Cuadernos de investigación urbanística*, (113), 523. <https://dx.doi.org/10.20868/ciur.2017.113.3546>
- Canales, N., & Tang D. (2017). Centro Empresarial y Comercial Torreplazas de San Isidro. [Tesis para obtener el grado de Arquitecto, Universidad Ricardo Palma]. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/886>
- Cangalaya, S. & Villena, M. (2018). *Centro Comercial y de Entretenimiento en San Juan de Lurigancho* [Tesis para obtener el grado de Arquitecto, Universidad Ricardo Palma]. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1097>
- Cardona, A. (2018). La importancia de los espacios verdes en las ciudades. *Ecología verde*, 1-4. <https://www.ecologiaverde.com/la-importancia-de-los-espacios-verdes-en-las-ciudades-272.html>
- Carola, G., Azpiazu, S., Sánchez, A. G., Luis, J., Hernández, M., Cunzolo, G. Di, Felipe, L., & Díaz, M. (2019). *Contenido 2*.
- Carretero, M. J. E. & García, T. N. & Barato, A. I. M. & Ruiz, A. A. & Pérez, C. O. & Prieto, R. M. A. & Seuss, S. A. (2017). Valoración de aspectos éticos y metodológicos en un estudio cualitativo con personas usuarias de Oncología Pediátrica. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (36), 149-176. <https://doi.org/10.5944/empiria.36.2017.17863>

- Carrillo, A. E. & Arellano, R. B. (2019). Mercados municipales de Barcelona. Red integradora de tradición, comercio y valor. Caso de estudio: L'Abaceria central – vila de gracia. *ACE: Architecture, city and environment*, 14(41), 151-174. <http://dx.doi.org/10.5821/ace.14.41.6489> ISSN: 1886-4805
- Cerdá, L. (2016). Dimensiones clave para revitalizar áreas comerciales urbanas : El caso de Getafe , España. *Revista de Ciencias Sociales.*, XXII(1), 13. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28046365008.pdf>
- Cervero, S. N. & Agustin, H. L. (2015). Remodelación, transformación y rehabilitación. Tres formas de intervenir en la vivienda social del siglo XX. *Informes de la construcción*, (67), 1-11. <https://doi.org/10.3989/ic.14.049>
- Chavarría, N. D. (2017). Viabilidad para la implementación de estrategias de renovación urbana en costa rica. *Ciudad y territorio*, 1(6), 29-38. <https://doi.org/10.15517/ra.v6i1.29209>
- Chumioque, N. (2018). Impacto de la arquitectura comercial en el desarrollo socioeconómico de Chimbote a partir del estudio de las galerías comerciales “Espinar” y Bahía Plaza Center [Tesis para obtener el grado de Arquitecta, Universidad César Vallejo] Archivo digital [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26927/Chumioque\\_KNS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26927/Chumioque_KNS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- CONUEE, (2018). Movilidad urbana sostenible. *CONUEE*, (1) 1-4. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/313972/movilidadurbanasostenible.pdf>
- Cortes, L. D. (2017). Congestión urbana: estudio y transformación urbana de san Victorino, Bogotá. *Departament d'Urbanisme i Ordenació del territori*, (9), 3-26. <https://doi.org/10.5821/siiu.6417>
- Cortez, S. J. J. (2015). El crecimiento urbano de las ciudades: enfoques desarrollista, autoritario, neoliberal y sustentable. *Paradigma económico*, 3(3), 127-149. <https://doi.org/10.30972/crn.331611>
- Costa, B. A. M. (2016). Los programas de regularización urbana en Brasil y su adecuación a los nuevos paradigmas urbanos tras el “Estatuto da cidade”: un estudio de casos

en la ciudad de porto alegre, Rio grande do sul. *Escuela de arquitectura*, (1).  
<https://doi.org/10.20868/upm.tesis.39312>

Crespi M. & Dominguez M. (2016). “Los Mercados de Abasto y las ciudades turísticas”. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 14(2), 401-416.  
[https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag92359/Crespi%20Vallbona,%20Dom%C3%ADnguez%20P%C3%A9rez\\_2016\\_Los%20mercados%20de%20abastos%20y%20las%20ciudades%20turisticas.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag92359/Crespi%20Vallbona,%20Dom%C3%ADnguez%20P%C3%A9rez_2016_Los%20mercados%20de%20abastos%20y%20las%20ciudades%20turisticas.pdf)

De la Cruz, A. (2019). “Análisis de la arquitectura comercial del mercado buenos Aires para su mejoramiento y la implementación de un edificio multifuncional” - “nuevo mercado Buenos Aires, nuevo Chimbote.” 0–1.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43167>

De la Fuente de Val, G. (2021). Espacios verdes urbanos públicos: ciudadanos y técnicos municipales bases para una gestión sostenible. *Procesos urbanos*, 8(2), 542.  
<https://doi.org/10.3989/ic.14.049>

De, E., Programa, P., Doctorado, D., Paola, Y., Coila, A., Optar, P., Grado, E., & De, A. (2000). *Universidad Nacional Del Altiplano*. 2006–2011.

Delgadillo, V. (2020). Regeneración urbana en la ciudad de Mexico: Polisemia de concepciones y de acciones públicas. *Revista INVI*, 35(100), 20-37.  
<https://www.scielo.cl/pdf/invi/v35n100/0718-8358-invi-35-100-20.pdf>

Domínguez, M. (2019). Tendencias globales, incomprensiones locales: las renovaciones de santo domingo, república dominicana. *Renovación urbana. Globalización y patrimonio*, (1), 175-191. <https://doi.org/10.14718/9789585456624.2019.9>

Domínguez, P. J. C. (2021). Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019. *Arquitectura y urbanismo*, 2(62), 7-24.  
<https://www.redalyc.org/journal/3768/376868446002/html/>

Egúsqiza Lafora, F. J. (2020). Facultad de Arquitectura, UADY. *Licenciatura En Arquitectura*.  
<https://www.arquitectura.uady.mx/licarquitectura.php>

El, E. N., Magdalena, D. D. E., & Mar, D. E. L. (2020). *Universidad Ricardo Palma Facultad de Arquitectura y Urbanismo TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO*.

- Escobar, A. J. A. (2016). Proyectos de renovación urbana en el centro histórico de la ciudad de ibague-colombia. *GeoGraphos*, 105(9), 111-140. <http://dx.doi.org/10.14198/GEOGRA2018.9.105>
- Escobar, M. (2019). Estrategias enfocadas al desarrollo inmobiliario sostenible del cantón Manta. *Revista RECUS*, 4(1), 56-65. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7001765.pdf>.
- Escotto, D. (2019). El espacio público como modelador de identidad y transformador de la ciudad, Movilidad urbana y espacio público. *Reflexiones, métodos y contextos*, (1), 97-122. <https://doi.org/10.2307/j.ctv25dh3p9.6>
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación. *Revista Mèndive*, 16(1), 122-139. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6320375>
- Estofanero, E. (2021). *Re funcionalización de Patios como estrategia de revitalización urbana*. [Tesis de maestría, Universidad Politécnica de Valencia] Archivo digital. <http://hdl.handle.net/10251/167357>
- Estremadoyro, L. & Uceda, C. & Obregón, A. & O'Phelan, C. (2017). CEPROMUR y los procesos de renovación urbana. *CEPROMUR*, (2). <http://cepromur.com/>
- Galetovic, A. & Poduje, I. & Ricardo, S. (2016). Malles en Santiago. De centros comerciales a centros urbanos. *Estudios públicos*. (144), 219-252. <https://doi.org/10.38178/cep.vi114.441>
- García, E. E. & De Hoyos, M. J. E. & Ávila, A. V. D. (2020). Metabolismo ambiental. Cuidado y conservación de las áreas verdes urbanas. Contexto. *Revista de la facultad de arquitectura de la universidad autónoma de nuevo león*, 14(20), 48. <https://doi.org/10.29105/contexto14.20-5>
- García, E., Teresa, M., Bossio, C., Thiara, S., Isaac, A., & Sáenz, L. (2018). *Carrera de Arquitectura , Urbanismo y Territorio HOSPITAL GENERAL DEL DEPORTE - LIMA SUR Tesis para optar el Título Profesional de Arquitecto Asesor :*
- García, H., & Lopera, G. (2013). El marketing sensorial: una lectura acerca de su implementación en los almacenes Befit, Chevignon y Vélez ubicados en el Centro Comercial El Tesoro de la ciudad de Medellín. Publicidad: *Revista*

*Latinoamericana de Publicidad*, 2(1), 70-95.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A456758624/IFME?u=anon~70bf198c&sid=googleScholar&xid=49e06816>

Garzón, O. d. (2015). Almería 1146. Evolución de la estructura urbana y defensas medievales. *PH*, (1), 146. <https://doi.org/10.33349/2015.0.3607>

Gonzales, E. (2020). Arquitectura comercial y diseño comercial: ¿en qué se diferencian?. *ES DESIGN*, (1), 1-3. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenos-espacios/arquitectura-comercial-y-diseno-comercial-en-que-se-diferencian>

Gonzales, R. A. E. (2014). Percepción de la calidad de vida urbana en las ciudades de la frontera norte de México. Colegio de la frontera norte, 133. <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2009/06/TESIS-Gonz%C3%A1lez-Rodr%C3%ADguez-Andrea-Elisa-MED.pdf>

Goycoolea, R. (2019). Renovación urbana. De la certeza a las incertidumbres. . Renovación urbana. *Globalización y patrimonio*, (1), 39-73. <https://doi.org/10.14718/9789585456624.2019.3>

Granados, P. & Quijano, D. (2016). El financiamiento. *Realidad empresarial*, (1), 21-22. <https://doi.org/10.5377/reuca.v0i1.5879>

Gutiérrez, D. (2009). La construcción de indicadores como problema epistemológico. *Cinta de moebio*, (34), 16-36. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2009000100002>

Hernández, F. (2012). Arquitectura comercial. [Tesis para obtener la maestría como Arquitecta diseñadora, Universidad Ricardo Palma]. <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2012/28815.pdf>

Hernández, S., & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. *Editorial Mc Graw Hill Education*. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1292>

Holguín, L. D. F. & Pena, U. J. C. & Domínguez, A. (2021). Estructura urbana y cambio en el uso del suelo en Bogotá entre 2007 y 2017. *Brasileira de Gestao Urbana*, (13), <https://doi.org/10.1590/2175-3369.013.e20200192>

- Iraegui, E. C. (2017). Conceptos de rehabilitación urbana. en el caso del per del casco viejo de Bilbao. *Geografía, Prehistoria y Arqueología*, (1), 17-30. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/21229/TFG\\_IraeguiCuentas.pdf?sequence=1](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/21229/TFG_IraeguiCuentas.pdf?sequence=1)
- Iracheta, C. A. X. (2021). Pandemia: lecciones y estrategias urbanas, *Korpus 21*, 1(2), 211-232. <https://doi.org/10.22136/korpus21202131>
- Jiménez, R. (2019). Comercio informal en ciudades de frontera. Estudio de caso de los feriantes de ropa y calzado en la ciudad de Tacna (Perú). *Si somos americanos*, 19(1), 13-42. <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-09482019000100013>
- Levy, P. R. (2000). La revitalización de los centros de las ciudades norteamericanas: el papel de los business improvement districts. *Gestión y análisis de políticas públicas*, (19). <http://dx.doi.org/10.24965/gapp.vi19.231>
- Lindes, B. (2019). Tejidos y entretejidos. Granada siglo XXI. Renovación urbana. *Globalización y patrimonio*, (1), 127-149. <https://doi.org/10.14718/9789585456624.2019.7>
- López, B. W. (2016). La informalidad urbana y los procesos de mejoramiento barrial. *Arquitectura y urbanismo*, 3(37), 27-44. <https://www.redalyc.org/journal/3768/376849417002/html/>
- López, M. E. (2015). Efectos de la renovación urbana sobre la calidad de vida y perspectivas de relocalización residencial de habitantes centrales y peri centrales del área metropolitana del gran Santiago. *EURE (Santiago)*, 124(41), 45-67. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612015000400003>
- López, S. & Avellaneda, P. (2018). Comercio minorista y peatonalización: evolución y adaptación en la ciudad costera de Malgrat de Mar Barcelona. *Anales de geografía de la Universidad Complutense*. 38(1) 219-238. <https://doi.org/10.5209/AGUC.60476>
- Luna, K. (2017). *Diseño arquitectónico del centro comercial asociación de comerciantes 24 de mayo la Bahía de la ciudad de Catamayo provincia de Loja con características bioclimáticas*. . [Tesis para obtener el grado de Arquitecta, Universidad Privada de Tacna] Archivo digital. <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2096>

- Lynch, K. (2015). La imagen de la ciudad. Editorial GG, 3(2), 62-64. <https://editorialgg.com/la-imagen-de-la-ciudad-libro-9788425228278.html>
- Maderuelo, J. (2010). El paisaje urbano. *Estudios geográficos*, 269(71), 575-600. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.201019>
- Marín, P. (2021). Técnicas de gestión de recursos humanos por competencias. Editorial Centro de Estudios Ramon Areces SA. [https://books.google.com.pe/books/about/T%C3%A9cnicas\\_de\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_recursos\\_humano.html?id=Fv02EAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/T%C3%A9cnicas_de_gesti%C3%B3n_de_recursos_humano.html?id=Fv02EAAAQBAJ&redir_esc=y)
- Martín, M. G. (n.d). *NUEVA TENDENCIA: EL ATRIO DE LOS CENTROS COMERCIALES USADO COMO ESPACIO NEW TREND: MALL LOBBIES USED AS AN EXHIBITION SPACE FOR ART INSTALLATIONS*. 70–88.ESPAÑA.
- Martínez, B. J. & Aguilar, F. B. I. (2020). Arbolado urbano y confort térmico en el habitat pozarricense. *UVserva*, (10), 83-93. <https://doi.org/10.25009/uvs.v0i10.2708>
- Martínez, L. (2018). *Arquitectura comercial como detonante de la Revitalización Urbana*. 1–33. [https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/19903/1/Arquitectura comercial como detonante de la Revitalización.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/19903/1/Arquitectura_comercial_como_detonante_de_la_Revitalización.pdf)
- Martínez, L. I. (2017). Nuevas probatorias urbanas. Estrategias ciudadanitas del espacio público. *Ciudades*, (18), 81-102. <https://doi.org/10.24197/ciudades.18.2015.81-102>
- Martínez, S. Escobar, D. A. & Tamayo, J. A. (2017). Evaluación comparativa de dos alternativas de infraestructura tipo túnel a partir de un análisis de accesibilidad urbana. *Información tecnológica*, 28(4), 157. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000400018>
- Martínez, S. I. (2015). Ciudades globales, identidades elusivas: la novela ciudad abierta de tejú cole como testimonio de la perspectiva urbana y la identidad frágil del ciudadano transnacional. *Arte y ciudad*, (8), 75-125. <https://doi:10.22530/ayc.2015.n8.342>
- Mauro, J. S. (2017). El programa de recuperación de barrios altos. *Revista de arquitectura*, 31(21), 26-36. <https://doi.org/10.5354/0719-5427.2016.42539>

- Mayorga, M., & Fontana, M. P. (2013). Espacios de centralidad y redes de infraestructura. La urbanidad en cuatro proyectos de centralidad urbana. *Revista digital del programa en gestión de la ciudad*, 21(2). [https://cafedelasciudades.com.ar/carajillo/imagenes16/\\_04\\_ART\\_MAYORGAFONTANA\\_carajillo.pdf](https://cafedelasciudades.com.ar/carajillo/imagenes16/_04_ART_MAYORGAFONTANA_carajillo.pdf)
- Mendoza, F. R. (2016). La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica de las ciudades. *Cadernos metrópole*, 37(18), 697-719. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2016-3704>
- Miguel, G. R. (2015). Transformación urbana y procesos territoriales recientes en zaragoza y su espacio metropolitano. *Estudios geográficos*, 76(278), 63-106. <http://dx.doi.org/10.3989/estgeogr.201503>
- Ministerio del ambiente (2018). Superficie de área verde por habitante. <https://sinia.minam.gob.pe/indicadores/superficie-area-verde-urbanahabitant>
- Mónaco, L. (2018). Ciencia ciudadana, TIC y fabricación digital en el diseño de la ciudad resilientes el caso del parque de la milla distrital de zaragoza. *Formas urbanas, espacios públicos, actividades*, (4), 56. <https://doi.org/10.26754/uz.9788417358839>
- Montero, R. J. L. (2019). Diagnóstico de la imagen urbana de la avenida de los mártires: estudio físico y socio-histórico. *Arquitectura y urbanismo*, 1(40), 37-51. <https://www.redalyc.org/journal/3768/376859616004/html/>
- Muntañola, J. & Muntañola D. (2011). La sociología del espacio al encuentro de una arquitectura oculta en la educación. *Revista RASE*, 4(2), 133-151. <https://ojs.uv.es/index.php/RASE/article/view/8299>
- Muñiz, C. (2020). El framnig como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio. *Profesional de la información*, 6(29), 64-91. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.23>
- Norma, F. M. M. (2015). Las variables complejas en investigación pedagógicas, Apuntes universitarios, (2), 9-18. <https://doi.org/10.17162/au.v5i2.85>
- Oddone, J. & G. Lynch, G. (2008). Las memorias de los hechos socio-históricos en el curso de la vida. *Revista Argentina de Sociología*, 6(10), pp. 121-142.

[http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0797-55382017000100007](http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-55382017000100007)

- Olivares, M. (2018). La política de suelo del megaproyecto urbano Angelópolis y sus efectos en la periferia poniente de Puebla. *Anuario de espacios urbanos, historia, cultura y diseño*, (22). <https://doi.org/10.24275/azc/dcyad/aeu/n22/Martinez>
- ONU-HABITAT (2016). Regeneración urbana. *ONU-HABITAD*, (1), 5-34. [https://unhabitat.org/sites/default/files/documents/2019-06/urban\\_regeneration.pdf](https://unhabitat.org/sites/default/files/documents/2019-06/urban_regeneration.pdf)
- Orcotorio, R. (2022). Pueblos Indígenas y covid – 19 en el Perú: La crisis sanitaria y las deficiencias estructurales. *Revista Kawsaypacha*, 9(1), 80-107. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/Kawsaypacha/article/view/24332>
- Organización mundial de comercio OMC (2018). Secretaria y presupuesto. *World trade organization*, (1), 190-201. <https://doi.org/10.30875/25c5e587-es>
- Ornés, Sandra (2009). El urbanismo, la planificación urbana y el ordenamiento territorial desde la perspectiva del derecho urbanístico venezolano. *Politeia*, 32(42),197-225. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170014942008>
- Orozco, A. J. C. (2018). ¿Como redactar los antecedentes de una investigación cualitativa?. *Revista electrónica de conocimientos, saberes y prácticas*, 1(2), 66-82. <https://doi.org/10.30698/recsp.v1i2.13>
- Páramo, H., Claudia, V., Centros, I. D. E. L. O. S., Su, C., & Urbano, A. (2013). Image Malls : Its Urban and Ecünümic Analysis. *Urbano*, 28, 68–74.
- Paz, B. P. (2016) Renovación urbana, herencia industrial y turismo: un proceso con elementos de éxito en avilés (Asturias). *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*, (72); 46-53. <https://doi.org/10.22136/korpus21202131>
- Pérez, D., Carlos, J., Carlos, J., & Pérez, D. (2021). Desarrollo inmobiliario de la arquitectura comercial en México durante la década de 2010-2019. *Real Estate Development of Commercial Architecture in México During the Decade of*. 42(2), 7–24.
- Pilco, A. (2020). *Centro comercial integrador del espacio público para potenciar las dinámicas urbanas en la ciudad de Tacna 2020*. [Tesis para obtener el grado de

Arquitecta, Universidad Privada de Tacna] Archivo digital.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12969/1649>

Pildora, C. F. (2015). La evolución de la imagen literaria del paisaje urbano: de la ciudad moderna a la ciudad actual. *Estudios geográficos*, 76(278), 285-307.  
<https://doi.org/10.3989/estgeogr.201510>

R. Levy, P. (2000). La revitalización de los centros de las ciudades norteamericanas: el papel de los Business Improvement Districts. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 65–70. <https://doi.org/10.24965/gapp.vi19.231>

Ramírez, C. J. (La renovación urbana de puerto madero como construcción global del hábitat, *NODO*, 30(15), 20-32. <https://doi.org/10.54104/nodo.v15n30.820>

Ramírez, r. & Reyna, j. (2017). identidad cultural en tipologías de desarrollo comercial. [tesis para obtener el grado de Arquitecto, Universidad Ricardo Palma].  
<http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1446>

Ramírez, R. N. L. & Calderón, C. B. & Milán, A. M. G. & Guevara, R. M. L. (2017). Gestión participativa en el desarrollo de estrategias de revitalización urbana para el casco histórico de san José, puebla. *Nova Scientia*, 9(18), 588-626.  
<https://doi.org/10.21640/ns.v9i18.680>

Ramos, V. C. & Egea, J. C. & Nietos, C. J. A. (2020) Urban renewal processes as mitigators of disadvantaged and vulnerable situations: analysis in Seville city. *Boletín de la asociación de Geógrafos españoles*, (87).  
<https://doi.org/10.21138/bage.2981>

Reguera, R. A. T. (2021). El centro universitario de león: Genesis y significado de un espacio urbano. *Estudios humanísticos. Geografía, historia y arte*, (7), 19.  
<https://doi.org/10.18002/ehgha.v0i7.6591>

Rein, L. M. (2013), El confort urbano en la ciudad y su evolución en los últimos años. *Agenda 21 Málaga*, (1), 5-26. <http://www.rvarquitectas.com/pdf/701-informe-agenda-21-1.pdf>

Rengifo, L. G. L. (2017). Escenario metodológico para la gestión curricular en los EUS-UCV desde entornos virtuales. *Revista de Pedagogía*, 38(102), 217-236.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65952814011>

- Revelo, A. (2020). *Renovación urbana desde un enfoque de la acupuntura urbana: Una herramienta alternativa a los planes parciales para la gestión territorial de menor escala* [Tesis de maestría, Universidad Piloto de Colombia]. Archivo digital <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/10300>
- Ríos, M. (2018, abril 18). San Juan de Lurigancho: conozca los planes comerciales en el distrito más grande de Lima. Gestión. <https://gestion.pe/economia/empresas/san-juan-lurigancho-conozca-planes-comerciales-distrito-grande-lima-232179-noticia/>
- Ríos, R. J. R. (2017). Metodología para la investigación y redacción. *Servicios académicos intercontinentales*, (1), 35-152. <https://www.eumed.net/libros/libro.php?id=1662>
- Robles, J (2014). "Mercados Municipales y Tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivencia". *Anthropologica/Año XXXII*, (1) 137-161. <http://www.scielo.org.pe/pdf/anthro/v32n33/a07v32n33.pdf>
- Rodríguez, G. A. (2021). La cultura urbana como espectáculo: la experiencia de modernidad en la exposición internacional de Barcelona 1929. *Archivo español de arte*, 373(94), 51-68. <https://doi.org/10.3989/aearte.2021.04>
- Rojas, C. G. & Peña, J. P. (2022). La infraestructura verde y sus aportes en el confort térmico urbano. *Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas*, (3), 16-32. <https://doi:10.22533/a.ed.1962229033>
- Rojas, E. (2005). Volver al centro. La recuperación de áreas urbanas centrales. *Revista planeo*, (1), 24-46. <http://revistaplaneo.cl/2015/12/02/volver-al-centro-la-recuperacion-de-areas-urbanas-centrales/>
- Romero, R., & González, S. (2021). Aproximaciones al centro histórico desde la centralidad y la multiplicidad. *Legado de Arquitectura y Diseño*, 16(30), 22-31. <https://legadodearquitecturaydiseno.uaemex.mx/article/view/16389>
- Rueda, L. J. C. (2001). La imagen de la ciudad y el paisaje urbano. *Arbor*, 666(169), 303-322. <https://doi.org/10.3989/arbor.2001.i666.885>
- Salgado, L. A. C. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y desafíos. *Liberabit*, (13), 71-78. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S17294827200700010009&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S17294827200700010009&lng=en&tlng=es)

- Sánchez, M. I. M. & Castellano, J. P. (2019). Construcciones literarias del paisaje urbano. *Lectores, Viajeros y Visionarios. Visiones literarias y lingüísticas del paisaje urbano*, (1), 223-244. <https://doi.org/10.2307/j.ctv10rrcw9.13>
- sangadah, khotimatus, & Kartawidjaja, J. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
- Sarmiento, E. Y. (2017). Algunas causas y evolución de la renovación urbana por densificación en Bogotá. *Bitácora urbana territorial*, 1(3), 52-62. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/18832>
- Schlack, E., Hidalgo, R., Arce Saiz, M., Fariña, C., & Villarroel, K. (2017). Espacios de intercambio comercial en Santiago de Chile: tres maneras de aportar a la esfera pública de áreas urbanas. *Revista de Estudios Sociales*, 60, 87–105.
- Segado, V. F. & Espinoza, M. V. M. (2015). La ciudad herida siete ejemplos paradigmáticos de rehabilitación urbana en la segunda mitad del siglo XX francisco segado Vásquez. *EURE*, 123(41), 103-129. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612015000300005>
- Selltiz, C. & Jahoda, M. & Deutsch, M. & Cook, C. W. (1969). Métodos de investigación en las relaciones sociales. *Rialp*, (3), 168-234. <http://tsmetodologiainvestigaciondos.sociales.uba.ar/>
- Silva, P. C. H. (2015) Centros históricos en América latina: entre la autenticidad y la renovación. *Revista planeo*, (25). <https://revistaplaneo.cl/category/numeros-anteriores/planeo-25-centros-historicos-en-america-latina-entre-la-autenticidad-y-la-renovacion-diciembre-2015/>
- Souza, M. S. (2021). La formulación del problema de investigación: preguntas, origen y fundamento, (1), 39-49. <http://tecnicasavanzadas.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/156/2020/08/B01.03-Souza.-Cap-3.-La-formulacion-del-problema-de-investigacion-preguntas-origen-fundamento.pdf>
- Tello, C. C. A. (2017). Revitalización urbana y calidad de vida en el sector central de las ciudades de Montreal y México. *Cuadernos de investigación urbanística*, (113), 237. <https://dx.doi.org/10.20868/ciur.2017.113.3546>

- Tenorio, E. (2018). *El control interno y su influencia en la gestión administrativa de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa "Atletas" de Chimbote, 2016*. [Tesis para obtener el grado de contabilidad, Universidad Católica Los Ángeles] Archivo digital. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/6276>
- Terrazas, P. R. (2011). Planificación y programación de operaciones. *Perspectivas*, (28), 7-32. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941257002>
- Toniut, H. R. (2021). La transformación del modelo de negocios en la era digital en los retails de indumentaria. *Palermo Business Review*, (24), 73-96. <https://www.proquest.com/openview/44f63e8b4dfc82fb8f5441da2c7e0694/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035878>
- Torre, J. D. & Ghilardi, M. (2021). Espacios urbanos de frontera e integración social: un abordaje a través del espacio público. *Estudios demográficos y urbanos*, 36(3), 963-1000. <https://www.jstor.org/stable/27058769>
- Vargas Cordero, Z. R. (2009). La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155. <https://doi.org/10.15517/revedu.v33i1.538>
- Vargas, V. J. & Cuevas, C. E. (2020). Gentrificación e higienización del espacio en callado, Perú. Barrio de castilla. *Bitácora urbano territorial*, 30(3), 191-203. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n3.86206>
- Vásquez, A. E. (2021). Infraestructura verde, servicios ecosistémicos y sus aportes para enfrentar el cambio climático en ciudades: el caso del corredor ribereño del río Mapocho en Santiago de Chile. *Geografía norte grande*, (63), 63-86. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022016000100005>
- Vecslir, L & Rodríguez, L. (2018). Centros comerciales a cielo abierto como política de renovación de las centralidades tradicionales en el Conurbano Bonaerense. *Territorios*, (38), 15-40. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5499>
- Vélez, R. & Aníbal, L. (2007). La conservación de la naturaleza urbana. un nuevo reto en la gestión ambiental de las ciudades, para el siglo XXI. *Revista bitácora urbano territorial*, 11(1), 20-27. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74811103>

- Vera, F. & Mashini, D. (2020). Espacio público: 6 ideas para revitalizar los barrios el día después de la COVID-19. *BID*, 1-12. <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/espacio-publico-6-ideas-para-revitalizar-barrios-el-dia-despues/>
- Vergara, C. C. (2015). Gentrificación y renovación urbana. abordajes conceptuales y expresiones en América latina. *Anales de geografía de la universidad complutense*, 2(33), 219-234. [https://doi.org/10.5209/rev\\_aguc.2013.v33.n2.43006](https://doi.org/10.5209/rev_aguc.2013.v33.n2.43006)
- Vergara, D. R. A. (2022). Transformaciones de la imagen de una ciudad: repercusiones de la renovación urbana. *Memoria*, (6). <https://doi:10.14482/memor.06.541.967>
- Villafuerte, J. & Calderón, E. (2020). Gentrificación e higienización del espacio en Callao, Perú. Barrio de Castilla. *Bitácora Urbano Territorial*, 30(3), 191-203. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n3.86206>
- Westphal, P. del R. (2013). El mobiliario urbano como objeto de uso público: implicaciones para su diseño. *Trilogía, ciencia – tecnología – sociedad*, 25(3), 29-49. [https://www.iluminet.com/press/wp-content/uploads/2020/05/El\\_Mobiliario\\_Urbano\\_como\\_Objeto\\_de\\_Uso.pdf](https://www.iluminet.com/press/wp-content/uploads/2020/05/El_Mobiliario_Urbano_como_Objeto_de_Uso.pdf)
- Zambrano, J. (2020). La ciudad compacta y la ciudad dispersa: Un enfoque desde las perspectivas de convivencia y sostenibilidad. *Revista San Gregorio*, (39), 1-14. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n39/2528-7907-rsan-39-00001.pdf>
- Zamorano, C. (2020). Segurización, gentrificación, y Airbnb: ¿nueva fase de la renovación urbana en la Ciudad de México?. *Nueva Antropología*, 32(91), 26–43. <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/nuevaantropologia/article/view/15999>
- Zamorano, G. J. (2017). El marco teórico. *UAEH*, 2(1), 85-123 <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n2/m4.html#nota0>

## ANEXOS

### ANEXO 1: Tabla de matriz de Categorización de la categoría Arquitectura comercial

#### Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Categoría	Definición de la categoría	Objetivo general	Sub categorías	Indicadores	Sub indicadores	Preguntas	Fuentes	Técnicas	Instrumento
Arquitectura comercial	La arquitectura comercial es un factor importante en la vitalidad de la ciudad, dotando de lugares de interés para las personas y potencializando las relaciones sociales, el sentido pertenencia y el incremento del capital, Martínez (2018)	Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito.	Tipos de arquitectura comercial, Marín (2021); Reyna y Ramírez (2017); Cabrera (2022)	Locales especializados, Bourzac (2018); toniut (2021); López y Avellaneda (2018)	Mayorista, HINDLE (2008)	¿Qué problemas sociales urbanas pretende resolver un establecimiento mayorista en las ciudades?	3 arquitectos especialistas en el tema	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada
					Minorista, Crespi y Domínguez (2016)	¿Cuál es la importancia de tener comercios minoristas en nuestra localidad?			
				Locales comerciales agrupados, Estado (2012); Peruano (2006); Bendezú (2019)	Mercado, Robles (2014)	¿Porque el mercado es considerado de tipo de comercio tradicional?			
				Locales de conveniencia, Dáctivat (2019); Ríos (2018); Arriola y Meléndez (2019)	Centro comercial, RNE (2011)	¿Qué factores influyen a la sociedad para determinar la necesidad de tener un centro comercial en la ciudad?			
					Bodega market, Arriola y Meléndez (2017)	¿Qué tipo de necesidades de la sociedad llevaron a la existencia de locales de conveniencia en las ciudades?			
					Suelo urbano; OT (2011)	¿Qué criterios de deben considerar para determinar el suelo urbano en una ciudad?			
	Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico	Impacto de la arquitectura comercial, Chumioque (2018); Ayala y García (2021) (2007); Allegri (2015)	Uso de suelo, LGEIPA (2013); PAOT (2003); Franco (2010)	Suelo rústico, OT (2011)	¿Qué opina sobre los espacios de denominación rustica donde existen equipamientos comerciales y viviendas residenciales?	3 arquitectos especialistas en el tema	Material bibliográfico (artículos científicos)	análisis documental	Fichas de análisis de contenido
				Suelo de protección, OT (2011)	¿Qué estrategias arquitectónicas urbanas debería considerarse para que los pobladores respeten los suelos de protección en su ciudad?				
			Generación de centralidades, Romero y Gonzáles (2021); Mayorga (y Fontana (2013); Matorg (2012)	Megaproyectos, Diaz (2009)	¿Qué megaproyecto conoce usted que haiga generado centralidad a las actividades comerciales? ¿De qué manera considera que la existencia de megaproyectos genere puntos focalizados en una ciudad?				
			Cambio de imagen, Oddone y Lynch (2008); Ranko (2010); Valenzuela (2013)	Imagen corporativa, Mora (2012)	¿Qué factores se deben incluirse para crear una imagen corporativa que identifique su arquitectura comercial propio del lugar?				
				Espacios interiores y exteriores, Solís (2015)	¿De qué manera la influencia de una política de conservación de espacios urbanos logre brindar aspectos positivos para el desarrollo de la ciudad?				
				Grupos sociales, Peñaloza (2012)	¿Qué criterios estéticos se aplican en los espacios comerciales?				
Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales	Criterios de diseño en la arquitectura comercial, Hernández (2012); Arranz (2020); Arranza (2020)	Estéticos, Niddo (2018); Mariñelarena (2019); Lara (2013)	Sociológicos, Muntañola (2011); Lamy (2019); Clavel (2002)	Antropológicos, Cruz (2019); Lacarrieu (2007); Borda (2015)	Espacio humanizado, Pillet (2003)	¿Cuál es la importancia de tener espacios comerciales diseñados en base a las costumbres y cultura de una ciudad?	3 arquitectos especialistas en el tema	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 2: Tabla de matriz de Categorización de la categoría renovación urbana

### Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Categoría	Definición de la categoría	Objetivo general	Sub categorías	Indicadores	Sub indicadores	Preguntas	Fuentes	Técnicas	Instrumento		
Renovación urbana	La renovación urbana es el proceso de renovar áreas existentes dañadas o en mal estado, puede incluir, edificios, parques, carreteras, áreas industriales, generando la el incremento económico. Asimismo mejora la estética y condiciones de vida en áreas urbanas o rurales en desarrollo. Caffrey & Cait (2020); Escobar (2018); Vergara (2015)	Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana	Imagen Urbana, Rodríguez (2019); Álvarez (2017); Araneda & Sierra (2015); Vergara (2022)	Estructura urbana, Holguín (2017); Álvarez (2017); Garzón (2015)	Accesibilidad urbana, Martínez (2019)	¿De qué manera influye planificar sistemas viales para la estructuración urbana de la ciudad?	3 arquitectos especialistas en el tema	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada		
					Morfología urbana, Brotat (2014)	¿Porque es importante tener en cuenta la morfología urbana para la planificación de las ciudades?					
				Identidad urbana, Beleño (2017); Escotto (2019); Martínez (2015)	Espacio urbano, Talle y Ghilardi (2021)	¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de san juan de Lurigancho?					
				Paisaje urbano, Maderuelo (2015); Maderuelo (2016); Pildora (2015)	Ciudad urbanizada, Cortez (2015)	¿Qué tan importante son los hitos culturales en la imagen de la ciudad? ¿Qué aspectos contribuyen en el paisaje urbana para mejorar la imagen urbana? ¿Como influye el paisaje urbano ante la planificación de una ciudad urbanizada?					
				Explicar los efectos positivos de la renovación urbana para el desarrollo sostenible del distrito de san juan de Lurigancho	Efectos positivos de la renovación urbana, López (2016); Sarmiento (2015); Paz (2016)	Recuperación de áreas centrales, Rojas (2005); Mónaco (2018); Galetovic (2015)			3 centros urbanos	Observación	Fichas de cotejo
			Confort urbano, Rein (2013); Martínez (2020); Rojas (2022)			Áreas verdes, Sorensen (2018)	¿Porque es importante las áreas verdes urbanas en el desarrollo de una ciudad?	Material bibliográfico (artículos científicos)	análisis documental	ficha de análisis de contenido	
			Transformación urbana, Gonzales (2015); Cortes (2017); Cervero y Hernández (2015)			Calidad de vida urbana, Gonzales (2014)	¿Como podría calificar el confort urbano como soporte del desarrollo de actividades urbanas de la ciudad?				
						Gentrificación urbana, Mendoza (2016)	¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano? ¿Como es el proceso de transformación urbana para el desarrollo de una ciudad integrada?	3 arquitectos especialistas en el tema	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada	
			Conservación de espacios urbanos, Vélez (2017); García (2020); De la fuente (2021)			Infraestructura verde, Vásquez (2016)	¿De qué manera la influencia de una política de conservación de espacios urbanos logre brindar aspectos positivos para el desarrollo de la ciudad?				
						Mobiliario urbano, Westphal (2013)	¿Porque se debería generar mantenimientos urbanos en las vías públicas de alto tránsito en la ciudad ?				
Revitalización de barrios, Vera y mashini (2020); Tello (2017); Ramírez (2017)	Creación de sistemas barriales, López (2016)	¿Qué planes de revitalización urbana conoce que haya tenido un impacto positivo en los barrios de la ciudad?									
	Regeneración urbana, ONU-HABITAD (2016); Iraegui (2017); Areddu (2021)		Movilidad urbana, CONUEE (2018)	¿De qué manera las actividades de recuperación urbana contribuyen el crecimiento de los barrios?							
			Planificación urbana, Ornes (2009)	¿Como define el concepto regeneración urbana? ¿De qué manera la regeneración urbana genere impactos de mejora en los barrios y zonas precarias?							

Fuente: Elaboración propia

### ANEXO 3: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

#### GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

**Título de la investigación:** Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Entrevistador (E) : Laureano Rabanal, Carolina Alejandra  
Entrevistado (P) : Grober Esteban Ruiz Chipana  
Ocupación del entrevistado : Arquitecto  
Fecha : 01 de octubre del 2022  
Hora de inicio : 6:12 pm  
Hora de finalización : 6:35 pm  
Lugar de entrevista : Vía zoom

PREGUNTAS	TRANSCRIPCION DE RESPUESTAS
<b>CATEGORIA 1: Arquitectura comercial</b>	
<b>La arquitectura comercial</b> es un factor importante en la vitalidad de la ciudad, dotando de lugares de interés para las personas y potencializando las relaciones sociales, el sentido pertenencia y el incremento del capital.	
<b>SUBCATEGORIA 1: Tipos de arquitectura comercial</b>	
<b>INDICADOR 1: Locales especializados</b>	
E: Locales especializados enfocan únicamente en vender productos naturales, zapatos, ropa deportiva, etc. Gracias a esta característica, las empresas también se clasifican como minoristas e incluso mayoristas. Dentro de la tipología de locales especializados se encuentran los mayoristas y minorista, en su experiencia, <b>¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?</b>	Bien ahí hay dos ideas juntas totalmente diferentes primero Los pequeños generalmente aparecen comercios aparecen por las necesidades de los vecinos. Al juntarse varios comercios pequeños en una determinadas esquina o zona, paradero de transporte, cerca de colegios se van formando pequeñas agrupaciones comerciales básicamente son para el subsistir de esos vecinos nunca a sido pensado como centros comerciales que han ido creciendo informalmente. Iniciaron directamente como comercios informales que poco a poco se fueron asociando hasta que generar sus asociaciones de comerciantes. Entonces desde este punto de vista esa es una lectura social. Ya la otra lectura es ya de los comercios vistos como un sistema de intercambio de productos por dinero cuando se refiere a la venta masiva de los productos, ya no le interesa la calidad de ropa color sino directamente les interesa la cantidad de pronto vas a ver el stand de ropa todos son iguales. Entonces son dos mercados totalmente diferentes el Mall como sistema masivo y el otro de sistema individual de pequeños comerciales.

Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales mayoristas **¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?**

Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales minoristas **¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?**

Entonces al ser dos mercados totalmente diferentes las personas el consumidor es quien define, yo prefiero aquí porque aquí tengo una atención personalizada acá no. Acá me hacen descuento y por el otro lado no me descuentan, en cambio en el otro comercio el vecino te dirá si te haga una rebajita si te llevas dos más. Entonces para responder a la pregunta primero sería elegir los puntos porque no es lo mismo estar en los corredores y en los bordes sería los comercios locales y . En los grandes corredores estarían ubicados los grandes centros comerciales como en el 5 de Canto Grande, la hacienda, el pequeño metro que de repente estaría bien ubicado al fondo por el portón todo ello va a depender de donde lo ubiques.

Bueno ahí tenemos que clasificar la arquitectura comercial en dos puntos. No tenemos abastecimiento, dependemos de la tercerización de los productos. Porque los comerciantes de acá traen los productos de otros mayoristas. no tenemos lugares de acopio sería interesante. También nos queda escondido este apéndice de San Juan de Lurigancho de las grandes carreteras por ejemplo si tuviéramos conexión con el panamericana norte podríamos traer los productos del norte chico si tuviéramos conexión con la panamericana sur podría traer los productos de Lurín, Mala que hay bastante carne, verdura fruta. Estamos muy arrinconados así que por ahora vas a depender todavía de otros comercios intermedios. En una época de los 70 se había pensado tener grandes centros de acopio había desabastecimiento en Lima. Una crisis impresionante y el estado vio por necesidad crear empresas sociales, los buses, los camiones iban a traer como cooperativas productos del interior y acopiarlos al alrededor de lima como grandes silos y de ahí distribuir a centros comerciales grandes, no se hizo, no se concretó. Pero era una idea interesante. Después de 40 o 50 años después

podemos decir que eso se ha agudizados y sería interesante. Planificarlo a nivel territorial primero los puntos de abasto por donde me abastezco por el callao por el puerto, por la terminas pesqueras, por los centros de producción que sería la, carretera central, panamericano norte panamericana sur si yo tuviera esa red bien organizada colocando dos puntos grandes de abastecimientos, uno en parte de Bayóvar (PORTON) y el otro en la hacienda abastecería todo el corredor y sería espectacular. Entonces la gente tendría para elegir voy por acá o voy por allá., podría ser para que no se amontonen en un solo punto. Entonces cuando tus hablas de la arquitectura comercial y que espacios se podría implementar yo diría grandes centros de abastecimiento y luego de distribución entonces teniendo esos dos podría organizar el territorio de San Juan de Lurigancho o de cualquier distrito.

Lo primero que tienes que ver que las personas no se aglomeran segundo que el fluido vehicular sea liviano que no haya congestión esos son los grandes problemas y tercero la informalidad como combato la informalidad alrededor de los mercados entonces que espacios comerciales, el estacionamiento, cargas y descarga, núcleo sanitario, espacios de comercialización y espacio para ferias, sería importante que existan en estos establecimientos y por supuesto la zonificación de abarrotes de carnes rojas, carnes blancas, mariscos, pescados por otro lado entonces son distintos productos que tendrían que estar separado por olor, salubridad, seguridad, por ventilación y es posible que en también dentro del diseño de estos mercados tengan zonas de refrigeración de carnes para que no estén trasladando todos los días la carne y este protegido con todos los controles climatológicos de la municipalidad para

	que le den sus habilitaciones y puedan comercializar.
<b>INDICADOR 2: Locales comerciales agrupados</b>	
<p>E: los locales comerciales agrupados o de carácter colectivo están conformados por varios establecimientos individuales en un solo edificio, donde se integran diversas actividades y tienen en común el acceso principal al establecimiento desde la vía pública.</p> <p>En su experiencia dentro de los tipos de locales comerciales agrupados tenemos Los Mercados <b>¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?</b></p> <p>Según los tipos de arquitectura comercial que existen, <b>¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de San Juan de Lurigancho y debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?</b></p> <p><b>¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona sería la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar?</b> Asimismo, mencione <b>¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?</b></p>	<p>Bien está muy linda la pregunta porque hay una respuesta arquitectónica donde uno puede decir yo quiero un comercio especializado así como los mall que uno ve pura fruta, verdura , ferretería, entonces yo podría decir lo mismo dentro del corredor que sale del eje de la avenida Wiese proceres de la independencia podría tener sectores para la zona de villa flores como para la zona de la avenida canto grande como un peine un eje principal y el peine que va a distintos lados yo podría colocar en esos peines comercio de carne, de abarrotes, frutas y así no. Entonces para no mezclarlo en uno solo y o para que la gente elija y se lo pueda abastecer. Porque cada producto tiene una necesidad diferente al menos que mezcle todo eso y lo ofrezca en un cada lugar. Pero se produce esa mezcla, podrías tener carnes y embutidos en un sector. Entonces cuando tengas que comprar ya sabes donde los vas encontrar. El otro quiero comprar abarrote sabes que existe un centro de abarrote y sabes que vas a encontrar. Entonces podría hacer que tu día de semana sea más divertido saliendo a distintos lugares para abastecerse la semana o mes. Pero se podría especializar. Sin embargo, tienes las dos alternativas.</p> <p>Habría que ver primero mi pirámide poblacional de esta manera así abierta como un triángulo. Donde tengo varones y mujeres y la base más ancha son los niños después viene los jóvenes, adultos y abuelitos que son la parte más angosta. Si tengo niños podría tener mercados con actividades y juguetes didácticos para</p>

	<p>todos los chicos. Pero si tengo más personas adultas el producto tendría que estar dirigido para ellos y ofrecerle el producto adecuado. Por ejemplo yo podría vender autos formula 1 pero si no tengo clientes quien me va a comprar así que primero se tendría que hacer un estudio de mercado que predomina para ofrecer el producto adecuado hace que primero se hacer el</p> <p>Bueno yo tengo una idea muy particular quizá no compartamos, pero igual te doy mi idea. Yo pienso que dentro de los barrios de las necesidades los vecinos se sientan empoderados, que conozcan a su vecino y a toda su comunidad que conozcan su territorio al vecino y a toda su comunidad</p> <p>La única manera de que ellos socialicen seria que hallan mercados feriales donde ellos van y participan conversan con la vecina que es comerciante conversan con el otro vecino que se encontraron y los dos buscan unos productos muy parecidos o buscan el pollo o el pescado y conversan en la calle cosas que suceden porque hay veces no tienen tiempo de visitarse entre vecinos tener un lugar obligatorio en el mercado, la panadería, en la feria, crear estos espacios que nos solo sea para intercambio de productos sino también para socializar entre los vecinos podría incorporar dentro de esos también cafería, juguería o espacios de encuentro o feria de comida es decir hacer mercado barrial donde ellos participen eso sería mi punto de buscar no entonces yo mejoraría el comercio mediante la identidad de las personas brindándole un buen servicio y brindándole la confianza que al ser su vecino no le va a estafar como sucede hay veces en los comercios grandes.</p>
<b>INDICADOR 3: Locales de conveniencia</b>	
<p>E: los locales de conveniencia son todo sitio físico, local o tienda que la cual se venden diferentes productos en</p>	<p>Claro que si lo que pasa es que muchas veces nuestra sociedad en San Juan de Lurigancho es tan heterogénea y tan falta de profesionales que casi toda la familia</p>

<p>cantidades, pequeñas, la cual se caracteriza por tener ventas pequeñas. En su experiencia Teniendo en cuenta que los locales de conveniencia son los establecimientos que venden productos de primera necesidad llamados tradicionalmente como bodegas de barrio <b>¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?</b></p>	<p>son familias de inmigrantes del interior hacia la capital y los hijos son la primera generación de profesionales y que tienen y estas personas cuando llegan la primera actividad que tienen es vender comida o vender algo y ellos solo se autogestionan un ingreso y crean su propia pequeña empresa, que sean informales no significa que no deberían de estar tendría que formalizarse en todo caso porque todos tienen que formalizarse pero también la comunidad tendría que tener la sabiduría de generarles ferias gastronómicas, alimenticias de productos y que ellos vayan rotando a diferentes sectores del barrio y que no se queden en un mismo lugar porque si se quedan en un mismo lugar se acostumbra y se sienten dueño de ese lugar y lo ensucian en cambio si los vecinos van rotando en una semana están en un lugar , la otra semana en otro lugar. Y así van paseando entonces los vecinos así sabes que esa semana les toca cerca de su casa y de repente podrían comprar identificarse y quizá ellos mismos salen a Vender otros productos y eso sería como una suerte de recorrido es feriante que pasan en otros países yo he visto en Argentina por ejemplo los miércoles le toca al barrio mío, en otro barrio es los jueves y otro barrio los viernes entonces la Municipalidad le limpia las calles les cierra las calles para el tránsito y ellos saben que tienen que dejar limpio las calles a las 3.00 pm y todo el día los vecinos van y vienen compran y ahí están los contenedores de basura que llegan cerca a las 3.00 pm que lo único que tienen que hacer es levantar la basura e irse. Sería muy interesante muy lindo se llama ferias barriales y habría que aplicarlo.</p>
<p><b>SUBCATEGORIA 2: Impacto de la arquitectura comercial</b></p>	
<p><b>INDICADOR 1: Uso de suelo</b></p>	
<p>E: el uso de suelo es la ocupación de un área determinada en base a su potencial económico y por lo tanto su potencial de desarrollo. Se clasifica según su ubicación en urbana o rural y</p>	<p>Hay un arquitecto llamado Eduardo Resse este arquitecto ha hecho un estudio de sobre todo el impacto de la periferia de estos centros comerciales grandes que se implantaron ahí. ¿Entonces que descubrió? Que La gente al ver semejante</p>

representa la estructura urbana, y por tanto su función.

En su experiencia **¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?**

En su experiencia **¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?**

edificio que tenía de todo adentro y que no tenía ventanita hacia afuera y que parecía que todo estaba encerrado adentro encontraba de todo vieron la necesidad de que todos los comercios locales de los vecinos se empezaron a venir abajo porque la gente ya no iba se cerraban los locales comerciales y familiares porque era tanto la potencia de estos centros comerciales y mall que los perjudicaba a todos los vecinos que estaban alrededor o bien odiaban los centros comerciales porque se le venía abajo todo el negocio porque adentro encontraban de todo y como era a gran escala conseguían a otro precio diferente. Entonces los vecinos no estaban de acuerdo y toda la gente que venía a ese lugar venía de afuera y disfrutaban de ese mall. Entonces el impacto que genera sería un impacto negativo para el comercio local del vecino que ha desarrollado sus actividades a pedales por no decir a cuenta tropismo que el que ha venido con la gran empresa a poner un centro comercial. Todo depende de tu ciudad porque si tú quieres tener esos mega centros comerciales si pero a mí me gusta eso porque es más grande listo. Pero si un punto de vista más social dirás no el comercio minorista del vecino que se saca el alma y que se levanta todas las mañanas y te fía. A ver si el metro te va a fiar no entonces i te fían y justo se va a quiebra y cierran su negocio entonces la sociedad y el sector del barrio se viene abajo se deprime y no funcionaría en ese caso como debería de funcionar

Lo que pasa que desde que entraron el libre mercado en el gobierno de Fujimori digamos así donde le dan una apertura tremenda al comitente privado el que tiene mayor poder económico es el que impone sus hábitos y su modo de vida y sus centros comerciales con el argumento de oferta y demanda, aunque estén dibujados no importa el argumento es válido oferta y demanda el que maneja los

De acuerdo a la normativa de uso de suelos **¿Que impacto genera un centro comercial en suelo rústico?**

**¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?**

precios entonces desde ese punto de vista el suelo que ellos lo ven como candidato por ejemplo en el 5 de Canto Grande, en el 10 de Canto Grande, en el Metro, que está por la estación San Martín se va creando tanto movimiento económico que se va moviendo todas las fachadas que era viviendas o corralones cerraron y ahora son restaurantes. Entonces te modifica todo eso generando un cambio de uso. Ahora que la Municipalidad no los haga inmediatamente porque no tienen lectura urbana es otro tema ¿¿por qué? Porque debería tener una lectura urbana actualizada pero no lo actualiza y dicen ah Lima me envió este plano y yo respeto lo de Lima. Mentira. La sociedad es dinámica. Entonces cada año se tendría que hacer una lectura para ver la tendencia y planificar el futuro que sectores van a crecer y que sectores no. Y eso es planificación. Entonces el impacto que general un centro comercial. Están fuerte que te modifica todo el uso del suelo del entorno. Por ejemplo, con el Metro chico que está acá al costado de la estación san Martín en esa recta, me modificó todo al costado hay un gran colegio el Copérnico. Si el Copérnico se transforma en centro comercial se llena. Si el Copérnico saca todo su cerco y lo convierte en librerías. Por ejemplo va a tener más gente en la librería que estudiar en el colegio. Entonces el impacto económico es muy importante y muy fuerte y habría que estudiarlo para que no sea un caos, sino que sea algo diferente.

Primero el suelo rústico está considerado como expansión urbana mas no está considerado como áreas urbanizables para centros comerciales ósea es como si le faltara la consolidación primero para que haga un centro comercial. Tiene que haber consolidación urbana. Y un suelo rustico no creo que tenga consolidación urbana. Está a nivel incipiente recién está empezando. Entonces el tema sería impredecible porque al no tener un

impacto como comunidad, sociedad con una dinámica económica y vecinos residiendo en esa zona, no vas a tener impacto. Porque no hay comercio que aguante. Es como si tu quisieras comprarte una formula 1 y resulta que haces colectivo desde el 10 hasta la hacienda. Entonces para que te sirva la fórmula 1, no tiene sentido, entonces por ahí viene la respuesta. Y no existiría un impacto porque el sueño rústico significa que no hay densidad no hay demanda, no hay comercio.

Aquí hay una incompatibilidad de usos. No tiene que tener ninguna contaminación ambiental y el solo hecho de tener centros comerciales impacta porque se genera bastante desmonte, acumulación de personas , y si no tienes bien controlado el smott por ejemplo. Ver la parte positiva porque no todo es negativo. Sino que yo podría tener un comercio temático por ejemplo que se complementa con las huacas, no. Podría haber artesanía, ponchos, algo tradicional, sombreros de paja, en el caso de la marinera tejido limeño estilizado, para la ropa limeña y clima nuestro, pero cerca de las huacas que significa que yo podría intervenir la potencialidad cultural de las huacas con sus características y proponerlo como modas urbanas por ejemplo. Entonces me puede servir como referente, entonces ahí sí habría una integración entre lo que es comercio especializado con el sector de áreas de protección y conservación. Sería un reto obligado para la gente colocar un centro comercial y centros culturales pero con ese estilo. Yo no he visto pero las grandes marcas por ejemplo tienen lo suyo. Chanel por ejemplo tiene su estilo de mercado. Pero acá ponte que sea Huaca Canto Chico por decir un nombre con su estilo. Por ejemplo Nazca que tenga sus líneas de nazca, su ropa de nazca, con zapatos y estilo de nazca, cositas así y detalles taquitos con cositas así doradas como si fueran las líneas



	<p>punta donde va hacer imposible pasar por ahí, inseguro, hay prostitución, drogadicción, y todo lo demás que genera alrededor, hoteles esos de chuculun que hay un montón por ahí.</p> <p>Primero Jockey Plaza podríamos decir que es un lugar de concentración y de identificación y que si está bien cuidado es posible que sea hasta centro financiero porque adentro hay tantos bancos que tu no necesitas sacar la plata y exponerte al exterior para que te asalten sino adentro mismo baja la escalera y tienes otro centro comercial, depositas tu dinero, haces tu intercambio de productos y estás seguro, te sientes seguro no es cierto entonces los impactos socioeconómicos podría ser que te dan cierta seguridad interna, mas no externa porque afuera es todo un caos hasta para tomar el colectivo. Entonces estos traen esos problemas. Los megaproyectos no están preparados para ello. En San Miguel pasa lo mismo, ese que está en la Avenida La Marina. Entonces la ciudad nunca ha estado preparada. Entonces esto es un impacto digamos de inserción negativa en el espacio urbano. El que está en el Callao también tiene su nombre y que en este momento también pasa lo mismo. Adentro es muy interesante pero cuando sales es un caos tremendo.</p> <p>¿Y qué impacto positivo genera su presencia? Son espacios donde las personas lamentablemente, nuestra sociedad que es tan ligera que van muchas veces para pasear se sacan fotos que están viendo productos y al final no llevan nada, pero fueron al metro, fueron a ver precios digamos así. Entonces puede ser que tu digas que el impacto positivo es un lugar de referencia donde pueden ver distintos productos en un solo lugar.</p>
<b>INDICADOR 3: Cambio de imagen</b>	
E: la influencia de la arquitectura comercial crea cambio de imagen. Un	Bien la verdad que no está bien estudiado el tema de la imagen urbana, son grandes

ejemplo ilustrativo de este proceso es cuando un espacio es ocupado por un megaproyecto. En su experiencia **¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?**

Sabemos que en la zona existen diversos comercios establecidos y se propone una arquitectura comercial que cuenta con una imagen corporativa reconocida **¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?**

volúmenes cerrados al exterior. Sin embargo, se pierde la oportunidad de crear espacios transparentes de exposiciones de productos o de atención para que tenga una imagen urbana más dialogante. Ósea te obligan a entrar, lo cierran a propósito para que entres y una vez que estás adentro ya fuiste ya. Sales comprando algo Y lo que compraste ya sea un jugo, un café, un menú o algo. Ese dinero no se queda en el país. Automáticamente no se si habrás visto esos cajeros que aparecen dos valores cuando pagas algo uno que es en soles y el otro que es en dólares. Entonces inmediatamente lo transforman en dólares y ni bien hacen el depósito sale al exterior. Así de simple. Ósea sin alcansillas donde tu depositas tu plata al exterior y no sé si eso sea positivo o negativo. Lo que yo sé es que generar trabajo, reinvertir todo ese dinero aquí en el país y no salir afuera porque es dinero de toda la población.

Son grandes volúmenes, contenedores que sea oh el edificio. No es las vegas. Son edificios grandes como te digo es el lenguaje negativo para la escala humana que te obliga a entrar, donde te ponen una sola puerta y las demás están cerradas. Imagínate si la fachada del metro fuera como los locales comerciales que tengan doble entrada tanto del exterior como del interior, los comercios serían mucho más fáciles. Entonces podrías hacer que los vecinos entren también en los comercios laterales como ferias y puedan salir y entrar por esos lados hacia los comercios interiores por ejemplo, pero no sucede. Todo está diseñado para que tú ingreses. Como te que te atrapan como un pescadito donde ya caíste en la red y ya fuiste. Entonces lo mismo en los restaurantes, en estos restaurantes nuevo modernos todo está diseñado para que comas y te sientas incomodo al rato y te levantes ósea genera consumo y rotación de personas. El Mc Donald y todas las hamburguesas, en las comidas rápidas

	<p>pasa exactamente lo mismo. No está diseñado como para disfrutar no. En un espacio en una buena tarde con tu familia y puedas pasar un buen rato un buen momento gastronómico por decirte.</p>
<p><b>SUBCATEGORIA 3: Criterios de diseño en la arquitectura comercial</b></p>	
<p><b>INDICADOR 1: Estéticas</b></p>	
<p>E: estética en la arquitectura comercial, hace referencia a la apariencia que tendrá y que es reflejado a través de su diseño tanto exterior como interior.</p> <p><b>¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?</b></p>	<p>Tu conoces el jockey plaza el que está en la panamericana norte. Ahí tenemos algo un poquito algo diferente, aunque le faltaría un poquito más de espacialidad, si bien tiene un buen retiro con respecto al nodo urbano van creando espacios exteriores como pequeñas plazas donde la gente puede salir a tomar helados que se yo pueden tomar unos emolientes calientes con su churro y adentro también tienen por el lado derecho tienen patios comerciales aparte de los comercios internos. Entonces ¿Qué criterios arquitectónicos se debería considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? El comercio cerrado del producto que sea y la expansión de esos comercios, crear actividades comerciales que te generen patios de intercambio como el patio de comida por ejemplo o un sector donde vendan productos que tú los puedas disfrutar ahí mismo. No necesariamente tienen que estar adentro ni hacer colas sino que disfrutes con tu familia en lugares de permanencia por ejemplo en Córdoba estos centros comerciales tienen en el tercer piso en el tercer nivel el patio de comida no como en la planta baja como acostumbramos nosotros. Donde sabes que si vas al tercer piso vas a encontrar una variedad de feria gastronómica como hay en el aeropuerto de embarque donde hay restaurantes. Entonces donde hay mesas que son individuales, mesas agrupadas, mesas que son familiares, donde tu disfrutas y vez el paisaje desde el tercer piso. No hay televisor ah. No es como aquí que hay televisor y te aburres. No, no la gente va a disfrutar de los alimentos por ejemplo de la comida</p>

	<p>italiana, francesa, árabe, vas con tu familia pasan un buen momento con tus amistades y luego te retiras. Pero estas hablando del tercer nivel, es decir no lo mezclas con los zapatos ni con ropa que son del primer nivel, allá los llaman el shopping center. Podría ser una especialización de esa manera donde tú puedes crear terrazas de comida que no tenemos. Entonces sería interesante ver la tipología en función de su expansión es decir comercio y expansión. tipología de comercio expansión, Heladería expansión, restaurante expansión. Me entiendes de tal manera que son parte del complemento y te obliga a permanecer horas, cosa que ha cambiado con las tipologías anteriores de los centros comerciales. Donde tu entrabas, comprabas y te ibas por la circulación que terminabas en la salida. Que aburrido no. En cambio ahora no pues te ofrecen un montón de circulación que te obliga a quedarte</p> <p>La arquitectura comercial es básicamente visual. Si tu quieres hacer una arquitectura visual tiene que ser visible, tiene que ser agradable a la vista, no tiene que ser chocante. Entonces la imagen del producto, la imagen de la publicidad tendría que ser estudiado muy bien para que los vecinos se sientan cómodo se sientan agradable y se identifique con los productos. Aunque ahora vaz a ver que ADIDAS de pronto tiene unos precios que te espanta. Habría que hacer un estudio de marketing. Básicamente crear escenografías de comercio. Es decir hay que estudiar las fachadas internas.</p>
<b>INDICADOR 2: Sociológicos</b>	
<p>E: La sociología es un área poco considerada en la arquitectura y que sin embargo es de suma importancia porque estudia las prácticas sociales, culturales, artísticas y políticas la cual ha venido siendo ocultada en diversos campos de estudio.</p>	<p>Mas que hacer un diseño sería hacer un estudio de mercado para ver hacia a donde apuntas con tu comercio entonces vas a ver si es una zona que apunta a jóvenes que hacen deporte, tu arquitectura podrías ser una arquitectura de productos deportivos, por ejemplo. Nose si te has dado cuenta que casi todos</p>

<p>En su experiencia <b>¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?</b></p>	<p>los lugares de gimnasio que hay en la avenida. Todas las fachadas. Las bicicletas, los pedales y las cintas de caminata dan hacia la calle ¿por qué? Todos mirando ahí como si exhibiéndose como maniquíes, segundo, tercero y cuarto piso. Ósea cual es la función. ¿Exhibirte? O hacer ejercicios. Entonces habría que ver que nuestra sociedad está siendo manejada, no tenemos criterio como para exigirnos nosotros y proponer. Entonces cuando hablas de criterios de diseño primero tenemos que ver quien lo va a consumir para que target estaría dirigido estos centros comerciales y el diseño tendría que tener ese lenguaje justamente para esa gente. Si fuera una población inmensa de puros niños me haría un Disney o un parque artericks o un centro comercial de artericks y podría tener el éxito que voy buscando porque ya tengo un estudio de mercado así que lo principal es el estudio de mercado. Entonces el principal es el estudio de mercado, que es lo que tengo ahí y cuál sería el radio de acción de estos pueden ser de media hora, 20 minutos caminando que sería todo tu mercado que tendrías que analizar, para que analices que productos vas a vender por ejemplo.</p>
---	--

**INDICADOR 3: Antropométricos**

<p>E: El objetivo de la antropometría es inferir cuáles son los patrones frecuentes o extraordinarios del habitante, en el desarrollo de su antropometría y las etapas de su vida a partir del diseño, desde su concepción hasta su desarrollo.</p> <p>Teniendo en cuenta que las medidas del cuerpo humano son importantes en el diseño de espacios. <b>¿Qué aspectos antropométricos se aplica en el diseño de espacios comerciales?</b></p>	<p>Primero buscar el público objetivo, son jóvenes entonces buscar las medidas estandarizadas, pero si fueran niños, hay niños de distintas edades van creciendo hasta que llegan a la etapa de la juventud y ya crecieron hasta unos 1.60 m. o 1.70 m. y no van a cambiar mucho en cambio para los pequeños si va a cambiar mucho, va ir cambiando constantemente, las gradas, las veredas, las rampas tendrán que ser para ellos, en cambio los jóvenes y los adultos tendrán que ser medidas estándar. ¿Entonces que aspectos antropométricos se aplican en el diseño de espacios comerciales? Primero la accesibilidad. Necesitas la accesibilidad que tiene que ser de uso universal tal como te indica el reglamento nacional de</p>
--	--

	<p>edificaciones. Segundo tendría que ser de materiales duraderos. Tercero tienen que ser colores claros que te ayuden o neutros que te ayuden a destacar el producto antes que la arquitectura. Ósea yo voy a exhibir productos que quiero vender, tengo que destacar los productos no tengo que destacar la arquitectura que lo envuelve. Entonces tiene que ser colores neutros donde se destaque la arquitectura.</p>
--	---

**ANEXO 4:** Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

**GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Título de la investigación:** Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Entrevistador (E) : Nieves Deza, Víctor Daniel  
 Entrevistado (P) : Grober Esteban Ruiz Chipana  
 Ocupación del entrevistado : Arquitecto  
 Fecha : 01 de octubre del 2022  
 Hora de inicio : 6:35 pm  
 Hora de finalización : 7:06 pm  
 Lugar de entrevista : vía zoom

<b>PREGUNTAS</b>	<b>TRANSCRIPCION DE RESPUESTAS</b>
<b>CATEGORIA 1: Renovación urbana</b>	
	La renovación urbana es el proceso de renovar áreas existentes dañadas o en mal estado, puede incluir, edificios, parques, carreteras, áreas industriales, generando la el incremento económico. Asimismo mejora la estética y condiciones de vida en áreas urbanas o rurales en desarrollo.
<b>SUBCATEGORIA 1: Imagen urbana</b>	
<b>INDICADOR 1: Estructura urbana</b>	

<p>E: la estructura urbana se adapta y amplifica en ajustes que se realizan en las ciudades con el fin económico que se ha transformado en la actualidad y se relacionan con los elementos sociales y físicos al interior y exterior</p> <p>En su experiencia <b>¿De qué manera influye la estructura urbana en el aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?</b></p> <p><b>¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades?</b></p>	<p>El impacto que tiene los centros comerciales, el gran impacto que tienen los centros comerciales es primero nuclear, las actividades comerciales en puntos focales o nodos de encuentro, segundo al estar focalizado en estos aspectos hace de que la ciudad crezca de manera o radial o lineal entonces tu estructura urbana puede ser radial o lineal, en el caso de San Juan de Lurigancho casi todos son lineales. Entonces al Ser lineales. ¿En qué influye? Influye en el desarrollo longitudinal. Ósea si tú le pones pueblos, pueblos, pueblos. Se juntan los pueblos y es un gran eje de poblaciones. Pero si pones comercio, comercio, comercio es una gran feria de comercio alineados a la carretera central, por ejemplo, bien entonces, aquí pasa exactamente lo mismo. Yo me voy al 5. No mira desde caja de agua desde el mercado el bosque que está cerca a la UGEL , sigo pasando hay otro mercadito más acá que está hacia la mano derecha y después tengo la estación pirámide del sol donde está el comercio especializado de cables, productos de ferretería, luego tenemos la hacienda y después tienes los postes que también tiene un centro comercial para la izquierda, después tienes san Carlos y después tienes el metro, ósea esos puntos que van siguiendo esa secuencia, hace que la arquitectura de la estructura urbana sea lineal. De la avenida próceres de pronto se ramifica hacia los costados como una espina de pescado y aparecen otros centros comerciales en las laderas en los cerros, no necesitan bajar hasta el centro pero siempre con escala en función de su población entonces en ese sentido podríamos decir que la morfología de la ciudad puede ir creciendo en función de su población y apenas hay población seguramente que se mete un mercado, se mete una</p>
--	---

<p><b>Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?</b></p>	<p>escuela un transporte, se mete una serie de servicios que llegar. Menos la Municipalidad que tendría que ser importante que estén presentes.</p> <p>El gobierno, la municipalidad tendría la potencia suficiente para renovar la ciudad. Al vecino le va a decir vecino salga de acá que quiero colocar un centro comercial, no creo va a ser imposible, tampoco tiene terrenos grandes como para ofrecerlos va a ir atacando los mercados va pero las plazas los parques y nos vamos a quedar sin área verde entonces lo que tendría que haber allí es una dinámica de cambio pero en función de incentivos de aliento o desaliento por ejemplo yo tengo sector que potencialmente puede ser válido. Puedo colocar los impuestos más caros en este sector y los vecinos como no pueden sostener van. Entonces puede haber inversiones privadas que pueden ir comprando 12345610 lote una manzana y en función de eso pueden crear el centro comercial que desean me entiendes, tiene que haber una política de aliento desaliento por ejemplo en los bordes qué te parece si los impuestos más caros los pagan los vecinos de los bordes tú crees que ahora se van a ir a los bordes porque tienen que pagar más impuestos. Y a los de abajo a los que están en la avenida si les doy incentivo para que aumente su densidad en vez de 2 pisos, 3 pisos sean de 8 de 10 y 12 pisos no construirán más altura. Claro que si son políticas puras que se tendría que implementar desde el vamos.</p>
<p><b>INDICADOR 2: Identidad urbana</b></p>	

<p>E: la identidad urbana es identificar lo más importante de la ciudad, representa lo que compone simbólicamente por la historia, cultura, la personalidad de los habitantes en el entorno urbano en los espacios y el paisaje urbano</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? Y ¿De qué manera?</b></p>	<p>¿Tiene identidad San Juan de Lurigancho? O capaz de que esa heterogeneidad sea su identidad, donde yo tendría que crear espacios urbanos que sea justamente para que justamente para actividades híbridas por qué ponte que un cajamarquino o una cajamarquina, una chilca se casa con un puneño que le encanta y que se enamore de un puneño. ¿El hijito que va ser? ¿Cajamarquino o puneño? Un cruce tremendo entonces ahí nomas estamos uniendo dos cosas la mezcla de culturas en una sociedad nueva. Y el chiquito que culpa tiene no que por cierto he visto que las cajamarquinas son bellísimas. Entonces Para eso tiene que haber una fusión de culturas y para exista una fusión de la cultura tenemos que reconocer primero que esta heterogeneidad y lo que hace que la sociedad nuestra sea híbrida, sea múltiple y versátil. Por lo tanto todos los espacios urbanos deberían de considerar esta multidiversidad. A nivel territorial por ejemplo hay un detalle que es importante ¿me escucha Arquí? Bueno por ejemplo ver por ejemplo en la panamericana norte ancón casi todos vienen del norte en esa zona y el cruce que hay es del norte con la gente de Cajamarca Chiclayo, Trujillo, Piura y Tumbes se juntan y se mezclan y bueno las características son muy particulares de la panamericana sur Arequipa, Tacna, Puno, Huancavelica todos no entonces miren como la sociedad pronto se mezclando por fusión en esa zona y crean una realidad diferente qué después de que la gente de la ciudad por motivo de trabajo el del sur se va al norte sur y centro y se cruza todo. Te enamoraste con un chico de otro lado ya fuiste ya. Entonces esa sociedad dinámica se refleja. Entonces los espacios que consideraría en tus ojos de paso que consideraría urbano para esta creación de la identidad sería una identidad</p>
--	--

	<p>versátil. Oh cierto de múltiples culturas donde los espacios tendrían que ser flexibles para las distintas tradiciones que existen y no podría proponer como en el restaurante cajamarquino porque resulta que no solo hay cajamarquinos, ni restaurante chiclayano no necesariamente tendría que ser así. Entonces ¿qué espacios urbanos considera usted? Espacios mixtos público abierto flexible.</p>
<b>INDICADOR 3: Paisaje urbano</b>	
<p>E: el paisaje urbano en arquitectura se define como el conjunto de espacios que lo construye los equipamientos, mobiliario urbano, elementos urbanos, entre otros, conformando una perspectiva visual y espacial mediante la escala humana y la proporción de los sectores en la ciudad.</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbano para mejorar la imagen urbana? Y ¿Cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?</b></p>	<p>Hay un libro muy antiguo de la arquitectura que a lo mejor lo tienen no y es de Kevin Lynch. Este libro que esta acá te habla de la imagen urbana y justo lo que estás diciendo es lo siguiente que ¿qué tenemos en la imagen urbana? calles que tenemos plazas que tenemos lugares de encuentro que tenemos esquina que tenemos comercio que tenemos esta escuela entonces la imagen urbana tendrá que representar cada uno de sus equipamientos de la forma como lo armen. Va a ser tu diseño pero calles vas a tener, de las calles cuales son las características por ejemplo primera jerarquía, segunda jerarquía, tercera jerarquía hasta la sexta jerarquía que son los peatonales entonces puedes tener distintos tipos de calles y no necesariamente tiene que ser recta , los más lindos son las calles curvas no entonces sería uno de los elementos de la imagen urbana las calles. Otro elemento de la imagen urbana sería la altura de las edificaciones hay sectores donde las callecitas que hay ahí tienen al costado solamente en 2 pisos se ve el sol cuando caminan por ahí. Hay otros que son de 4 pisos y hay otros que son de 8 pisos donde no vez ni el sol entonces esa obra espacial digamos carga la imagen que tú tienes entonces sería el volumen y los sólidos. También otra imagen urbana que tienen es el zócalo comercial sí es que tienen. Casi todos los edificios</p>

<p><b>¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?</b></p>	<p>tienen un zócalo comercial. Entonces los accesos son zócalos comerciales o estacionamientos si fueran residencia. Entonces en ese sentido alguna lectura de estas imágenes. Otra imagen urbana puede ser el parque, el parque puede ser local, puede ser sectorial el parque puede ser una pequeña plazoleta que está en una esquina de un pedacito de verdad que le ha sobrado son lugares de encuentro. Entonces yo diría que habría que revisar Kevin Lynch y tomar esos elementos y elegir dentro de todo ello elegir en el eje de San Juan de Lurigancho de quieres imponer que lo que tiene, plaza, parque, nodo, barrio que tiene cuadra e incluye hasta la manzana en muchos sectores son rectangular y ya no existe más esa manzana colonial crecen al 100 por ciento. Porque todo está hecho en el punto de vista el consumo o gasto. Entonces ahí habría que ver que si ese lenguaje de la manzana va generando una identidad por ejemplo barranco que esa casita de piedra con líneas de ferrocarril que da un ambiente como si estuvieras en el siglo 18. Entonces va a pasar lo mismo con tu sector intervenir para renovar la ciudad.</p> <p>Bueno lo primero que tiene que ver es que va a proponer ¿ejes? ¿Quiero proponer un eje ordenador, quiero proponer una estructura urbana y clara? Quiero tener la posibilidad de renovar la densidad de los edificios por ejemplo un sector lo quiero renovar para Re potencializar ejemplo puerto madero que queda a la espalda de la ciudad de pronto ahora es un centro financiero impresionante con hoteles y todo para empresarios. Entonces todo depende de lo que quieres. Como podría explicar el paisaje urbano en la renovación urbana. Primero buscar ejes importantes de movimiento económico para darle identidad, el</p>
---	--

	núcleo financiero por ejemplo si no estuvieran esos edificios no funcionaría.
<b>SUBCATEGORIA 2: Efectos positivos de la renovación urbana</b>	
<b>INDICADOR 2: Confort urbano MINI. 9:53</b>	
<p>E: el confort urbano se define por producir comodidad y bienestar para las personas que lo integran teniendo en cuenta la percepción de espacio con la calidad de vida y los beneficios que esta puede producir, debe tomar un equilibrio entre hombre y naturaleza.</p> <p>En su experiencia <b>¿Por qué es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector?</b></p> <p><b>¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?</b></p>	<p>Bueno es un gran dilema no generalmente los grandes inversionistas lo que menos les interesa son los espacios verdes. Sin embargo la organización panamericana de la salud que dice lo siguiente dice lo siguiente que te. Hey puedes, el necesario que es necesario tener de 17 a 25 metros cuadrados de áreas verdes por habitante que yo siempre a los chicos de plani les digo que utilicen 25 sin embargo sin embargo en otros lugares hasta 12 metros o 9 metros cuadrados por habitante. Entonces te empiezan a mezquina el uso del espacio por qué digo a mezquinar porque la población de dinámica. Sin en este momento yo dejo el 9% cuando crezca la población ya no va a ser 9 sino va a ser 7, 6, 5 o 4 . En cambio sí le pongo 25 por más que crezca la población. Hasta que se densifique y se sature. Jesús María por ejemplo mantiene su calidad ambiental</p> <p>una estructura continua. Carajo perdón en función de eso la renovación urbana base diferente porque toque caja de agua que renovar el sitio del colegio en colegio viejo y que nadie lo quiere ok entonces esta intuición no acá que podría colocar para renovar su comercial hay un mercado. Qué colocaron un conjunto edilicio crecer de tal manera de que vería el perfil con aire cónico que indican el perfil que podría estar ahí en ese momento no entonces dije evoluciones entre conozco tendrá que proponer una nueva estrategia que tenga impacto económico por qué tu paquete no justamente sobre el comercio. Que no tengo el estudio del económico esa</p>

	<p>zona con ese impacto que muestra líneas de diálogo una lotería auto mi proyecto del sinái compró un puesto si quieren o local comercial kyle ya no por la idea que funciona no. Un arquitecto de gran tamaño formada en ingresos seria de qué manera se encuentran la renovación urbana o suburbana bs y excepto 4 desacreditan exactamente y sin poder capturar.</p> <p>En el 5 bien el 5 tiene una característica deportiva ahí siempre ha habido este campo deportivo junto a la población iba a participar qué historia tiene tradición ruta alguna guayacán queda que entonces se tejen en posible de que sientas eso en un centro comercial un mega centro comercial que tenga en sus techos accesible para actividades deportivas y se mantiene la identidad qué es lo que la tensión sea accesible y hacer hacia abajo en la zona comercial estimen que sirven en el terreno creo que son suma de 5 kg. Porque sé que en algunas unidades de la bella capturando la venia bis escena sobre todo quintana y pollo son informales incluso caseras para que no entendí. Puedo divisar todo 13 campo en pos de crear un centro comercial, pero va a tener tanta gente que iba a vivir allí que va a trabajar ahí perdón que mejor que sea falta de kiwi estéril. Y allá a residencia para los trabajadores allá en qué lugares de almacenamiento para que los productos no tengan que cargar todo lo que has hecho qué crees que haya cancelado para la capacidad que pueda hacerte el sabor del producto cuando trató de mercado o sea tan grande tu pase una mega ciudad industrial y comercial allí para chicos para grande para toda la familia.</p>
<b>INDICADOR 3: Transformación urbana</b>	
E: transformación urbana crea nuevas actividades antes demandas de la ciudad, como la trama de residencia o	Una renovación no se hace enseguida nace en el tiempo en un ratito voy a prender la luz arquí un ratito hacer una

comercial que ordena el suelo en áreas informales que fomentan problemas urbanos, así mismo trae la consolidación de nuevas centralidades en la ciudad.

En su experiencia **¿De qué manera la transformación genera la reestructuración espacial de un espacio urbano?**

**¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?**

renovación implica tiempo. Por ejemplo si quieres hacer una renovación urbana o una intervención organizacional en el 5 te va a llevar por lo menos más de 5 años. En un proceso normal pero podría acelerarlo con tecnología nueva con técnica constructiva diferente de tal manera de que la transformación sea mucho más rápida que el impacto que tienen con la comunidad va a ser satisfactoria porque la gente en este momento también ninguna otra forma de pronto ve del producto dentro de un periodo de vida de la gente y así van a ir a. Este a consumir a comprar intercambiar productos en cambio si se demora como saben hacer en Perú, años pues te da coraje que empiece la construcción después de haberlo abandonado un tiempo. Entonces es importante que en proceso de construcción sea rápido o sea sencillo y que tenga a grandes superficies ya que ella como candy para que la gente vaya.

Como se puede implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana. Bueno estamos reconstruyendo la ciudad en este caso con ese punto de vista. Tendría que ser tan fuerte y tan potente los centros comerciales que viven directamente y le obligan a modificar el entorno inmediato. En caso de la hacienda alrededor se ha modificado completamente aunque saturado pero se ha modificado para mal porque no ha sido planificado pero tu podrías tener ese impacto y puedes planificar las densidades con lo que te decía hace un momento, incentivar a los vecinos con mayores impuestos o desalentarlos para cosas negativas e incentivarlos para las cosas positivas. Entonces como los vecinos sabes que no quieren pagar impuestos es que hagan las cosas positivas y mejora la

	ciudad como tú quieres y ese sería una estrategia de la política pública.
<b>SUBCATEGORIA 3: Estrategias urbanas</b>	
<b>INDICADOR 1: Conservación de espacios urbanos</b>	
<p>E: conservación de espacios urbanos a la práctica de conservar las áreas verdes en el entorno urbano como parques, ríos patios y áreas urbanas lo que proviene de la conservación urbana generando mayor calidad urbana para árboles, flores entre otros En su experiencia <b>¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?</b></p> <p><b>¿Qué estrategias urbanas puedo implementar para conservar los espacios urbanos en la renovación urbana de un barrio o un sector?</b></p> <p><b>¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?</b></p>	<p>1.- La primera estrategia sería recuperación, la segunda estrategia podría ser Implementación e implementación del espacio público para las actividades lucrativas de los vecinos de tal sector u otra estrategia sería incorporación de actividades comerciales para potencializar la dinámica de uso de los vecinos del lugar Me entiendes. Entonces sería armarse de estrategias urbanas para conservar como para renovar.</p> <p>2.- Bueno primero tienen que encontrar a hacer mi FODA, mi análisis FODA y dentro del foda tendré que ir a tomar las fortalezas. La fortaleza de ese foda del sector urbano que estas analizando lo tendría que potencializar. Entonces potencializo lo que me indica el foda para renovar el espacio y de pronto te vas a dar cuenta de que ese sector se va a revitalizar así violentamente no.</p> <p>3.- Es cierto este lo que nosotros lamentablemente hacemos es que todos los mobiliarios lo diseñemos en función del mobiliario en sí pero no creamos espacio de encuentro, espacios de reunión o no creamos nada. Es llenar y poner el equipamiento así como si fueran un desfile total ya los puso ya tiene banco, ya tiene poste, ya tiene luz, ya tiene agua al costado unas piletas. Pero no hay que armar espacios adecuados para que la gente socialice la principal función de la de la ciudad es la socialización de las personas y el uso y el intercambio de las actividades económicas como para generar esa dinámica de uso de las actividades comerciales en el caso tuyo.</p>
<b>INDICADOR 2: Revitalización de los barrios</b>	

<p>E: la revitalización de los barrios es un instrumento que revierte los estados urbanos y arquitectónicos de la ciudad para generar nuevas condiciones urbanas que demanda el lugar para la sostenibilidad.</p> <p>En su experiencia <b>¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?</b></p> <p><b>¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?</b></p>	<p>Cómo influye es muy directo entonces significa que tu le estas inyectando todo aspecto positivo. No cierto ¿cuál sería los aspectos positivos de la renovación? Conservar la altura, conservar el color ambiental recuperando la identidad y lenguaje arquitectónico proponerle éste equipamientos acordes a ese sector equipamiento complementario como educación, salud un parque, es espacio deportivo no que yo estoy creando actividades que ayudan a potenciar a revitalizar algo que está deprimido revitalizó con un paciente no que está agonizando y yo le hago su rehabilitación. Y de pronto se recupera qué le hice presión en la parte coronaria este masaje electrochock le impuso un montón de cosas para que viva. Acá pasa exactamente lo mismo yo renuevo la parte en la ciudad para crear la red revitalización. A través a través de una intervención social intervenciones en el medio intervengo renovando él. No intervención solita no funciona habría que ver bien la oración para que quede redondita. Y esa renovación puede ser modificación de altura, modificación de actividad comercial en el zócalo de modificación del color por ejemplo en Europa hay una calle que no le puede cambiar de color. Allí tampoco hay otra prehistórica que tiene que ser con un lenguaje neoclásico. Claro por su historia porque ellos respetan y se hacen normas. Acá hacemos normas pero no hacemos historia. No respetamos ni michi.</p>
<p><b>INDICADOR 3: Regeneración urbana</b></p>	
<p>E: regeneración urbana, se basa a un enfoque integral que consiste en remodelar los espacios urbanos mejorando el tejido urbano existente, sin provocar desplazamientos que fuerzan a la ciudad.</p> <p>En su experiencia <b>¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la</b></p>	<p>Ahí si es un golazo a media cancha si no existiera la movilidad urbana. Ordenada y adecuada sería un caos no es cierto. Lo primero que tiene que hacer apenas coloque tus equipamientos sería una red de sistemas circulatorio peatonales, vehiculares ciclista que no afecten a</p>

<p><b>intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?</b></p> <p><b>¿De qué manera la regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?</b></p>	<p>tus actividades comerciales digamos así y no genere caos vehicular en este caso la movilidad urbana va a tener de varios tipos de escala local Que sería el que se manejan en el barrio escala sectorial los que van usando ese espacio y que van a otro distrito cercano y la escala metropolitana que pueden pasar a distintas partes de la ciudad entonces esa esa movilidad que puede ser pasajero puede ser comerciales o cuestión de transporte de mercaderías. La metropolitana generalmente son de mercadería. Trae desde el cono norte trae tales cosas, vas trayendo productos que van a servir para intercambio comercial en cambio las locales irás a la feria mercado subes a los colectivos y te vas con tu bolsa lleno de verduras. No entonces son escalas diferentes pero tiene que ser bien clarito el sistema circulatorio porque si no no funcionar es más existen líneas de diseño donde arranca un sistema circulatorio un eje en razón del sistema circulatorio del producto ha de saber que funciona si o si ya depende tu estilo para que proponga la arquitectura quieres que son líneas de diseño en la cual uno pasa alguna vez a mí me ha pasado y ha tomado ese criterio.</p>
---	--

## ANEXO 5: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

### GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

**Título de la investigación:** Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Entrevistador (E) : Laureano Rabanal, Carolina Alejandra  
 Entrevistado (P) : Juan Luis Palacios  
 Ocupación del entrevistado : Arquitecto  
 Fecha : 15/08/22  
 Hora de inicio : 03:46 pm  
 Hora de finalización : 05:05 pm  
 Lugar de entrevista : Vía zoom

PREGUNTAS	TRANSCRIPCION DE RESPUESTAS
<b>CATEGORIA 1: Arquitectura comercial</b>	
<b>La arquitectura comercial</b> es un factor importante en la vitalidad de la ciudad, dotando de lugares de interés para las personas y potencializando las relaciones sociales, el sentido pertenencia y el incremento del capital.	
<b>SUBCATEGORIA 1: Tipos de arquitectura comercial</b>	
<b>INDICADOR 1: Locales especializados</b>	
<p>E: Locales especializados enfocan únicamente en vender productos naturales, zapatos, ropa deportiva, etc. Gracias a esta característica, las empresas también se clasifican como minoristas e incluso mayoristas. Dentro de la tipología de locales especializados se encuentran los mayoristas y minorista, en su experiencia, <b>¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?</b></p> <p>Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales mayoristas <b>¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?</b></p>	<p>Muy bien en realidad esto debe estar proyectado al grupo humano al que se cree en dar este servicio, sea minorista o mayorista debe tener un radio de influencia, es decir el número de pobladores a servir, entonces, para decidir eso, debería hacer un estudio de mercado previamente.</p> <p>Bueno san juan de Lurigancho sobrepasa un millón de personas, entonces entiendo que debería tener la municipalidad, en primer lugar un plan de desarrollo urbano en la cual debe identificar una serie de zonas en ella las comerciales, entonces en función a sus parámetros urbanísticos y edificatorios ahí se podría determinar que zonas se debería implementar mercados mayoristas y compartirlo con los usos del sector. Ahora que espacios comerciales se puede implementar, bueno, eso es relativo si se habla de mercados mayoristas se entiende como un tipo arquitectónico y que espacios debo implementar al interior o al revés que espacios del mercado mayorista debo implementar, pero yo lo veo en tema funcional, si hablamos de mercados mayoristas, creo que la mayoría, su talón</p>

de Aquiles de las zonas mayorista es el área de carga y descarga en la llegada del producto fuese en proceso o procesar, entonces la llega de los productos se debería preocupar por la distribución, esa parte está siempre sin resolverse, ahora he, entiendo cuando hablan de mercado mayorista de venta al por mayor los usuarios beneficiarios serían los que compran al por mayor para luego venderlos al por menor, ósea no es un mercado abierto que van a comprar al por menor por kilo, si yo compraría por saco o por cajas por gran demanda, el otro aspectos en los mercados mayorista se preocupan por la parte comercial compra y venta, entonces necesitan facilidades administrativas como facilidades por parte del aseo, servicios higiénicos, zona de comer o estar, no me refiero al público, me refiero a los que van a brindar estos servicios esto es lo que podría rescatar, porque difícilmente se quedarían hacer vida social como en un local comercial, como los plaza vea o centros comerciales donde hay espacios sociales o aquellos como los molles, no solo vender sino también dan facilidades y servicios que cautivan y te puedes quedar 4 a 5 horas bueno eso es lo que podría hablar del tema.

Bueno en realidad eso no debería salir debajo de la banda, sería interesante que se haga un estudio urbano, social y económica como mínimo y a la vez hacer un estudio como se dice fenomenológico en cuanto al conocer el lugar, la parte física que serían como algo reiterativo del espacio común, pero la parte social de llegar a conocer, e inclusive la idiosincrasia del grupo humano para insertar que espacios plantear y no colocar espacios como si fueran plantillas, tú vas a cualquier parte de lima e inclusive del país y los centros comerciales de mayor envergadura son plantillas para un grupo humano o un usuario masivo o global donde al final tu quedas como un

	<p>numero o un objeto más, tu no te identificas, simplemente eres cautivado de la publicidad y otros cosas que te generan atracción</p>
<p><b>INDICADOR 2: Locales comerciales agrupados</b></p>	
<p>E: los locales comerciales agrupados o de carácter colectivo están conformados por varios establecimientos individuales en un solo edificio, donde se integran diversas actividades y tienen en común el acceso principal al establecimiento desde la vía pública.</p> <p>En su experiencia dentro de los tipos de locales comerciales agrupados tenemos Los Mercados <b>¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?</b></p> <p>Según los tipos de arquitectura comercial que existen, <b>¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de San Juan de Lurigancho y debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?</b></p> <p><b>¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona sería la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar?</b> Asimismo, mencione <b>¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?</b></p>	<p>Bueno ya, de algunas manera tiene relación con una pregunta anterior, en este caso particular sería interesante en este espacio comercial sería brindar servicios aquellos que están en la venta, el grupo humano que están en la venta y facilidades al grupo humano que están de comprador, por decir, probablemente ya se podría implementar servicios no solo de compra y venta que van de una compra común sino colocar talvez en pensar en servicios de comida de mayor impacto o de recreación un poco como que sea un lugar de encuentro y no solo sea un lugar de compra y venta y retirarse, sino generar un encuentro como que, de unidad. Identificar de alguna manera con el distrito así como otros equipamientos pero en este caso es particular, porque se diseña espacios de encuentro desde los servicios complementarios para este tipo de local agrupado, pero cuando se habla de mercado, es sinónimo de popularidad, ósea es un local sin poca preocupación, este, hay pocos ejemplos. Se podría decir que mercado mayorista y minorista tiene la respuesta urbana arquitectónica donde cautiva al usuario, al beneficiario o al que va a comprar, no hay preocupación por ese lado pero lo mínimo es ofrece productos lo compran y se van, entonces, se olvidan de incluso del estacionamiento, estacionamientos que se deberían considerar para el público para los que administran el local para lo que sufren de discapacidad, aquellos que llegan en moto o mototaxi o bicicleta, aquellos que viene a pie, lo otro es resolver los espacios de cuando vienen el camión para el área de carga y descarga que hasta ahora no lo resuelve nadie y el otro aspecto sería que no sea vea abiertamente, eso sería más o menos para aportar en este tema.</p>

Bueno se tendría que pensar, encuentro a este tema d arquitectura comercial desde su radio de acción pensar de arquitectura comercial a nivel local, sectorial, distrital y interdistrital o metropolitana, deberían haber presencia de estos locales comerciales para que no se sienta que se ha privilegiado una zona donde está ubicado, si vamos a tomar en encuentra desde el nivel local al metropolitana debemos tener en cuenta en aspectos físicos el grupo humano de menor cuadrante y el impacto en lima metropolitana, por lo que estos locales se sentirían reconocidos, ahora mucho se ayudaría si en estos labores, publica privada o mixta, tener en cuenta el plan de desarrollo urbano o establecer una compatibilidad en la parte empresarial porque esto no es una situación de querer o disponer, esto es una labor de algo aliento.

Bueno en realidad ya existe locales comerciales de impacto interdistrital, sectoriales, metropolitanos inclusive en el ámbito local pero no estoy tan seguro si buscaría un sello que caracteriza a san juan de Lurigancho, por lo que los centros comerciales es sinónimo de apuestas comerciales privadas salvo que la municipalidad se quiera involucra pero en la práctica, si hablamos de centros comerciales es sinónimo de sello de marco y lo que tengo como referencia son pocos los centros comerciales que toman en cuenta el grupo humano, también los espacios de forma arquitectónica, como cautivar la atención, la publicidad, el entretenimiento, para comprar los productos. Si se quiere un centro comercial para san juan de Lurigancho debe hacer un estudio de doble nivel, un estudio urbano y fenomenológico quiere decir estudiar el lugar, los objetos arquitectónicos del lugar y el grupo humano se debe tener en cuenta, teniendo eso se va a insertar y determinar

	que espacios comerciales caracteriza a san juan de Lurigancho.
<b>INDICADOR 3: Locales de conveniencia</b>	
<p>E: los locales de conveniencia son todo sitio físico, local o tienda que la cual se venden diferentes productos en cantidades, pequeñas, la cual se caracteriza por tener ventas pequeñas. En su experiencia Teniendo en cuenta que los locales de conveniencia son los establecimientos que venden productos de primera necesidad llamados tradicionalmente como bodegas de barrio <b>¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?</b></p>	<p>Bueno en realidad las bodegas de barrio son más amigable son más humanizado, bueno si queremos garantizar o identificar el grupo humano yo creo que una bodega es lo más acertado, ya en términos humanos, son prototipos, son marcas que aglutinan una serie de productos donde al final, tu llegas y compras cosas, pero si, las bodegas de barrio serian una manera acertada inmediata sin querer de los comercios de mayores impactos.</p>
<b>SUBCATEGORIA 2: Impacto de la arquitectura comercial</b>	
<b>INDICADOR 1: Uso de suelo</b>	
<p>E: el uso de suelo es la ocupación de un área determinada en base a su potencial agronómico y por lo tanto su potencial de desarrollo. Se clasifica según su ubicación en urbana o rural y representa la estructura urbana, y por tanto su función. En su experiencia <b>¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?</b></p> <p><b>¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?</b></p>	<p>Bueno en las zonas urbana en los últimos años los centros comerciales no eran lugares eran personales donde ibas y comprabas, si nos remetimos en los años 60 o 70 donde ibas y comprabas en estos locales como oeschle, camino real definitiva está dirigido a un nivel socio económico alto si se dirigían solo era para mirar no para comprar, en los últimos 30 años han aparecido comercios de nombre conocidos, los diferentes molles o tiendas comerciales donde aglutinan productos de vestir y espacios donde recrearse, ahora en los últimos tiempos los valores agregados de estos centros comerciales están en zonas populares han podido captar el grupo humano que estado relegado, pero le han creado necesidades o exigencia donde estrictamente es para consumidores, se dejan llevar la publicidad donde es importante para cautivar, pero también lo bueno es estos centros comerciales es que tienen lugares de encuentro y lugares de encuentro más de la juventud yo creo que esa sea una parte positiva. Ahora en la parte social aglutina personas grupos si es cierto, pero</p>

<p>De acuerdo a la normativa de uso de suelos <b>¿Que impacto genera un centro comercial en suelo rústico?</b></p> <p><b>¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?</b></p>	<p>económicamente de debe ver una parte de comprar, yo debería demostrar un juicio como observador donde los que se benefician serían los usuarios donde adsorben a los consumidores pero también otros se quedan relegados.</p> <p>Bueno lo elemento los básico para parte comercial siempre eleva el valor comercial de metro cuadrado por ejemplo en vivienda eleva el valor, en cuanto a vivienda y comercio mejor la venta de ese terreno definitiva es una gran ventaja.</p> <p>No se debería construir ningún centro comercial en un suelo rustico porque no están garantizadas las redes de servicios, porque si se pasara por un proceso de renovación urbana que pase en el suelo rustico sería un implemento a favor pero sin no sería algo en blanco.</p> <p>Podría implementar le comercio descontrolado paraque la huaca en un celebración, son entes lugares con protección pero de una u otra manera son protegidas pero las que no, son invadidas, ahora si simplemente le comercio si se da debería ser restaurantes o algo que sea controlado con una presencia masiva puede ayudar o visitar a esta huaca donde se vuelve una zona comercial o algo turístico siempre en cuanto este controlado, de lo contrario no, deber estar controlado por parte de la municipalidad o del ministerio de cultura solo es cuestión de tiempo, en este caso las zonas protegidas serian invalidas</p>
--	--

**INDICADOR 2: Generación de centralidades**

<p>E: la generación de centralidades se entiende como una concentración de desequilibrio espacial que conlleva al cambio. Agregó que la centralización genera un potencial de crecimiento relativo a la distribución y viceversa.</p> <p>De acuerdo a su experiencia <b>¿Cuál de los megaproyectos de arquitectura comercial que conoce usted concentra la mayor cantidad de</b></p>	<p>Se han dado decenas d ejemplos pero la que más, hasta la fecha es el centro que están en el cono norte, plaza norte donde concentra, no solo productos de consumo, artefactos hasta vehículos, servicios recreativos, restaurantes hasta llegar zonas de encuentro, espacios de encuentro hasta tiene un terminal terrestre es un gran ejemplo de actividad comercial pero en otro nivel menos popular,</p>
--	--

**actividades comerciales en un solo lugar? Coménteme ¿Qué impactos socioeconómicos y de uso de suelo han traído estos megaproyectos en el lugar donde se edificaron? ¿Qué impactos positivos considera usted que genere la existencia de un megaproyecto dentro del distrito?**

lamentablemente es así una zona popular el jokey plaza de popularidad alta, donde concentra todo, todas la expectativas ahí encuentras todo pero no tiene un terminal terrestre pero si tiene una serie de facilidad como comer, recreativa, cinematografía, estacionamiento y más la cercanía al jokey plaza como zonas de encuentro a la cercanía.

Bueno en ambos casos se han elevado el valor comercial por la implementación del comercio, vale más una zona comercial a una zona residencial, en muchos casos los terrenos y alrededores se han elevado, pero si algo que se quiere realizar en la zona en unos años atrás y eso se induce a dosificar el cambio de zonificación, antes si había presencia de vivienda ahora es un cambio hasta de oficinas, comercio complementario, servicios turísticos, hotelería donde probablemente la vivienda queda relegada o hace una mixtura de vivienda y comercio.

Bueno en primer lugar si el megaproyecto es interpersonal en decir si el proyecto responde a una sola marca, los que están rodeadores serán bombardeados a consumir de manera muy sutil, serán consumidores permanentes. Un mega proyecto en termas comercial va absorber los comercios pequeños, pero en la parte positiva también como esto es dinámico como las personas naturales o jurídica, las personas van a querer que adecuarse y aparecer servicios complementarios a estos megaproyectos, pero también es cierto que esto proyectos generan impacto interdistrital, distrital o metropolitana, no es necesario al público, seria beneficio pero también sería positivo que en estos centros comerciales apoyen el grupo humano dentro de un distrito, porque normalmente no sucede, los que se benefician económicamente son los que aportaron, van a absorber proyectos complementarios donde no excitan en estos comercios, como hoteles, oficinas y

	diversos , bueno la prioridad son de urgencia, mayormente son lo que apuestan para que sea realidad.
<b>INDICADOR 3: Cambio de imagen</b>	
<p>E: la influencia de la arquitectura comercial crea cambio de imagen. Un ejemplo ilustrativo de este proceso es cuando un espacio es ocupado por un megaproyecto.</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?</b></p> <p>Sabemos que en la zona existen diversos comercios establecidos y se propone una arquitectura comercial que cuenta con una imagen corporativa reconocida <b>¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?</b></p>	<p>Bueno la imagen de la ciudad es la mixtura de todo lo componentes, viviendas, comercio educación cultura y diversos inclusive industria, la imagen digamos, la ciudad de una sector no es privilegios del aspecto comercial, si se quiere ver de manera comercial entiendo que la imagen comercial es un grupo que apuestan para que la imagen comercial captive un grupo determina y que necesario no responde a un requerimiento del distrito, es con el afán de llevar el aspectos social económica, ahora si se ve en el aspecto arquitectónico, va a cautivar arquitectónicamente estos establecimientos comerciales, inclusive si son tan hábiles van a implementar nuevas cosas. Ahora esta labor no solo es del arquitecto sino también el empresario o el grupo humano que está al frente del estudio del mercado</p> <p>Bueno ahí dos maneras de llegar una es que simplemente el comercio o la arquitectura comercial se impone en un estudio de mercado definitivamente el impacto va hacer un poco incomodo, va ser extraño más si nose ubica en una zona donde el suelo no lo permite, teniendo en cuenta los espacios comerciales que se encuentra genera un ordenamiento al comercio sea local, distrital, interdistrital, mejoraría la imagen, haga realzar la imagen, porque depende donde se ubique, en zonas por consolidad en proceso, un comercio va ayudar a dar una relativa, porque hay vas a encontrar productos de consumo diario, también se puede a consolidar a zonas recreativas. Ahora la imagen urbana en un espacio comercial debe leerse como un objeto arquitectónico con el entorno, que lo compone con objetos arquitectónicos, los espacios públicos, los hitos que no necesario debe ver con el comercio, sino</p>

	<p>con la parte histórica, con el grupo humano, pero también la imagen urbana no solo es ver la parte física, debe ser una parte económica, social o la seguridad, seguridad ciudadana si eso no se resuelve cualquier tipo arquitectónico no tendrá éxito.</p>
<p><b>SUBCATEGORIA 3: Criterios de diseño en la arquitectura comercial</b></p>	
<p><b>INDICADOR 1: Estéticas</b></p>	
<p>E: estética en la arquitectura comercial, hace referencia a la apariencia que tendrá y que es reflejado a través de su diseño tanto exterior como interior.</p> <p><b>¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?</b></p>	<p>Bueno se puede tomar de dos manera, si hablamos de un espacio comercial, digamos de imagen corporativa ellos ya lo tienen resuelto, los acabados los interiores, la forma, funcionamiento, hasta el mobiliario lo tienen resuelto, porque lo repiten a nivel del Perú y latinoamericana, como un saga Falabella o un Moll, pero si se trabaja en cuanto aun cargo particular permite que el arquitecto aporte, en primer lugar de echo debería tener en cuenta que hasta la fecha se descuida en caso de siniestro por un lado, por otro lado la accesibilidad y debería ser inclusivo y mejor aún debería ser sostenible en toda la complejidad, con relación con el entorno lo existente, las alturas, los colores acabados el comercio interno y externo, si se tomara el aspecto funcional, esos aspectos deberían ser vitales en considerar, en términos arquitectónicos deberían funcionar en forma entorno espacios y mejor aún debe considerar la parte técnica, materiales acabados internos exterior pero no deberían ser elegidos por ser bonitos, debería ser por tema de seguridad o trabajos en incendio, y debería componer con el trabajo existente y dentro de las exigente pero debería tener en cuenta en cuanto ingeniera, la compatibilidad entre la arquitectura e ingeniería debiera se runa tarea permanente para ejecutar la obra debe ser algo alivianado hasta que logren llegar la obra.</p>
<p><b>INDICADOR 2: Sociológicos</b></p>	
<p>E: la sociología es un área poco considerada en la arquitectura y que sin embargo es de suma importancia porque estudia las prácticas sociales,</p>	<p>Bueno dependiendo Indirecta o directa, esta expresa en el estudio urbano para poder estudiar el sector, evaluar el terreno del trabajo y expresa en el programa</p>

<p>culturales, artísticas y políticas la cual ha venido siendo ocultada en diversos campos de estudio.</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?</b></p>	<p>arquitectónico, también el número de usuario expresado en el programa pero si queremos vincular debe ser al programa arquitectónico que viene ser en la práctica en la síntesis del grupo humano donde se resuelva, vendría ser un estudio de todo un grupo urbano o físico o socioeconómico, hasta la parte administrativa esta explotado pero normalmente no se toma en cuenta eso, los ambientes y eso, donde muchas veces se toma en plantillas, plantean los ambientes y resulta lo que resulta uno no reconoce el tipo arquitectónicos oficina como oficina o comercio como comercio, pero tomando en cuenta que con mayor precisión el estudio del lugar, si se estudiara el contexto existente, la zona del terreno, tomando en cuenta estudio topográficos, climatológicos, logístico, como es la zona en términos físico, si uno tiene mayor precisión el grupo humano, como la histórica la idiosincrasia la costumbre, pero si se debería tener en cuenta la estructura en cada infraestructura, también sería reconocido por un grupo humano</p>
--	--

**INDICADOR 3: Antropológicos**

<p>E: El objetivo de la antropología es inferir cuáles son los patrones frecuentes o extraordinarios del habitador, en el desarrollo de su biografía y las etapas de su vida a partir del diseño desde su concepción.</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué criterios de diseño se aplica en los espacios comerciales teniendo la cuenta los aspectos antropológicos?</b></p>	<p>Bueno muy pocas veces se habla del aspecto sociológico y antropológico, en los centros comerciales son deflacto zona de carga y descarga, de ventas y uno que otro servicios y chau, en lo que si estudia muy bien, estudian a la persona en tema de comprar si lo vemos digamos en la parte antropológicas, saben cómo cautivar, tienen una especie de lectura general como es el comportamiento, conducta humano, todo lo que está dispuesto en la zona comercial, responde una serie de mixtura, de cómo llevar al cliente a comprar lo que necesita, y por otro lado como hacer el cliente se cautive de otro productor, eso significa que está muy bien en el aspecto funcional que se explota muy bien para el criterio de diseño para los espacios comerciales porque la forma ya la tienen definida, espacial, imagen o expresión estética, todo bien</p>
--	--

	empaquetado, porque la cuestión es captar la atención y que el grupo humano siga recorriendo el lugar.
--	--

**ANEXO 6:** Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

**GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Título de la investigación:** Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Entrevistador (E)	:	Nieves Deza, Víctor Daniel
Entrevistado (P)	:	Juan Luis Palacios
Ocupación del entrevistado	:	Arquitecto
Fecha	:	15/08/22
Hora de inicio	:	05:05 pm
Hora de finalización	:	06:23 pm
Lugar de entrevista	:	Vía zoom

<b>PREGUNTAS</b>	<b>TRANSCRIPCION DE RESPUESTAS</b>
<b>CATEGORIA 1: Renovación urbana</b>	
La renovación urbana es el proceso de renovar áreas existentes dañadas o en mal estado, puede incluir, edificios, parques, carreteras, áreas industriales, generando la el incremento económico. Asimismo mejora la estética y condiciones de vida en áreas urbanas o rurales en desarrollo.	
<b>SUBCATEGORIA 1: Imagen urbana</b>	
<b>INDICADOR 1: Estructura urbana</b>	
E: la estructura urbana se adapta y amplifica en ajustes que se realizan en las ciudades con el fin económico que se ha transformado en la actualidad y se relacionan con los elementos sociales y físicos al interior y exterior En su experiencia <b>¿De qué manera influye la estructura urbana en el aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?</b> <b>¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades? Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?</b>	Bueno si pues tiene mucha implicancia, cuando hablan de renovar significa que van a iniciar con lo que ya existe o tiene una disconformidad en el tiempo, o cambiar la estructura de la ciudad es un poco complejo, las ciudades o los distrito en este caso, responde en un plan de desarrollo urbano, como ejemplo zona de vivienda, industria, arqueológicas ya hay una disposición estudiada, cuando se recurre a la renovación es cuando existe zonas deterioradas de ese deterioradas que se puede plantear, hay varias pero de las más cerca es cambio de uso, zonificación con la finalidad de cambiar tipo o renovar la edificación que ya existen en el lugar. Influye en la parte económica y social en la estructura urbana e imagen, ahora sinónimo de mejor la imagen urbana, ayuda mucho en la renovación y algunos lo llaman

	<p>regeneración urbana.</p> <p>Morfología sinónimo de la forma, de entiende la forma la ciudad o de la partes, influye mucho en la imposición de los limites o de las vías vehicular, el trazado urbano la forma urbana de la forma techada y libres también los espacios públicos, un estudio urbano o en la parte de la morfología urbana sería interesante estudiar los espacios públicos que están muy religados y al hablar de espacios públicos, se habla también de zonas verdes, parques, bosques, ayudaría bastante a la imagen de la ciudad, hacer más verde y más humanizado y sostenible, si efectivamente la morfología ayudaría a reestructura la imagen de la ciudad y la estructura de la ciudad.</p>
--	---

**INDICADOR 2: Identidad urbana**

<p>E: la identidad urbana es identificar lo más importante de la ciudad, representa lo que compone simbólicamente por la historia, cultura, la personalidad de los habitantes en el entorno urbano en los espacios y el paisaje urbano</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de san juan de Lurigancho?</b></p> <p><b>¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? Y ¿De qué manera?</b></p>	<p>Es un poco complejo porque de todo lo que se ha mencionado es algo que sería bonito conocer porque la idiosincrasia y tener una cercanía en el grupo humano que los conforma de que se identifican porque sabemos que san juan de Lurigancho son de lugares múltiples y no se puede hablar de algo que procede, en la parte cultura es algo que se confunde con la parte de idiosincrasia porque no todo comparte una sola cultura, viven en el lugar pero no necesario comparte el modo de vida común. Hay que tener en cuenta la idiosincrasia que es lo que piensan, si comparten las mismas costumbres, bailes o fiestas, para el caso de la identidad probablemente lo podrían unir, si hablamos de espacios abiertos, inducir que haya más áreas verdes, involucrar al paisaje urbano en la zona urbana, en cuanto a espacios cerrado inducir centros de interpretación histórica para poder tener varias variantes culturales, más centros de interpretación donde hay se pueda llegar gente de otros sectores para compartir con una obras costumbres,</p>
--	---

	<p>ahora en una renovación urbana, sería forzado, contribuiría se genera un lugar encuentro, pero si se quiere incluir la parte cultural se debería hacer edificación con parte sociocultural y porque no inclusive involucrar la parte educación donde se plantee las expresiones de innovación tecnológica y científica y la parte comercial sea el complemento.</p> <p>Yo diría que debe ser al revés la arquitectura vinculada a la cultura, centro de interpretación porque no involucrar a los museos auditorios teatros, todo lo que contenga sociocultural de la zona, bailes, música, si eso se revalora en un impacto interdistritales, distritales etc. y al interior de esto, ayudaría a la renovación urbana generando mayor impacto implementando áreas comerciales, recreacional como es, tu compras y te vas a divertir a los juegos, son elemento que van a cautivar, pero la parte socio cultural debería ser primordial y se complementa con la parte socio cultural.</p>
--	--

**INDICADOR 3: Paisaje urbano**

<p>E: el paisaje urbano en arquitectura se define como el conjunto de espacios que lo construye los equipamientos, mobiliario urbano, elementos urbanos, entre otros, conformando una perspectiva visual y espacial mediante la escala humana y la proporción de los sectores en la ciudad.</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbana para mejorar la imagen urbana? Y ¿Cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?</b></p> <p><b>¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?</b></p>	<p>Bueno tanto para la renovación urbana o consolidación de una zona de la ciudad ayudaría bastante teniendo en cuenta los espacios públicos, no solo un espacio público en una ciudad o en Juan de Lurigancho, o plaza también sino también parques o lugares de encuentro barrial sectorial y distrital, en realidad los metros cuadrados son pocas, entonces ayudaría mucho en la relación urbana. las áreas libres de uso público donde puedan llegar el grupo humano donde se puede concentrar en nivel social y recreacional, si eso se complementa con mobiliario urbano y más si es de noche implementar con seguridad ciudadana ayudaría notablemente no solo al paisaje urbano sino también a la seguridad del ciudadano y por ende ayudaría mucho</p>
---	--

	<p>a darle mayor carácter al lugar o definir al carácter al lugar y definir su carácter al lugar.</p> <p>Bueno, si tendría que primero vincularse o chequear si ese sector como vincula o relaciona con otro sector, ósea de qué manera ese lugar afectaría a los otros sectores, definitivamente el paisaje urbano es también la parte vacía peatonal, parques, plaza, o también parques zonales, alamedas, porque no inclusive las laderas, ayudaría mucho porque si bien se sabe que el áreas verde no es algo natural en el paisaje urbano pero se debería involucrar al paisaje urbano, si esto se logra ayudaría mucho a mejorar una parte de un grupo humano.</p>
<b>SUBCATEGORIA 2: Efectos positivos de la renovación urbana</b>	
<b>INDICADOR 2: Confort urbano</b>	
<p>E: el confort urbano se define por producir comodidad y bienestar para las personas que lo integran teniendo en cuenta la percepción de espacio con la calidad de vida y los beneficios que esta puede producir, debe tomar un equilibrio entre hombre y naturaleza.</p> <p>En su experiencia <b>¿Por qué es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector?</b></p> <p><b>¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?</b></p>	<p>Bueno, es muy conocido que las áreas verdes es el pulmón de la ciudad y del mundo cuando mayores áreas verdes tengamos mejor será, porque el CO2 que producen las industriales se van a ver controlado por un lado, por otro lado las áreas verdes humanizan, compensan las áreas peatonales, plazas, veredas, compensan las edificaciones dentro del familiar en edificios bajo o altos. Las áreas verdes se deben tener cuenta que es árboles, plantas, arbustos y eso que sería mejor tener plantas medicinales o de alimentos, si eso se planta sería genial, ahora las áreas verdes no solo son para el ser humano sino también para los animales, porque se genera un microclima o un nicho ecológico, en otras palabras habría humanidad.</p> <p>Bueno se debería tener un equilibrio con el equipamiento y la ciudad, lugares de encuentro en áreas techadas o en áreas libres para el grupo humano que lo utiliza, porque la idiosincrasia de cada grupo humano es generar áreas verdes y ahí sería</p>

	<p>interesante lograr un relativo confort porque uno va relativamente a la ciudad, porque ingresas a una área de comercio vivienda cultura y queda en realidad las áreas libres porque le ponen piso duro y eso no es, porque estamos colaborando en deteriorar al ambiente, entonces el confort urbano y las áreas verdes es cuestión de implementar en las áreas libres, mejorando la parte ecológica, inclusive mejora la salud física, porque tener un ambiente cerrado va a provocar ambientes con ácaros y diferentes bacterias, problemas respiratorios, ahora tienes un ambiente ventilado tendrías un ambiente garantizado, por concluir el confort urbano se relación con el aspectos de la renovación ambiental.</p>
--	---

**INDICADOR 3: Transformación urbana**

<p>E: transformación urbana crea nuevas actividades antes demandas de la ciudad, como la trama de residencia o comercial que ordena el suelo en áreas informal que fomentan problemas urbanos, así mismo trae la consolidación de nuevas centralidades en la ciudad.</p> <p>En su experiencia <b>¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano?</b></p> <p><b>¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?</b></p>	<p>Bueno la transformación es sinónimo en parte urbana de atender, digamos dos ejemplos, comercio, vivienda pero porque no pensamos en educación, recreación, salud etc., si vieras desde el punto de vista integral, si se diera la oportunidad de reestructura un sector de la ciudad sería un perfecto defecto para reestructurar la ciudad, porque de estos que otros equipamientos requieren de estos, tanto en salud, educación, entre otros. Para ellos tomar la parte techada, cuanto área libre se debe tener ese terreno y si tiene relación con las áreas libres o publicas es decir las áreas verdes donde haya oportunidad de diferentes puntos humanos, eso se podría reestructurar la ciudad.</p> <p>Bueno sería bueno tener el plan de desarrollo urbano, pero definitivamente estos espacios comerciales están dirigidos a estos grupos humanos sectorial o barrial, ósea me refiere al radio de influencia o al impacto de cuantos beneficiarios serian, pero no solo comercio, sino también educación,</p>
--	---

	cultura entre otros, que tienen que tomarse en cuenta y las áreas libres o publicas donde la transformación de la ciudad garantice confort y cultura.
<b>SUBCATEGORIA 3: Estrategias urbanas</b>	
<b>INDICADOR 1: Conservación de espacios urbanos</b>	
<p>E: conservación de espacios urbanos a la práctica de conservar las áreas verdes en el entorno urbano como parques, ríos patios y áreas urbanas lo que proviene de la conservación urbana generando mayor calidad urbana para árboles, flores entre otros</p> <p>En su experiencia <b>¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?</b></p> <p><b>¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?</b></p>	<p>Bueno esto tiene que ver mucho con la política de conservación del patrimonio respecto o vinculado a la municipalidad, ósea no se puede dejarse de manera individual o familia, con mayor razón deber alguien público, en realidad debe concientizarse con una partida presupuestal para mantener lo poco que existe y mantener una estrategia para mantener las áreas libre o parques de encuentro, se ha mencionado mucho en la renovación urbana, entonces una estrategia seria habla con las entidades privadas la renovación urbana y ahí contente los espacios públicos de lo contrario quedaría en zonas de laderas y la renovación urbana es una manera positiva para conservar.</p> <p>Bueno en primer lugar, para implementar esto se debería realiza una labor de consentimiento y los pobladores deben estar convencidos para lograr estos espacios públicos para tener éxito, creo que ese debería tener en cuenta para la conservación en un barrio, identificación de grupos humanos que van hacer afectados.</p> <p>Bueno entendiéndose que se va a conservar los espacios urbanos existen muy poco, aparte el mobiliario urbano es dentro del paisaje urbano, es un buen pretexto para cautivar e inducir el confort urbano ya sabemos que las áreas verdes nos facilitan la vida pero no solo debemos tener las áreas verdes, también zona por donde caminar para encontrarnos, zonas de encuentro y ahí saldrán el mobiliario urbano donde ayudaran a embellecer el paisaje urbano, las rejas no creo que</p>

	<p>sería un mobiliario pero para proteger el mobiliario urbano hasta la fecha se usa porque la seguridad ciudadana no está garantizada.</p>
<p><b>INDICADOR 2: Revitalización de los barrios</b></p>	
<p>E: la revitalización de los barrios es un instrumento que revierte los estados urbanos y arquitectónicos de la ciudad para generar nuevas condiciones urbanas que demanda el lugar para la sostenibilidad.</p> <p>En su experiencia <b>¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?</b></p> <p><b>¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?</b></p>	<p>Bueno en realidad la revitalización y renovación yo lo veo como primos hermanos, en todo caso va a ayudar a que haya mayor vivencia, va a evitar que lo que sucede en muchos distritos, como ejemplo san isidro sector financiero de día de noche pero sábados y domingos es como un cementerio porque no hay nadie, porque los que van a lunes a viernes solo van a trabajar, entonces la revitalización y la renovación urbana si van de la mano hace que la ciudad se haga con mayor actividad ya sea en el sector de vivienda comercial y genera confort y un equilibrio de las áreas techada y una organización de los espacios públicos.</p> <p>Bueno movilidad es más que la comunicación sea vehicular o peatonal, vehicular masivo, privado o podría ser transporte masivo o a pie, debería haber un equilibrio y en cuanto a la parte de vehicular transporte máximo debería diferenciar en lo que es para transporte de oficina o comercial o con productos para que no haya una afectación y la parte motorizada que debería ordenarse, si eso se tiene resuelto la revitalización va a ayudar a garantizar un mejor desenvolvimiento vehicular y peatonal, a la fecha se está viendo inducir el proyecto auto motor, porque el transporte si logra un equilibrio puede mejorar la ciudad.</p>
<p><b>INDICADOR 3: Regeneración urbana</b></p>	
<p>E: regeneración urbana, se basa a un enfoque integral que consiste en remodelar los espacios urbanos mejorando el tejido urbano existente, sin provocar desplazamientos que fuerzan a la ciudad.</p>	<p>Así para redondear la idea, deberíamos evaluar o actualizar el plan de desarrollo urbano de la ciudad porque esto afecta un barrio porque la iniciativa no puede quedar del grupo privado, porque es algo que va a afectar al</p>

En su experiencia **¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?**  
**¿De qué manera la regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?**

grupo humano con sus diferentes expectativas. Deberían actualizar el plan de desarrollo urbano creo que eso garantizaría con que cada acción que se tome, como revitalización, renovación, de ahí de alguna manera se debería estar beneficiado el grupo humano, bueno la estrategia sería esa que participe, no solo en la decisión sino que participe en que se debería de resolver y de cualquier manera sería de esta participación sacar provecho incluso de lo que salga se puede inducir para sacar la forma final, colaborar en el paisaje urbano, identidad y confort urbano.

Bueno, la regeneración en todo caso es sinónimo de curar heridas, a algo que está mal, en todo caso, la mayoría de nosotros nos preocupamos en el tema de estructura, por así decirlo las áreas libres que forman parte de nuestro terreno, las áreas complementarias, vías vehiculares, parques, plazas, etc. Pero nos olvidamos de las redes públicas, gas, agua, etc., pero si logramos un equilibrio en lo que se ve en el paisaje urbano y lo que nose ve en el paisaje urbano, que es lo que se abastece, si se logra ese equilibrio se puede dar, para mejorar lo existente, digamos por decir, edificios de mayor altura, mayor comercio, mayor equipamientos, infraestructuras, pero sino tienen en cuenta la estructura puede generar un caos de servicios, va a explotar, todos los servicios agua, desagüe, telefónica, pero eso se suma la parte de movilidad es un factor que suma, también debe quedar resulta no puede quedar como una utopía, en cuanto a estos barrios o sectores deberían tener eso en cuenta de lo contrario sería imposible regenerar la infraestructura, también se debe ver la estructura y de lo que se ve, lo que se refiere a la movilidad urbana.

**ANEXO 7:** Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

**GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

**Título de la investigación:** Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Entrevistador (E) : Laureano Rabanal, Carolina Alejandra  
 Entrevistado (P) : Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez  
 Ocupación del entrevistado : Arquitecto  
 Fecha : 28/09/22  
 Hora de inicio : 11:54 am  
 Hora de finalización : 01:13 pm  
 Lugar de entrevista : Red social (WhatsApp)

PREGUNTAS	TRANSCRIPCION DE RESPUESTAS
<b>CATEGORIA 1: Arquitectura comercial</b>	
<p><b>La arquitectura comercial</b> es un factor importante en la vitalidad de la ciudad, dotando de lugares de interés para las personas y potencializando las relaciones sociales, el sentido pertenencia y el incremento del capital.</p>	
<b>SUBCATEGORIA 1: Tipos de arquitectura comercial</b>	
<b>INDICADOR 1: Locales especializados</b>	
<p>E: Locales especializados enfocan únicamente en vender productos naturales, zapatos, ropa deportiva, etc. Gracias a esta característica, las empresas también se clasifican como minoristas e incluso mayoristas. Dentro de la tipología de locales especializados se encuentran los mayoristas y minorista, en su experiencia, <b>¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?</b></p> <p>Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales mayoristas <b>¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?</b></p>	<p>A la primera pregunta. a ver san juan de Lurigancho comercialmente hablándose sabe que es uno los distritos más pujantes en tema de recursos minoristas ya sea una bodega ya sea los emprendimientos por parte de los pobladores porque son. Básicamente origina a un tipo de economía bastante dinámica. Pero sobre todo micro empresarios pero el gran problema es que no son formales 75% o 70% de la gente entiendo yo, bueno en el Perú en realidad, hay más informalidad el 80% a 85% recuerdo haberlo leído hace como 3 años y a causa de esto de la pandemia esto se incremento hoy y demás no, con lo cual yo creo y que tiene san juan de Lurigancho debería ser un gran polo económico a nivel macro sin duda alguna.</p> <p>A la pregunta qué espacios comerciales se pueden implementar y básicamente lo dicho anteriormente, estos espacios tendrían que responder a características similares y compatibles y todos en lanzados por el rubro de la comida, ósea en el Perú lo que nos une es la comida</p>

	<p>donde se vende algo siempre habrá comida, cualquier ejemplo usted me da la comida está presente. Y es así que gamarra a cualquiera que se me defina.</p>
<p><b>INDICADOR 2: Locales comerciales agrupados</b></p>	
<p>E: los locales comerciales agrupados o de carácter colectivo están conformados por varios establecimientos individuales en un solo edificio, donde se integran diversas actividades y tienen en común el acceso principal al establecimiento desde la vía pública.</p> <p>En su experiencia dentro de los tipos de locales comerciales agrupados tenemos Los Mercados <b>¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?</b></p> <p>Según los tipos de arquitectura comercial que existen, <b>¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de San Juan de Lurigancho y debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?</b></p> <p><b>¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona sería la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar?</b> Asimismo, mencione <b>¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?</b></p>	<p>Primero hay que entender la función principal de un mercado la función principal de un mercado es la compra y venta ya y qué sectorizado sigues por mayor o menor, en el área de carga y descarga de pescados con mariscos no va estar al lado de los que venden verduras y demás son sectores pero en el Perú. Creo yo que nos quedamos cortos sin ofrecer un equipamiento únicamente de mercado teniéndose netamente a la compra venta y por qué no entendemos mercado que además tengan parte de manufactura en la parte superior por ejemplo un mercado entendiendo, como multi versos de productos a ofrecer que tengan que ver entre sí. Es como un mini centro comercial lo mismo, un mercado o los hipermercados que son plaza vea. Plaza vea tiene panadería, venta de carnes, venta de ropa venta de electrodomésticos eso es lo que deberíamos hacer a nivel macro pero a nivel sucio económicamente factible la adquisición entonces estos establecimientos no solamente o mejor dicho han. Se ha transformado de espacios únicamente de compraventa. Para demás otorgar espacios recreacionales multi diversidad de opción no, donde tomar un cafecito dónde puedo comprar mi pancito y leer el diario allí donde pueda comprar un electrodoméstico, donde pueda tener un pequeño barcito o almorzar un pequeño menú, Ósea ejemplos hay varios en México por ejemplo ross king ha hecho un mercadito pero obviamente nivel premium no, donde tienes tu cafecito, sus verduritas alrededor del mundo hay tipologías, en valencia por ejemplo, hay varios.</p> <p>Centros comerciales a gran escala digamos no, centros comerciales pero sin</p>

bulevares o galerías comerciales focalizados a distintos puntos de insumo que sean compatibles no. Lo que hay que analizar aquí es por ejemplo yo tengo Conocimiento que san juan de Lurigancho hay pues una fábrica textil quizás porque nose, la fábrica textil que además lo desarrollamos en un taller. Qué haga la compra venta de sus insumos fabricados allí, en laboratorios de tipo de algodón no solamente el tanwins que es el mejor, ósea en fin una serie de iniciativas también se podría ser. Lo dije hace un momento fábricas y talleres de carpintería lo tienen en melamina pero no grupal no, zapatos también se puede hacer perfectamente no. En fin una serie de actividades que sean compatibles sino competitivas entre sí.

Sin duda algunas, haber hay que entender el fenómeno del centro comercial lo dije hace un momento el centro comercial ha sido la respuesta privada, del fracaso del estado evidentemente, la municipalidad estoy hablando de las municipalidades que no tienen la capacidad de otorgar al ciudadano. Un modo de vida que disfrute de recreación segura que tenga buenos servicios que sean accesibles. Entonces este señor Rodríguez pastor pues les ha dado a un estrato de economía C, se dice así porque está ligado a eso, pero en realidad es para todo el mundo, los centros comerciales a reemplazado lo que no ha podido darnos el estado como una calidad de vida de ciudadano es decir espacios de recreación seguros áreas Contemplativas, áreas comerciales evidentemente, áreas de comida yo puedo ir al cine puedo salir a comprar zapatos pudo pasear con mi enamorada con mi perro mi gato mi tortuga en fin, puedo hacer multi diversidad de actividades en una zona controlada, segura. Y que evidentemente pues nos da a elegir acceso al consumo por temas de factores crediticios económicos cuál es el exitoso de un centro comercial. Y no es que lo

	<p> diga yo tampoco, ósea eso lo ha descrito perfectamente cómo el holding de empresas de Rodríguez pastor, interbank no ha metido dinero en inversiones de the alicorp bueno en fin. Esta tenía multi marcas que ha concentrado en los centros comerciales para vender y entonces es un holding rotativo universal que le da éxito.</p>
<p><b>INDICADOR 3: Locales de conveniencia</b></p>	
<p>E: los locales de conveniencia son todo sitio físico, local o tienda que la cual se venden diferentes productos en cantidades, pequeñas, la cual se caracteriza por tener ventas pequeñas. En su experiencia Teniendo en cuenta que los locales de conveniencia son los establecimientos que venden productos de primera necesidad llamados tradicionalmente como bodegas de barrio <b>¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?</b></p>	<p>Consideró que los agrupados tienen mayor opción que obviamente están equiparados a distintos tipos de equipamiento. Recuerde que cuando estudiábamos nosotros. Cuál es el éxito de un local comercial. Cualquiera que sea el rubro, la permanencia a más tiempo uno pase no, en un lugar por tanto le da diferentes tipos de servicio. Hace que la permanencia tenga mayor oportunidades de consumo entonces sí solamente nos quedamos en las bodegas, las bodegas solamente son compra y venta eso ya quedaron en el pasado ahora la gente puede adquirir hasta incluso su carrito la gente en edad juvenil queda con sus amigos para festejar un cumpleaños en un restaurante en esto de aquí porque tiene distintos tipo de opción en las fiestas infantiles ya no se hacen en las casas se alquilan estos locales para que vean que parte de las fiestas. Entonces la gente ya no busca solo comprar y vender lo cual las bodegas market se han quedado en el pasado. Obviamente el éxito de estos es el agrupamiento en una escala mayor o en el sentido de que quedarse el tiempo es importante mayor obtenida del consumo a mayor tiempo mayor consumo.</p>
<p><b>SUBCATEGORIA 2: Impacto de la arquitectura comercial</b></p>	
<p><b>INDICADOR 1: Uso de suelo</b></p>	
<p>E: el uso de suelo es la ocupación de un área determinada en base a su potencial agronómico y por lo tanto su potencial de desarrollo. Se clasifica según su ubicación en urbana o rural y representa la estructura urbana, y por tanto su función. En su experiencia <b>¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de</b></p>	<p>Primero que nada aquí tendríamos que hablar que la parte que es fachada permeable penetrable seguro etc. sin duda alguna entonces generar una infraestructura mayor como centro comercial genera un impacto social por temas primero de seguridad segundo socioeconómico, si ya una persona por ejemplo vive al frente de este futuro</p>

<p><b>un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?</b></p> <p><b>¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?</b></p> <p>De acuerdo a la normativa de uso de suelos <b>¿Que impacto genera un centro comercial en suelo rústico?</b></p> <p><b>¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?</b></p>	<p>terreno centro comercial de todo el sector del suelo se incrementa, incrementa su valor comercial su valor de metro cuadrado no será el mismo a partir de la compra de este terreno y por supuesto la construcción de este centro comercial con lo cual ya hay un cuello impacto económico para toda esa gente no. Además existe un factor de seguridad este factor de seguridad qué era lo que estaba diciendo hace un momento cuál el que eliminar el muro ciego, largas cuadras con sólo un cerco perimétrico esto se convierte en una zona insegura y cuando ponemos un centro comercial es una fachada permeable y además penetra con lo cual hay mayor seguridad luminosidad la gente se congrega allí. Bajaría la incidencia de criminalidad estoy absoluta plenamente seguro sin embargo también hay que tener ciertas consideraciones no.</p> <p>sí sin duda alguna y lo otro ya le explicado no, un pacto de seguridad en fin, el qué el entorno comercial también crece porque si hay un centro comercial yo puedo poner quizá mi voz y guitarra o veo que falta allí ya viene el que aparcadero, el me estacionando el auto el que mi limpia, es una microeconomía que muchas veces no lo vemos no, también por supuesto puede incrementarse robos alrededor de eso también robos menores también eso sí es cierto no.</p> <p>Ninguno en realidad se suele buscar solo rústicos para desarrollar este tipo de infraestructura porque en lima en entornos urbanos consolidados no es fácil pues conseguir un terreno de tal extensión hablamos de más de una hectárea, ósea es imposible conseguir económicamente no viable. Entonces obviamente se utiliza solo rústicos no y con la creación de estos centros comerciales poco a poco pues si se van lotizando, desarrollando cambio de uso de suelo y demás.</p>
--	---

	<p>Haber número uno cuando nosotros tratamos de sustentar o construir una infraestructura como tal como está no, un centro comercial le va a pedir evidentemente impacto ambiental e impacto vehicular sin esos estudios no va a poder hacer nada ok. Ahora puede impactar positiva y negativamente sí siempre impacto negativo y positivo en todo lo que hagamos desde construir una chocita, estamos impactando el medio ambiente económicamente y quizá socialmente también hasta pues su centro comercial todo tiene un pacto positivo y negativo ahora hay que poner a los cuales más relevante o que impacto es más positivo que negativo evidente. En el tema de las huacas. Pues probablemente va a incrementar que la visita a estas huacas y serio impacto positivo si ya la gente por ejemplo puede ir de visita a las huacas y después para ir al centro comercial o viceversa. Sin duda el tema negativo si sería un poco el flujo vehicular que se incrementaría pero para eso solución hay alternativas que hay que saber cómo direccionar hay que saber plantear bien las cosas. Ok. Y minimizar este impacto global, se minimiza con estrategias de diseño, ahora las huacas no se van a ver perjudicada si es que, obviamente no estará éste desprotegido el tema de las huacas también, yo no creo que exista un aspecto negativo al contrario sería muy positivo es más como los centros comerciales en estados unidos por ejemplo hay casinos con hoteles Y yo me pregunto es qué y por qué una huaca no puede estar cerca de una zona de restricción de amortiguamiento también con lo cual la huaca está protegida no pero obviamente no es mayor, me explicó.</p>
--	---

**INDICADOR 2: Generación de centralidades**

<p>E: la generación de centralidades se entiende como una concentración de desequilibrio espacial que conlleva al cambio. Agregó que la centralización genera un potencial de crecimiento relativo a la distribución y viceversa.</p>	<p>En estados unidos es brutal, los centros comerciales son enormes hay hasta parques recreativos dentro de un centro comercial y no estamos hablando de parques recreativos como happy land son</p>
---	--

De acuerdo a su experiencia **¿Cuál de los megaproyectos de arquitectura comercial que conoce usted concentra la mayor cantidad de actividades comerciales en un solo lugar?** Coménteme **¿Qué impactos socioeconómicos y de uso de suelo han traído estos megaproyectos en el lugar donde se edificaron?**  
**¿Qué impactos positivos considera usted que genere la existencia de un megaproyecto dentro del distrito?**

parques recreativos que son enormes. Ósea ese es el más grande y no está en continuo urbano, está alejado y la gente, hay hoteles, hay casinos como decía hace un momento, allí vi por ejemplo exposiciones de vehículos de ferraris y de la fórmula uno, que estaba Maikel sumacra, hay cocina y demás, shumajer que son como hologramas. Que ahora obviamente no estamos acostumbrados a ver ese tipo de escala.

Como dije hace un momento ya en el entorno peruano toda esa esa área económicamente crece su valor de metro cuadrado de su residencia sí mi valor actual de metro cuadrado de mi casa cuesta X pues ahora costará X+Y definitivamente y eso es suficiente para el entorno mejorar porque ya lo puede alquilar, puede construir su segundo piso y alquilar, puede haber almacenes cerca para guardar en fin, una serie de situaciones donde comen por ejemplo los que traen la mercadería en camiones desde Piura al norte del país llega acá a lima dónde duerme donde come. No va a ser en el centro comercial no paga, ósea buscará otro tipo de alternativas que son la economía circular A, es decir los vecinos que ya de pronto implementan sumó su menú que obviamente es más barato. Pues qué habitación para que pasen la noche los camioneros, los amigos camioneros y demás en fin, microeconomía circundante.

Economía flujo económico principalmente flujo económico san juan de Lurigancho es uno de los polos más grandes del país. Bueno tiene a gamarra ese es uno pero san juan de Lurigancho podría ser el siguiente y no sé por qué no lo es, nose, producción de pieles textiles que sé que tienen una textilería por allí, ósea positivo sin duda alguna, factor económico, factor social si ya hay un polo económico que se desarrolla cuál es la lógica económica del mercado. Empezarán los colegios más

	<p>grandes empezaran las universidades como la cesar vallejo en el campus que está aquí. Así también empezara los colegios grandes quizá con internado incluso, la edad y cómo hay colegios hay universidades como la cesar vallejo lo que acabo de hablar pero también hay institutos para otro público objetivo. Y cuando hay estudiantes sea instituto o universidad que hay automáticamente cerca. Micro empresas micro economía que es venta de libros. Sacar fotos tácticas, impresiones, ploteo de planos venta de materiales para estudiantes, las casitas que tienen hacen alquiler de cuartitos para la gente, que como yo, venimos de provincia. No. También tiene su menú. Etc. Etc. etc. Los hoteles, los hostales, también no, cuando vienen los padres de provincia visitar a su hijo, pues duermen en un hotelito cercano a su habitación en fin. El transporte también requerirá otro tipo de transporte que las motos taxis que pueden existir se va aumentar por qué trasladan de los paraderos a las universidades. En fin.</p>
<b>INDICADOR 3: Cambio de imagen</b>	
<p>E: la influencia de la arquitectura comercial crea cambio de imagen. Un ejemplo ilustrativo de este proceso es cuando un espacio es ocupado por un megaproyecto.</p> <p>En su experiencia <b>¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?</b></p> <p>Sabemos que en la zona existen diversos comercios establecidos y se propone una arquitectura comercial que cuenta con una imagen corporativa reconocida <b>¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?</b></p>	<p>Primero cuando le va a dar más valor del metro cuadrado la gente empieza a ordenar su casita empieza a construido para arriba alquilando cuartitos lo que acabamos de hablar, la gente trata de mantener limpio sí y la municipalidad en ese terreno donde ha implementado un centro comercial se preocupará entonces para tener mejor vías de accesos no, mejores veredas, mejores pistas mejores señalización, la implementación de semáforos entonces va desarrollando urbanísticamente hablando con lo cual el impacto es sumamente positivo no y obviamente la seguridad cual lleva a una correcta imagen urbana.</p> <p>Bueno realmente puedes ser de despreciable con poco atractivo económico no, ya con un centro comercial.</p>
<b>SUBCATEGORIA 3: Criterios de diseño en la arquitectura comercial</b>	

### INDICADOR 1: Estéticas

E: estética en la arquitectura comercial, hace referencia a la apariencia que tendrá y que es reflejado a través de su diseño tanto exterior como interior.

**¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?**

Primero y fundamental lo que usted aprendió saber que es una tienda ancla y por qué tienen que estar en los extremos es decir, la partida arquitectónica de diseño tiene que iniciar con una estrategia la ubicación de las tiendas anclas a los extremos que permita recorrer. Al público usuario repito mientras más tenga estancia una persona en un centro comercial mayores posibilidades de venta tienes eso está pero comprobadísimo no lo tengo que decir. En segundo lugar como programa arquitectónico tiene que haber espacios de recreación sin duda alguna no todo es comercio no son bodegas puestas en conjunto, un centro comercial genera una experiencia de venta, una experiencia de compra, una experiencia que tiene que tener lo repito áreas de recreación aquí estas áreas de recreación pueden ser pasivas o activas, pasivas de carácter contemplativo no, por ejemplo mirar, leer, conversar sentados y de actividades activas podríamos tener por ejemplo carritos chocones podemos tener pistas para aprender a montar bicicleta, los sckat Parks en fin son espacios en donde jugar futbolito todo activa, no sólo la gente va a comprar persiste reúne un espacio seguro controlado donde pueda desarrollar mayores actividades de las que son compraventa sin duda.

### INDICADOR 2: Sociológicos

E: la sociología es un área poco considerada en la arquitectura y que sin embargo es de suma importancia porque estudia las prácticas sociales, culturales, artísticas y políticas la cual ha venido siendo ocultada en diversos campos de estudio.

En su experiencia **¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?**

Pero yo creería actividades donde congregue cierta lógica no, dentro de un centro comercial por ejemplo y esto es muy claro espacios abiertos, porque, la gente provinciana como yo nos gusta ir en grupos familiares y son grandes normalmente, bueno mi familia es muy reducida pero en esencia si usted ve la gente, san juan de Lurigancho por ejemplo. Camino de 5 para arriba. Y por donde yo vivo en un centro comercial. Son de a 2, 3, 4 entonces la idiosincrasia es mayor, se sientan restaurante, ya se habrá percatado comer en un restaurante

	<p>o pollería por la gente va de 8 a 12. Pero por acá la gente va de a 4 a lo mucho, ese es un gran factor distinto. No, pero igual se disfruta en el espacio todos van a comer van a usar los servicios van todo es lo mismo, sin embargo este el cómo viven el espacio es distinto su cosmovisión es distinta del disfrute siempre en mayor cantidad de gente eso es explicar uno de los ejemplos y obviamente espacios que tengan que ver con el entorno y su idiosincrasia ya digo del centro comercial tampoco no da pie a mucha especulación por qué todos los centro comercial alrededor del mundo son muy parecidos, por qué riplely es lo mismo aquí en chile el término lenguaje estético porque son franquicias chilenas saga Falabella y demás no va ver nada extravagante con ligeros cambios eso ya está estipulado y a eso se le llama imagen corporativa de producto ósea no lo vas a variar a saga Falabella, no le vas a poner un color rojo pues imposible es verde ya está, si, entonces allí no da pie mucha especulación pero sí yo si diría en los aspectos exteriores no, esta gente y que se mueve masas su grupo núcleo familiar es mayor al de otro cuando hagan el polo por ejemplo se ha caminado con enamorado más y la familia tienen máximo 2 hijos o un hijo pero en san juan de Lurigancho o los olivos difícilmente caminan de un hijo a dos, normalmente tienen de 3 a 4 hijos no, donde viven con el tío con el padre con el abuelito en la misma casa que entonces es mucho más fácil moverse en grupo y se mueven en grupo. En cambio por aquí no, básicamente está uno con su familia en un departamento y ya está.</p>
<b>INDICADOR 3: Antropológicos</b>	
<p>E: El objetivo de la antropología es inferir cuáles son los patrones frecuentes o extraordinarios del habitador, en el desarrollo de su biografía y las etapas de su vida a partir del diseño desde su concepción.</p>	<p>Recuerdo que cuando hablábamos por ejemplo cuando hablamos en clase con el arquitecto siriani, decía el porqué, asumía o indicaba este eh que el espectro peruano asumía una casa de campo con aquella casa con techo a 2 aguas. Y nadie dibuja algo distinto. Que no sea arquitecto</p>

En su experiencia **¿Qué criterios de diseño se aplica en los espacios comerciales teniendo la cuenta los aspectos antropológicos?**

por su puesto, casa de campo listo, 2 aguas porque asociamos a la sierra porque llueve, no, y una tejita y demás, esa es una casa de campo para nosotros. No necesariamente es la única forma de tener casa de campo y el arquitecto siriani nos dijo en clase y que se me quedó grabado hasta ahora me dijo o nos dijo a todos perdón en la clase que le había pagado a un sociólogo para que le explicase. Por medios antropológicos, tú sabes el sociólogo y el antropólogo trabajan juntos y demás. Pero le pago a un sociólogo para le explicará el por qué la gente considera una casa de campo con techos aguas. Y de paso su estudio según lo que nos dijo el. Nos decía que el techo a 2 aguas le acerca al cielo porque no tiene un límite va de forma ascendente por forma arquitectónica, me parece una respuesta muy interesante que todavía aún no logro entenderlo en su magnitud pero obviamente por forma que es ascendente sí pues tiene cierta lógica. Pero me cuesta todavía quisiera yo incluso profundizar en eso por qué porque asociamos una casa de campo en techos aguas. Osea no. Porque vivimos creo yo, esto yo no le he leído nada creería yo que lo asociamos mucho a la zona sierra que estos otros tenemos seguro antepasados o algún familiar vive en la sierra y pocas veces vivimos ahí nos sentimos bien con lo cual pues tratamos asociar casa de campo entonces vacaciones, despreocupación entonces evocamos a los sentimientos o al lugar donde hemos estado donde pues no tenemos presión del trabajo el tráfico y vamos el descanso no vivimos ahí vamos es descanso. entonces seguro yo, creería yo que por eso lo asociamos, entonces a la pregunta qué criterios de diseño se aplica en los espacios comerciales teniendo en cuenta los aspectos antropológicos. Qué criterios el de espacio en el correcto desenvolvimiento de sus actividades en una zona segura. Punto final en el cine lo mismo voy a hacer sentado evocan y

	totalmente concentrado a un monitor. Punto. Pero sabré que estoy confortable un buen asiento que la persona no esté tan pegado a mí y que mantienen cierta distancia que puedo ver lo bien que la acústica es buena para yo estar tiempo allí por ejemplo no, el tema del cine, el tema de los comedores es lo mismo que no me invada, el patio de comidas donde obviamente es más lúdico más libre hay más más ruido quizá, es menos controlado que en un restaurante pero en el restaurante lo mismo en el patio de comidas yo me siento con mi espacio con mis comensales a comer es lo mismo sin embargo la experiencia de uso es distinta por consiguiente.
--	--

#### ANEXO 8: Guía de entrevista semiestructurada dirigida al arquitecto especialista

##### GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

**Título de la investigación:** Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho

Entrevistador (E) : Nieves Deza, Víctor Daniel  
 Entrevistado (P) : Karlo Mario Arteaga Losza Hernandez  
 Ocupación del entrevistado : Arquitecto  
 Fecha : 28/09/22  
 Hora de inicio : 11:54 am  
 Hora de finalización : 01:13 pm  
 Lugar de entrevista : Red social (WhatsApp)

PREGUNTAS	TRANSCRIPCION DE RESPUESTAS
<b>CATEGORIA 1: Renovación urbana</b>	
La renovación urbana es el proceso de renovar áreas existentes dañadas o en mal estado, puede incluir, edificios, parques, carreteras, áreas industriales, generando la el incremento económico. Asimismo mejora la estética y condiciones de vida en áreas urbanas o rurales en desarrollo.	
<b>SUBCATEGORIA 1: Imagen urbana</b>	
<b>INDICADOR 1: Estructura urbana</b>	
E: la estructura urbana se adapta y amplifica en ajustes que se realizan en las ciudades con el fin económico que se ha transformado en la actualidad y se relacionan con los elementos sociales y físicos al interior y exterior En su experiencia <b>¿De qué manera influye la estructura urbana en el</b>	Influye positivamente, porque crea desarrollo en la transformación, el suelo se revaloriza y mejora la imagen de la ciudad.  Se tiene que tener en cuenta la morfología para que la renovación contribuya a la mejora con el cambio y no sea una propuesta fallida que

<p><b>aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?</b>  <b>¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades? Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?</b></p>	<p>pueda traer consigo , problemas de cualquiera índole</p>
<p><b>INDICADOR 2: Identidad urbana</b></p>	
<p>E: la identidad urbana es identificar lo más importante de la ciudad, representa lo que compone simbólicamente por la historia, cultura, la personalidad de los habitantes en el entorno urbano en los espacios y el paisaje urbano  En su experiencia <b>¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de san juan de Lurigancho? ¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? Y ¿De qué manera?</b></p>	<p>Zonas de recreación y cultura para que puedan dar manifestaciones artísticas donde puedan afianzar la cultura e identidad.   Claro se puede diseñar tomando como idea rectora, la identidad de los orígenes de los habitantes, de esta manera el centro comercial tendría una imagen única y los pobladores sentirían que pertenecen al lugar. Los integra a todos, mediante la cultura.</p>
<p><b>INDICADOR 3: Paisaje urbano</b></p>	
<p>E: el paisaje urbano en arquitectura se define como el conjunto de espacios que lo construye los equipamientos, mobiliario urbano, elementos urbanos, entre otros, conformando una perspectiva visual y espacial mediante la escala humana y la proporción de los sectores en la ciudad.   En su experiencia <b>¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbana para mejorar la imagen urbana? Y ¿Cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?</b>   <b>¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?</b></p>	<p>Principalmente una arborización para controlar el clima, tanto para el sol como para el frío., pisos verdes para controlar el polvo, e infraestructuras deportivas y de recreación.   El paisaje urbano es mejorar las calles, veredas , parques , la arborización, todo eso se aplica en una renovación urbana</p>
<p><b>SUBCATEGORIA 2: Efectos positivos de la renovación urbana</b></p>	

<b>INDICADOR 2: Confort urbano</b>	
<p>E: el confort urbano se define por producir comodidad y bienestar para las personas que lo integran teniendo en cuenta la percepción de espacio con la calidad de vida y los beneficios que esta puede producir, debe tomar un equilibrio entre hombre y naturaleza.</p> <p>En su experiencia <b>¿Por qué es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector?</b></p> <p><b>¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?</b></p>	<p>Las áreas verdes son importantes como explico en líneas anteriores a mejorar la temperatura ambiental, en invierno las calles son menos frías y en verano menos caliente, controla la temperatura.</p> <p>Creo que ya se explicó en las preguntas anteriores, renovando las veredas, las pitar, arborizando, creando parques y jardines, construyendo arquitectura deportiva, todos esos cambios generan confort urbano.</p>
<b>INDICADOR 3: Transformación urbana</b>	
<p>E: transformación urbana crea nuevas actividades antes demandas de la ciudad, como la trama de residencia o comercial que ordena el suelo en áreas informal que fomentan problemas urbanos, así mismo trae la consolidación de nuevas centralidades en la ciudad.</p> <p>En su experiencia <b>¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano?</b></p> <p><b>¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?</b></p>	<p>La reestructuración espacial crea una nueva estructura creando una trama urbana más complejo, causando una gran área o extensión, sin forma o limites definidos.</p> <p>La implementación de espacios comerciales permite una transformación urbana, pues lo que realmente se quiere es construir o diseñar equipamientos comerciales que permitan atraer a las personas y perciban un lugar confortable y agradable.</p>
<b>SUBCATEGORIA 3: Estrategias urbanas</b>	
<b>INDICADOR 1: Conservación de espacios urbanos</b>	
<p>E: conservación de espacios urbanos a la práctica de conservar las áreas verdes en el entorno urbano como parques, ríos patios y áreas urbanas lo que proviene de la conservación urbana generando mayor calidad urbana para árboles, flores entre otros</p> <p>En su experiencia <b>¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?</b></p> <p><b>¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en</b></p>	<p>Las estrategias para conservar los espacios públicos son:</p> <p>Formación responsable, crear conciencia en la población en utilizar adecuadamente el mobiliario urbano y evitar arrojar residuos sólidos.</p> <p>Coexistencia sostenible, que permita una relación simultanea entre los individuos y los espacios públicos con fin de crear beneficios en ambas partes.</p>

<p><b>la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?</b></p>	<p>Se puede implementar mobiliario urbano en espacios que han sido restablecidos o rehabilitados que contribuyan en la conservación de los espacios urbanos. Por ejemplo, la instalación de contenedores subterráneos que permitan la recopilación de residuos sólidos</p>
<p><b>INDICADOR 2: Revitalización de los barrios</b></p>	
<p>E: la revitalización de los barrios es un instrumento que revierte los estados urbanos y arquitectónicos de la ciudad para generar nuevas condiciones urbanas que demanda el lugar para la sostenibilidad.</p> <p>En su experiencia <b>¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?</b></p> <p><b>¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?</b></p>	<p>La revitalización es un proceso que consiste en mejorar un espacio urbano preferentemente edificada logrando que restauración o su reintegración total.</p> <p>La implementación de mobiliario urbano contribuye en la revitalización de un sector del distrito, permitiendo recuperar áreas degradadas o deterioradas por medio de un equipamiento logrando consolidar y restablecer espacios públicos.</p>
<p><b>INDICADOR 3: Regeneración urbana</b></p>	
<p>E: regeneración urbana, se basa a un enfoque integral que consiste en remodelar los espacios urbanos mejorando el tejido urbano existente, sin provocar desplazamientos que fuerzan a la ciudad.</p> <p>En su experiencia <b>¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?</b></p> <p><b>¿De qué manera la regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?</b></p>	<p>La regeneración de una ciudad se genera mediante un proceso dinámico para su intervención en áreas deterioradas con la finalidad de impulsar su restauración paulatina de su estado original, con el fin de lograr su uso intensivo y aprovechamiento de los pobladores.</p> <p>La regeneración urbana permite aspectos positivos: Se realizan remodelación de las edificaciones del sector que consiste modificar algunos elementos que permita la revaloración de los predios.</p>

**ANEXO 9:** Carta de presentación al arquitecto especialista.

### **CARTA DE PRESENTACIÓN**

**Señor:** Mgtr/Dr.: Mgtr. Arq. Gerard Alberto Egúsquiza Monteagudo

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Arquitectura de la UCV, en la sede de Lima Este, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Arquitecta(o).

El título del proyecto de investigación es: “**Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho**” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia sobre el tema.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y sub categorías.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido.
- Instrumento
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Lima, 23 de setiembre del 2022



---

Carolina Alejandra Laureano  
Rabanal  
DNI: 75228929

---

Victor Daniel Nieves deza  
DNI: 75052002

**ANEXO 10:** Carta de presentación al arquitecto especialista.

### **CARTA DE PRESENTACIÓN**

**Señor:** Mgtr/Dr.: MSc. Arq. Pedro Nicolas Chávez Prado

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Arquitectura de la UCV, en la sede de Lima Este, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Arquitecta(o).

El título del proyecto de investigación es: "**Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia sobre el tema.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y sub categorías.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido.
- Instrumento
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente

Lima, 23 de setiembre del 2022



---

Carolina Alejandra Laureano  
Rabanal  
DNI: 75228929



---

Victor Daniel Nieves deza  
DNI: 75052002

**ANEXO 11:** Carta de presentación al arquitecto especialista.

### **CARTA DE PRESENTACIÓN**

**Señor:** Mgtr/Dr.: Mgtr. Arq. Teddy Iván Esteves Saldaña

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.**

Me es grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y, asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de Arquitectura de la UCV, en la sede de Lima Este, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Arquitecta(o).

El título del proyecto de investigación es: "**Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia sobre el tema.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y sub categorías.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido.
- Instrumento
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

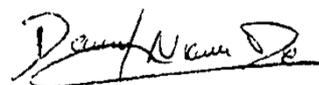
Atentamente.

Lima, 22 de setiembre del 2022



---

Carolina Alejandra Laureano  
Rabanal  
DNI: 75228929



---

Victor Daniel Nieves deza  
DNI: 75052002

**ANEXO 12:** Ficha de observación del supermercado Tottus en el distrito de San Juan de Lurigancho.

	Universidad Cesar Vallejo	<b>Ficha de observación – Uso de suelo</b>			Código: FO-IAC 1 de 2
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Arquitectura comercial	Impacto de la arquitectura comercial	
 <p style="text-align: center; background-color: orange; color: white; padding: 2px;"> <b>PLANO DE ZONIFICACIÓN ACTUAL – según el IMP</b> </p> <p> <i>Fuente:</i> <a href="https://www.imp.gob.pe/listado-de-planos-de-zonificacion/">https://www.imp.gob.pe/listado-de-planos-de-zonificacion/</a>. <i>Nota:</i> En el año 2014 mediante la ordenanza N° 1781 se modificó el cambio de uso de suelo del lote x de la Av. San Hilarión Este con denominación de OU a CZ.                 </p>		 <p style="text-align: center;"><i>Fuente:</i> Elaboración propia</p>		<p>                     En la actualidad en dicho lote se ha construido un centro comercial denominado EL TOTTUS y con ello la expansión del comercio en todo lo largo de la calle como locales de comida, farmacias, pollería y la DIVINCRI. Viéndose hoy en día el cambio de usos de suelo y de perfil urbano en la zona con edificaciones de 3 a 4 pisos y con pistas, veredas, estacionamientos, semaforización, carril del ciclista. Hoy en día los lotes de la Av. San Hilarión Este se encuentran mucho más valorizado el m2 que antes.                 </p>	
 <p style="text-align: center; background-color: red; color: white; padding: 2px;"> <b>PLANO DE ZONIFICACIÓN ANTIGUO</b> </p> <p> <i>Fuente:</i> <a href="https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho-2253.pdf">https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho-2253.pdf</a>. <i>Nota:</i> Desde hace muchos años el lote x de la Av. San Hilarión Este tenía como zonificación OU. (comercio zonal)                 </p>		 <p style="text-align: center;"><i>Fuente:</i> <a href="https://www.google.com/maps/@-11.9933144,-77.0106072,3a,75y,59.77h,91.76t/data=!3m6!1e1!3m4!1sroSArpaRAhJgEpxFg2Sm8A!2e0!7i13312!8i6656">https://www.google.com/maps/@-11.9933144,-77.0106072,3a,75y,59.77h,91.76t/data=!3m6!1e1!3m4!1sroSArpaRAhJgEpxFg2Sm8A!2e0!7i13312!8i6656</a></p>		<p>                     Hace 8 años atrás el lote tenía como denominación uso de suelo OU, la cual estaba vacío y era utilizado como cochera, basurero y por gente de mal vivir, convirtiéndolo en una zona intranquila para sus moradores. Los lotes que se encontraban cerca a la Av. Proceres de la independencia fueron rentados por Talleres de mecánica es decir ya existía un comercio pero que no favorecía a la zona porque estos talleres por falta de espacios hacían que los vehículos se estacionen a lo largo de la calle invadiendo las veredas causando desorden y suciedad en el mobiliario urbano de la zona. Creando una imagen urbana poco atractiva para sus habitantes.                 </p>	

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 13:** Ficha de observación del supermercado Plaza vea las flores en el distrito de San Juan de Lurigancho.

	Universidad Cesar Vallejo	<b>Ficha de observación – Uso de suelo</b>			Código: FO-IAC 1 de 2
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Arquitectura comercial	Impacto de la arquitectura comercial	
 <p>Fuente: <a href="https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho">https://www.imp.gob.pe/wp-content/uploads/2020/12/Web_San-Juan-de-Lurigancho</a></p>		 <p>Fuente: <a href="https://www.google.com/maps/">https://www.google.com/maps/</a></p>		De acuerdo al plano integral de zonificación y vías vigente a la fecha, se aprecia que en toda la Av. Canto grande existe una franja lineal con denominación CZ. Y paralela a la avenida canto grande es decir a la espalda existe una zonificación de RDM. Sin embargo al visitar el predio materia del presente análisis se evidencia que sobre dicho terreno se ha construido un centro comercial “ PLAZA VEA LAS FLORES”. Por la cual se tuvo que haber realizado el cambio de zonificación de RDM A CZ la cual por el momento no está actualizado en su plano vigente de la Municipalidad de San Juan de Lurigancho.	
 <p>Fuente: <a href="https://satellites.pro/plano/mapa_de_Peru#G">https://satellites.pro/plano/mapa_de_Peru#G</a></p>		 <p>Fuente: <a href="https://www.google.com/maps/">https://www.google.com/maps/</a></p>		En el año 2009 se inaugura el centro comercial Plaza vea y con su llegada se aprecia muchas mejoras de infraestructura urbana en la zona (veredas, pistas, berma central, arborización, señalización de tránsito, semaforización y alumbrado público) y la expansión del comercio a sus alrededores donde los predios colindantes dejaron de ser viviendas para convertirlos en locales comerciales como restaurante, pollerías, farmacias, mercado, centro médico. Asimismo, ha incrementado el valor del m2 de los predios	

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 14:** Ficha de observación de la Av. Proceres de la independencia en el distrito de San Juan de Lurigancho.

	Universidad Cesar Vallejo	<b>Ficha de observación – Cambio de imagen urbana</b>			Código: FO-IAC 1 de 2
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Arquitectura comercial	Impacto de la arquitectura comercial	
<p>ANTES: Avenida paradero 17 de la Av. Próceres de la Independencia</p>  <p>Fuente: <a href="https://satellites.pro/plano/mapa_de_Peru#G">https://satellites.pro/plano/mapa_de_Peru#G</a></p>		<p>Hace 8 años atrás la imagen urbana que se apreciaba en el paradero 17 de la Av. Próceres de la independencia se veía reflejado en la existencia de lotes vacíos, Viviendas a medio construir, falta de señalización, poca concurrencia del público, calles con poca iluminación y falta de mobiliario urbano.</p>			
<p>DESPUES: Avenida paradero 17 de la Av. Próceres de la Independencia</p>  <p>Fuente: Elaboración propia</p>		<p>En la actualidad existe un gran cambio en la imagen urbana en el paradero 17 de la Av. Proceres de la independencia, apreciándose los bolardos, vía del ciclista, vía peatonal, áreas verdes, ampliación de las veredas y diseño de fachadas corporativas que se expande a lo largo de la calle a y Avenida Proceres de la Independencia.</p>			
		 <p>Fuente: <a href="https://www.google.com/maps/@-11.9933144,-77.0106072,3a,75y,6.68h,87t/data=!3m6!1e1!3m4!1sroSArpaRAhJgEpxFg2Sm8A!2e0!7i13312!8i6656">https://www.google.com/maps/@-11.9933144,-77.0106072,3a,75y,6.68h,87t/data=!3m6!1e1!3m4!1sroSArpaRAhJgEpxFg2Sm8A!2e0!7i13312!8i6656</a></p>			
		 <p>Fuente: <a href="https://www.google.com/maps/@-11.9935007,-77.0106599,3a,75y,82.23h,88.64t/data=!3m7!1e1!3m5!1sNPdbLEfGE73kWwhkEhRxng!2e0!5s20140101T000000!7i16384!8i8192">https://www.google.com/maps/@-11.9935007,-77.0106599,3a,75y,82.23h,88.64t/data=!3m7!1e1!3m5!1sNPdbLEfGE73kWwhkEhRxng!2e0!5s20140101T000000!7i16384!8i8192</a></p>			

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 15:** Ficha de observación del cambio de imagen en el AA.HH en el distrito de San Juan de Lurigancho.

	Universidad Cesar Vallejo	<b>Ficha de observación – Cambio de imagen urbana</b>			Código: FO-IAC 1 de 2	
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Arquitectura comercial	Impacto de la arquitectura comercial		
<p><b>MEJORAMIENTO Y CONSTRUCCIÓN DE VEREDAS Y RAMPAS (ACTUAL)</b></p>  <p>Fuente: <i>Elaboración propia</i></p>		<p>En la actualidad se aprecia el mejoramiento de la infraestructura urbana de la zona con la presencia del mobiliario urbano acorde a las necesidades del público y que facilita su transitar y el aprovechamiento de los espacios públicos. También se aprecia la construcción de la vereda que tiene doble dirección uno hacia la plaza vea y el otro hacia el AA. HH logrando que las familias que viven a la espalda del Plaza Vea tengan un acceso y transitar más seguro por la mejora de la infraestructura urbana que trae consigo la presencia de este supermercado.</p>			<p><b>CONSTRUCCIÓN DE COMERCIOS COMPLEMENTARIOS (ACTUAL)</b></p>  <p>Fuente: <i>Elaboración propia</i></p> <p>Con la llegada del Plaza Vea al sector muchos de los propietarios de los inmuebles vecinos han decidido construir varios pisos para alquilar o vender. Asimismo, se ha evidenciado la construcción de veredas, implementación de semáforos, mejora de las bermas centrales, sardineles y el constante mantenimiento de las áreas verdes.</p>	
<p><b>MONTICULO DE TIERRA Y BASURA (ANTES)</b></p>  <p>Fuente: <i>Elaboración propia</i></p>					<p><b>TERRENOS SIN CONSTRUIR (ANTES)</b></p>  <p>Fuente: <i>Google Maps</i></p>	

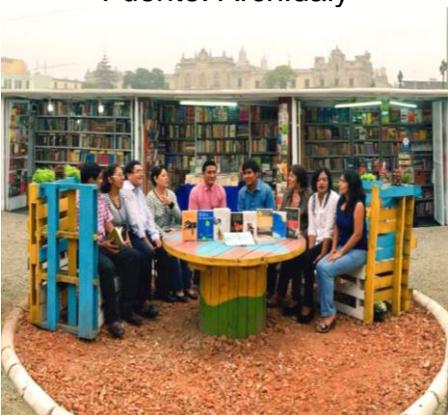
Fuente: *Elaboración propia*

**ANEXO 16:** Ficha de observación del proyecto boulevard comercial el polo en el distrito de Santiago de Surco

	Universidad Cesar Vallejo	<b>Ficha de observación – Recuperación de áreas centrales</b>			Código: FO-EPRU 1 de 3
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Renovación urbana	Efectos positivos de la renovación urbana	
 <p>Fuente: Google maps</p>  <p>Fuente: Google maps</p>	<p>La construcción del centro comercial el polo, cuenta con múltiples tiendas, donde la gente sale y entra de comprar, cuenta con diversos estacionamientos en las laterales.</p> <p>El centro comercial se ubica en la calle el polo, donde se encuentra la existencia de vehículos estacionados, generando contaminación vehicular.</p>	 <p>Fuente: C.C El Polo</p>  <p>Fuente: C.C El Polo</p>	<p>Actualmente se realizó el proyecto boulevard comercial el polo, donde busca recuperar las áreas de estacionamiento para implementar espacios sociales.</p> <p>Así mismo, se está construyendo nuevos restaurantes el polo, donde se relaciona los espacios sociales con cada restaurante.</p> <p>Se implemento áreas verdes y pinturas artísticas en las veredas, dándole un enfoque juvenil y dinámico.</p>		

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 17:** Ficha de observación del proyecto la plazoleta de la integración en el distrito del Rímac

	Universidad Cesar Vallejo	Ficha de observación – Recuperación de áreas centrales			Código: FO-EPRU 2 de 3
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Renovación urbana	Efectos positivos de la renovación urbana	
 <p>Fuente: Archidaly</p>	<p>Hace unos años el terreno baldío se encontraba en malas condiciones, donde se usaba para estacionamiento público y basurero.</p> <p>El terreno se encuentra al lado del centro comercial 7 de agosto, donde se generó una iniciativa de pintar el centro comercial al color que estaba antes y darle sentido propio a cada local comercial.</p>			 <p>Fuente: Archidaly</p>	<p>Este proyecto se titula, la plazoleta de la integración, donde busca mediante un espacio social mejorar el diseño y las necesidades de los vecinos.</p> <p>Este espacio mantiene una lectura mediante las plantas, elemento para sentarse e impresionantes expresiones artísticas que contribuye a generar mayor venta dentro del centro comercial 7 de agosto.</p>
 <p>Fuente: Archidaly</p>				 <p>Fuente: Archidaly</p>	<p>El proyecto llega a favor de la gente y del comercio existente que se encuentra entre los jirones, fomentando la cultura, valorización de los espacios.</p>

Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 18:** Ficha de observación del proyecto recuperación de espacios públicos en el distrito de Miraflores

	Universidad Cesar Vallejo	Ficha de observación – Recuperación de áreas centrales			Código: FO-EPRU 3 de 3
	Escuela Profesional de Arquitectura	Categoría	Renovación urbana	Efectos positivos de la renovación urbana	
 <p>Fuente: Google maps</p>  <p>Fuente: Google maps</p>	<p>El área que se intervino se presenta en el distrito de Miraflores, lo cual se establecían locales comerciales a menor escala, donde se generaba pérdida de espacio y aglomeración de autos por no tener una organización de estacionamientos, es por ello se llevó la construcción del supermercado vivanda, donde anteriormente se pretendía limitar más el espacio de estacionamiento debido a la aglomeración de vehículos.</p>	 <p>Fuente: COP 20</p>  <p>Fuente: COP 20</p>	<p>El proyecto de recuperación de espacios públicos se dio por la COP 20, una iniciativa de renovar los espacios de estacionamiento a espacios sociales con elemento sustentables.</p> <p>Dada la intervención a estos espacios se establecieron comercios a las laterales y se recuperaron áreas verdes.</p> <p>La iniciativa se presenta en el supermercado vivanda, generando construcción de departamento y tiendas.</p>		

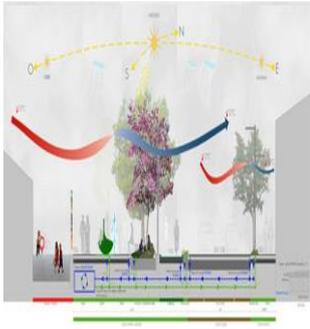
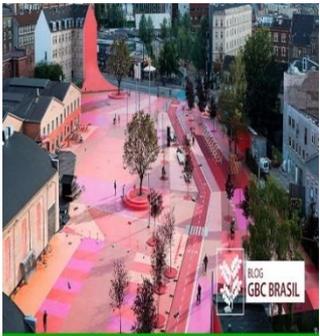
Fuente: Elaboración propia

**ANEXO 19:** Ficha de análisis de contenido

<b>FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO</b>	
<b>Título de la investigación:</b>	Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho
<b>Nombre del documento:</b>	Estructura urbana y cambio en el uso del suelo en Bogotá entre 2007 y 2017; Memoria e identidad urbana; El paisaje urbano
<b>Autor:</b>	Holguín (2017), Beleño (2017), Maderuelo(2015)
<b>Palabras claves:</b>	Estructura urbana, Identidad urbana, Paisaje urbano
<b>Referencia bibliográfica:</b>	<a href="https://doi.org/10.1590/2175-3369.013.e20200192">https://doi.org/10.1590/2175-3369.013.e20200192</a> <a href="https://doi.org/10.3989/estgeogr.201019">https://doi.org/10.3989/estgeogr.201019</a> <a href="http://ieu.unal.edu.co/observatorio-de-gobierno-urbano/apoyo-a-la-investigacion/tesis-y-trabajo-de-investigacion/item/memoria-e-identidad-urbana-recuperacion-de-la-imagen-del-rio-guatapuri-en-valledupar">http://ieu.unal.edu.co/observatorio-de-gobierno-urbano/apoyo-a-la-investigacion/tesis-y-trabajo-de-investigacion/item/memoria-e-identidad-urbana-recuperacion-de-la-imagen-del-rio-guatapuri-en-valledupar</a>
<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>	
<b>Sub categoría 1: Imagen Urbana</b>	
<b>Objetivo específico:</b> Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana	
<b>Concepto de sub categoría:</b> se compone a través del entorno natural urbano y los aspectos sociales, creando una esencia de dinamismo con la realidad teniendo en cuenta la historia sobre acciones de la sociedad.	
<b>Indicador 1: Estructura urbana</b>	
La estructura urbana se adopta y amplifica a medida que la ciudad va creciendo relacionando aspectos sociales y económicos. A medida que se planifica la ciudad, las viviendas van optando una estructura mas organizada, por lo tanto la estructura urbana busca la forma de organizar los sectores en crecimiento para generar una conexión con la ciudad	
	Fuente: Google
<b>Indicador 2: Identidad urbana</b>	
La identidad urbana es un conjunto de historias, cultura y sociedad creando una imagen dentro de espacios urbanos o arquitectónicos que amplifica los aspectos culturales de las personas generando un aporte a la ciudad a través de expresiones artísticas en viviendas o una renovación de un barrio aportando a la imagen de la ciudad.	
<b>Indicador 3: Paisaje urbano</b>	
El paisaje urbano crea un conjunto urbano de espacios que se equilibran con la escala, donde se crea y convierte espacios en diversas funcionalidades, construye redes de edificaciones que conecta el entorno urbano, mejorando la calidad urbana de la ciudad.	

Nota: Elaboración propia

**ANEXO 20:** Ficha de análisis de contenido

<b>FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO</b>	
<b>Título de la investigación:</b>	Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho
<b>Nombre del documento:</b>	Arbolado urbano y confort térmico en el habitat pozarricense; Congestión urbana: estudio y transformación urbana de san Victorino, Bogotá
<b>Autor:</b>	Martínez (2020), Cortes (2017)
<b>Palabras claves:</b>	Confort urbano, Transformación urbana
<b>Referencia bibliográfica:</b>	<a href="https://doi.org/10.5821/siiu.6417">https://doi.org/10.5821/siiu.6417</a> <a href="https://doi.org/10.25009/uvs.v0i10.2708">https://doi.org/10.25009/uvs.v0i10.2708</a>
<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>	
<b>Sub categoría 2: Efectos positivos de la Renovación Urbana</b>	
<b>Objetivo específico:</b> Determinar los efectos positivos de la renovación urbana en el proceso de desarrollo de la ciudad para la calidad de vida	
<b>Concepto de sub categoría:</b> Esto también genera buscar las condiciones de vida urbana a través de la transformación de la ciudad se generan planes urbanos, desarrollando el manejo del paisaje urbano, el alumbrado público y estrategias de planes por sectores, donde también se busca los tratamientos urbanos en recuperar zonas en estado precario.	
<b>Indicador 1: Confort urbano</b>	
<p>Se define por producir comodidad y bienestar para las personas que lo integran teniendo en cuenta la percepción de espacio con la calidad de vida y los beneficios que esta puede producir, debe tomar un equilibrio entre hombre y naturaleza.</p> <p>el confort urbano cuenta con aspectos formales, ambientales y sensoriales estos se toman para llevar un equilibrio que conforma la ciudad, aún no se define un instrumento que marque el nivel de confort pero se toma estos aspectos que definen la calidad de vida urbana</p>	
<b>Indicador 2: Transformación urbana</b>	
<p>Crea nuevas actividades antes demandas de la ciudad, como la trama de residencia o comercial que ordena el suelo en áreas informal que fomentan problemas urbanos, así mismo trae la consolidación de nuevas centralidades en la ciudad generando desarrollo urbano. Busca transformar la relación espacial, a través de estrategias urbanas que conecte e integran espacios desordenado, este proceso consiste en desocupar y optimizar zonas para el desarrollo de nuevas actividades.</p>	

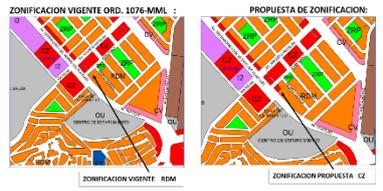
Nota: Elaboración propia

**ANEXO 21:** Ficha de análisis de contenido

<b>FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO</b>	
<b>Título de la investigación:</b>	Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho
<b>Nombre del documento:</b>	Espacios verdes urbanos públicos: ciudadanos y técnicos municipales bases para una gestión sostenible; Espacio público: 6 ideas para revitalizar los barrios el día después de la COVID-19.Regeneración urbana.
<b>Autor:</b>	De la fuente (2021), Vera y Mashini (2020), ONU-HABITAT (2016)
<b>Palabras claves:</b>	Revitalización urbana, Conservación urbana, Regeneración urbana
<b>Referencia bibliográfica:</b>	<a href="https://doi.org/10.3989/ic.14.049">https://doi.org/10.3989/ic.14.049</a> <a href="https://unhabitat.org/sites/default/files/documents/201906/urban_regeneration.pdf">https://unhabitat.org/sites/default/files/documents/201906/urban_regeneration.pdf</a> . <a href="https://blogs.iadb.org/ciudades--sostenibles/es/espacio-publico-6-ideas-para-revitalizar-barrios-el-dia-despues/">https://blogs.iadb.org/ciudades--sostenibles/es/espacio-publico-6-ideas-para-revitalizar-barrios-el-dia-despues/</a>
<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>	
<b>Sub categoría 3: Estrategias Urbanas</b>	
<b>Objetivo específico:</b>	Describir estrategias urbanas en la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano
<b>Concepto de sub categoría:</b>	se realiza cambios en el uso del suelo existente en diversos sectores para el bienestar urbano aprovechando las construcciones y servicios realizados es donde se realiza la planificación de la ciudad y generando normativas objetivas a largo medio plazo.
<b>Indicador 1: Conservación de espacios urbanos</b>	
La práctica de conservar las áreas verdes en el entorno urbano como parques, ríos patios y áreas urbanas lo que proviene de la conservación urbana generando mayor calidad urbana para árboles, flores entre otros, donde mejora las condiciones de espacios habitables.	
<b>Indicador 2: Revitalización de los barrios</b>	
Es un instrumento que revierte los estados urbanos y arquitectónicos de la ciudad para generar nuevas condiciones urbanas que demanda el lugar para la sostenibilidad, en cuanto a los asentamientos informales mucho de estos generan emprendimientos y creatividad en el sector.	
<b>Indicador 3: Regeneración urbana</b>	
Se basa a un enfoque integral que consiste en remodelar los espacios urbanos mejorando el tejido urbano existente, sin provocar desplazamientos que fuerzan a la ciudad, mejora las condiciones urbanas dando como resultado ciudades sostenibles.	

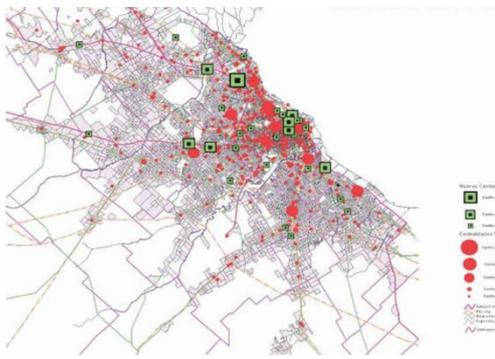
Nota: Elaboración propia

**ANEXO 22:** Ficha de análisis de contenido

<b>FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO</b>	
<b>Título de la investigación:</b>	Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho
<b>Nombre del documento:</b>	Zonificación urbana, definición, normas legales y usos; Aprueban reajuste integral de la Zonificación de los Usos del Suelo de la Zona de Reglamentación Especial de los Pantanos de Villa; Zonificación Urbana: Instrumento para el Ordenamiento de la Economía Local.
<b>Autor:</b>	Alccamari (2019); Sistema Peruano de Información Jurídica (2019); Quiquia (2019).
<b>Palabras claves:</b>	Arquitectura comercial, suelo urbano, crecimiento urbano
<b>Referencia bibliográfica:</b>	<a href="https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/4662">https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/4662</a> <a href="https://www.ipdu.pe/ordenanzasyplanos/pantanos/pantanos-ordenanza.pdf">https://www.ipdu.pe/ordenanzasyplanos/pantanos/pantanos-ordenanza.pdf</a> <a href="http://hdl.handle.net/20.500.12404/13956">http://hdl.handle.net/20.500.12404/13956</a>
<b>CATEGORIA 1: ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	
<b>Sub categoría 2: Impacto de la arquitectura comercial</b>	
<b>Objetivo específico:</b> Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico	
<b>Concepto de sub categoría:</b> Comprende los beneficios económicos y sociales que trae la presencia de la arquitectura comercial en un determinado sector.	
<b>Indicador 1: Uso de suelo</b>	
Los suelos rústicos son terrenos no urbanizables con fines de uso natural (agrícola) y que sirven de protección urbanística ambiental para la zona. Sin embargo, no existe terreno urbano que antes no haya sido rústico, y que el paso de rústico a urbano es una cuestión de necesidad.	
El suelo urbano, como un bien económico, adquiere sus cualidades en función de la inversión económica que realiza la población para hacerlo habitable y de atributos externos a él que califican su contexto.	
El suelo de protección es un tipo de suelo con características paisajísticas y áreas humedades que ha sido descuidado por sus pobladores y gobernantes. Sin embargo, la presencia de este tipo de suelo de conservación natural por su vegetación o historia forma parte de la identidad urbana de una localidad.	

Nota: Elaboración propia

**ANEXO 23:** Ficha de análisis de contenido

<b>FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO</b>	
<b>Título de la investigación:</b>	Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho
<b>Nombre del documento:</b>	Comercio y planificación urbana; Imagen Urbana; Interacciones entre imagen urbana y turismo: reflexiones desde la Arquitectura; Kevin Lynch: ciudad en constante evolución;
<b>Autor:</b>	Fariña (2018); Mercado (2020); García (2020)
<b>Palabras claves:</b>	Arquitectura, imagen urbana, centralidades urbanas
<b>Referencia bibliográfica:</b>	<a href="https://oa.upm.es/62647/">https://oa.upm.es/62647/</a> <a href="https://www.redalyc.org/journal/6040/604069820013/604069820013.pdf">https://www.redalyc.org/journal/6040/604069820013/604069820013.pdf</a> <a href="https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25355">https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25355</a>
<b>CATEGORIA 1: Arquitectura comercial</b>	
<b>Sub categoría 2: Impacto de la arquitectura comercial</b>	
<b>Objetivo específico:</b> Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico.	
<b>Concepto de sub categoría:</b> Comprende los beneficios económicos y sociales que trae la presencia de la arquitectura comercial en un determinado sector.	
<b>Indicador 2: Generación de centralidades</b>	
<p>los grandes centros comerciales se han multiplicado en las metrópolis latinoamericanas, dando lugar a la aparición de nuevas centralidades urbanas importantes e imponiéndose en los modos de vida de un gran número de ciudadanos, no solo como lugares de consumo, sino también como nuevos espacios públicos urbanos. La noción de centralidad ocupa un lugar clave en la planeación urbana y como herramienta privilegiada de ordenamiento territorial</p>	
<b>Indicador 3: Cambio de imagen</b>	
<p>La creación de la imagen de la ciudad se da a partir de lo que ve el ciudadano y de cómo lo interpreta y organiza mentalmente, se refiere a esquemas mentales de la ciudad, realizados a partir de caminar e integrarse a la ciudad, razón por la cual se tienen imágenes diferentes entre sí y con la misma realidad exterior. Un factor que influye directamente en la definición de la imagen de la ciudad, es el nivel socioeconómico de la población.</p>	

Nota: Elaboración propia

**ANEXO 24:** Ficha de análisis de contenido

<b>FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO</b>	
<b>Título de la investigación :</b>	Estudio de la Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho
<b>Nombre del documento:</b>	Sociología urbana o sociología de lo urbano; De la antropología a la antropología urbana; ESTÉTICA URBANA Apropiación del territorio en el tiempo y espacio, Memoria, arte y significados en el Gran La Plata, Buenos Aires, Argentina
<b>Autor:</b>	Paiva (2018), Begoña (2008), Mariñelarena (2019)
<b>Palabras claves:</b>	Antropología urbana, contacto intercultural, sociología urbana.
<b>Referencia bibliográfica:</b>	<a href="https://www.scielo.org.mx/pdf/educm/v21n1/2448-6515-educm-21-01-211.pdf">https://www.scielo.org.mx/pdf/educm/v21n1/2448-6515-educm-21-01-211.pdf</a> <a href="https://www.ugr.es/~pwlac/G24_50Begoña_García_Pastor.html">https://www.ugr.es/~pwlac/G24_50Begoña_García_Pastor.html</a> <a href="https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/171572/6504-8267-1-PB.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/171572/6504-8267-1-PB.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a>
<b>CATEGORIA 1: Arquitectura comercial</b>	
<b>Sub categoría 3: Criterios de diseño en la arquitectura comercial</b>	
<b>Objetivo específico:</b> Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales.	
<b>Concepto de sub categoría:</b> Comprende los diversos criterios arquitectónicos a tener en cuenta en el diseño de una arquitectura comercial.	
<b>Indicador 1: Estéticos</b>	
La estética desde un punto de vista comercial apunta a un crecimiento progresivo del turismo como alternativa de un flujo de recursos económicos, la cual genera la idea de hacer espacios urbanos atractivamente vendible. La cual requiere de la oferta de servicios y productos y es ahí donde nace la promoción de una imagen que comercialice.	
<b>Indicador 2: Sociológicos</b>	
La sociología estudia los procesos sociales del del espacio urbano, donde se enfocan en los diversos aspectos de la vida social e interroga y trata de entender los modos de vida de los grupos sociales que constituyen en una ciudad	
<b>Indicador3: Antropología</b>	

La antropología urbana, estudia cómo viven cotidianamente las personas de diversos mestizajes y culturas en diversos espacios sociales de la ciudad, generando importantes cambios de todo tipo en la vida de los individuos que la conforman.



Nota: Elaboración propia

**ANEXO 25:** Validación del instrumento de guía de entrevista aplicada al Arq. Egúsquiza Monteagudo Gerard Alberto

**Certificado de validez de contenido al Arquitecto**

N°	CATEGORIA 1: ARQUITECTURA COMERCIAL	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
	<b>Objetivo general:</b> Analizar la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho.	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
1	<b>Pregunta General:</b> ¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x		
	<b>SUBCATEGORIA 1: TIPOS DE ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
2	Dentro de la tipología de locales especializados se encuentran los mayoristas y minorista, en su experiencia ¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?			x				x				x		
3	Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales mayoristas ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?			x				x				x		
4	Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales minoristas ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?			x				x				x		
5	Dentro de los tipos de locales comerciales agrupados tenemos Los Mercados ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?			x				x				x		
6	Según los tipos de arquitectura comercial que existen, ¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de San Juan de Lurigancho y debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?			x				x				x		
7	¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona sería la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar? Asimismo, mencione ¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?			x				x				x		
	<b>SUBCATEGORIA 2: IMPACTO DE LA ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
1	¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?			x				x				x		
2	¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?			x				x				x		
3	¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?			x				x				x		
4	De acuerdo a la normativa de uso de suelos ¿Que impacto genera un centro comercial en suelo rústico?			x				x				x		

5	¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?			x				x				x	
6	De acuerdo a su experiencia ¿Cuál de los megaproyectos de arquitectura comercial que conoce usted concentra la mayor cantidad de actividades comerciales en un solo lugar? Coménteme ¿Qué impactos socioeconómicos y de uso de suelo han traído estos megaproyectos en el lugar donde se edificaron?			x				x				x	
7	¿Qué impactos positivos considera usted que genere la existencia de un megaproyecto dentro del distrito?			x				x				x	
8	¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?			x				x				x	
9	Sabemos que en la zona existen diversos comercios establecidos y se propone una arquitectura comercial que cuenta con una imagen corporativa reconocida ¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?			x				x				x	
<b>SUBCATEGORIA 3: CRITERIOS DE DISEÑO EN LA ARQUITECTURA COMERCIAL</b>		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
1	¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?			x				x				x	
2	¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?			x				x				x	
3	¿Qué criterios de diseño se aplica en los espacios comerciales teniendo la cuenta los aspectos antropológicos?			x				x				x	
<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>		<b>Pertinencia<sup>1</sup></b>			<b>Relevancia<sup>2</sup></b>			<b>Claridad<sup>3</sup></b>					
<b>Objetivo general:</b> Analizar la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho.		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
1	<b>Pregunta General:</b> ¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x	
<b>SUBCATEGORIA 1: IMAGEN URBANA</b>		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
2	¿De qué manera influye la estructura urbana en el aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?			x				x				x	
3	¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades? Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?			x				x				x	
4	¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x	
5	¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? ¿Y de qué manera?			x				x				x	
6	¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbano para mejorar la imagen urbana? ¿Y cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?			x				x				x	
7	¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?			x				x				x	

SUBCATEGORIA 2: EFECTOS POSITIVOS DE LA RENOVACION URBANA		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M
		D			A	D			A	D			A
1	¿Porque es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector? y ¿Cómo deberían ser estas áreas verdes para conseguir la renovación urbana?			x				x				x	
2	¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?			x				x				x	
3	¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano?			x				x				x	
4	¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?			x				x				x	
SUBCATEGORIA 3: ESTRATEGIAS URBANAS		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M
		D			A	D			A	D			A
1	¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?			x				x				x	
2	¿Qué estrategias urbanas puedo implementar para conservar los espacios urbanos en la renovación urbana de un barrio o un sector?			x				x				x	
3	¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?			x				x				x	
4	¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?			x				x				x	
5	¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?			x				x				x	
6	¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?			x				x				x	
7	¿De qué manera regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?			x				x				x	

**<sup>1</sup>Pertinencia:** La pregunta corresponde al concepto teórico formulado.

**MD:** Muy deficiente

**MA:** Muy Aplicable

**<sup>2</sup>Relevancia:** La pregunta es apropiada para representar al componente o subcategoría especificada del constructo.

**D:** Deficiente

**A:** Aplicable

**<sup>3</sup>Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es concisa, exacta y directa

**Observaciones sobre el ítem:**

---

¿Los ítems van acorde con las opciones de respuesta? SI ( x ) NO ( )

**Observaciones:** sin observaciones

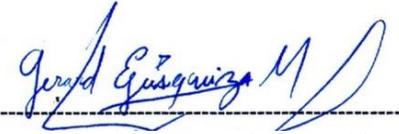
**Sobre todo el instrumento:**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable**       **Aplicable después de corregir**       **No aplicable**

**Apellidos y nombres del juez validador** Mgtr. Arq. Egúsqiza Monteagudo Gerard Alberto  
**DNI:** 71936851

**Especialidad del validador:** Medio ambiente y educación

**Fecha:** 23 de setiembre del 2022

A handwritten signature in blue ink, reading "Gerard Egúsqiza M", written over a horizontal dashed line.

Mgtr. Arq. Egúsqiza Monteagudo Gerard Alberto

**ANEXO 26:** Validación del instrumento de guía de entrevista aplicada al Arq. Pedro Nicolas Chávez Prado

**Certificado de validez de contenido al Arquitecto**

N°	CATEGORIA 1: ARQUITECTURA COMERCIAL	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
	<b>Objetivo general:</b> Analizar la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho.	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
1	<b>Pregunta General:</b> ¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x		
	<b>SUBCATEGORIA 1: TIPOS DE ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
2	Dentro de la tipología de locales especializados se encuentran los mayoristas y minorista, en su experiencia ¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?			x				x				x		
3	Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales mayoristas ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?			x				x				x		
4	Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales minoristas ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?			x				x				x		
5	Dentro de los tipos de locales comerciales agrupados tenemos Los Mercados ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?			x				x				x		
6	Según los tipos de arquitectura comercial que existen, ¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de San Juan de Lurigancho y debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?			x				x				x		
7	¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona sería la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar? Asimismo, mencione ¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?			x				x				x		
	<b>SUBCATEGORIA 2: IMPACTO DE LA ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
1	¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?			x				x				x		
2	¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?			x				x				x		
3	¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?			x				x				x		
4	De acuerdo a la normativa de uso de suelos ¿Que impacto genera un centro comercial en suelo rústico?			x				x				x		

5	¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?			x				x				x	
6	De acuerdo a su experiencia ¿Cuál de los megaproyectos de arquitectura comercial que conoce usted concentra la mayor cantidad de actividades comerciales en un solo lugar? Coménteme ¿Qué impactos socioeconómicos y de uso de suelo han traído estos megaproyectos en el lugar donde se edificaron?			x				x				x	
7	¿Qué impactos positivos considera usted que genere la existencia de un megaproyecto dentro del distrito?			x				x				x	
8	¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?			x				x				x	
9	Sabemos que en la zona existen diversos comercios establecidos y se propone una arquitectura comercial que cuenta con una imagen corporativa reconocida ¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?			x				x				x	
<b>SUBCATEGORIA 3: CRITERIOS DE DISEÑO EN LA ARQUITECTURA COMERCIAL</b>		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
1	¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?			x				x				x	
2	¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?			x				x				x	
3	¿Qué criterios de diseño se aplica en los espacios comerciales teniendo la cuenta los aspectos antropológicos?			x				x				x	
<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>		<b>Pertinencia<sup>1</sup></b>			<b>Relevancia<sup>2</sup></b>			<b>Claridad<sup>3</sup></b>					
<b>Objetivo general:</b> Analizar la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho.		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
1	<b>Pregunta General:</b> ¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x	
<b>SUBCATEGORIA 1: IMAGEN URBANA</b>		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
2	¿De qué manera influye la estructura urbana en el aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?			x				x				x	
3	¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades? Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?			x				x				x	
4	¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x	
5	¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? ¿Y de qué manera?			x				x				x	
6	¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbano para mejorar la imagen urbana? ¿Y cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?			x				x				x	
7	¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?			x				x				x	

SUBCATEGORIA 2: EFECTOS POSITIVOS DE LA RENOVACION URBANA		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
		D			A	D			A	D			A	A
1	¿Porque es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector? y ¿Cómo deberían ser estas áreas verdes para conseguir la renovación urbana?			x				x				x		
2	¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?			x				x				x		
3	¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano?			x				x				x		
4	¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?			x				x				x		
SUBCATEGORIA 3: ESTRATEGIAS URBANAS		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
		D			A	D			A	D			A	A
1	¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?			x				x				x		
2	¿Qué estrategias urbanas puedo implementar para conservar los espacios urbanos en la renovación urbana de un barrio o un sector?			x				x				x		
3	¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?			x				x				x		
4	¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?			x				x				x		
5	¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?			x				x				x		
6	¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?			x				x				x		
7	¿De qué manera regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?			x				x				x		

**<sup>1</sup>Pertinencia:** La pregunta corresponde al concepto teórico formulado.

**MD:** Muy deficiente

**MA:** Muy Aplicable

**<sup>2</sup>Relevancia:** La pregunta es apropiada para representar al componente o subcategoría especificada del constructo.

**D:** Deficiente

**A:** Aplicable

**<sup>3</sup>Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es concisa, exacta y directa

**Observaciones sobre el ítem:**

---

¿Los ítems van acorde con las opciones de respuesta? SI ( x ) NO ( )

**Observaciones:** sin observaciones

**Sobre todo el instrumento:**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable** [ x ]      **Aplicable después de corregir** [ ]      **No aplicable** [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador** MSc. Arq. Pedro Nicolas Chávez Prado  
**DNI:** 09140833

**Especialidad del validador:** Magister en Ciencias con mención en Arquitectura

**Fecha:** 24 de setiembre del 2022



---

MSc. Arq. Pedro Nicolas Chávez Prado

**ANEXO 27:** Validación del instrumento de guía de entrevista aplicada al Arq. Teddy Iván Esteves Saldaña

**Certificado de validez de contenido al Arquitecto**

N°	CATEGORIA 1: ARQUITECTURA COMERCIAL	Pertinencia <sup>1</sup>				Relevancia <sup>2</sup>				Claridad <sup>3</sup>				Sugerencias
	<b>Objetivo general:</b> Analizar la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho.	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
1	<b>Pregunta General:</b> ¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				x		
	<b>SUBCATEGORIA 1: TIPOS DE ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
2	Dentro de la tipología de locales especializados se encuentran los mayoristas y minorista, en su experiencia ¿Cuál de estas arquitecturas comerciales sería la más indicada de implementar en el distrito de San Juan de Lurigancho según sus necesidades comerciales?			x				x				x		
3	Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales mayoristas ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?			x				x				x		
4	Dentro de los tipos de arquitectura comercial, tenemos los locales minoristas ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en estos establecimientos teniendo en cuenta el comercio del distrito de San Juan de Lurigancho y su necesidad?			x				x				x		
5	Dentro de los tipos de locales comerciales agrupados tenemos Los Mercados ¿Qué espacios comerciales se pueden implementar en un mercado distrital de acuerdo a sus necesidades comerciales?			x				x				x		
6	Según los tipos de arquitectura comercial que existen, ¿Cuál considera usted que es la arquitectura comercial que le hace falta al distrito de San Juan de Lurigancho y debería implementarse con espacios comerciales según las necesidades del lugar?			x				x				x		
7	¿Considera usted que la existencia de un centro comercial dentro de la zona sería la arquitectura comercial más adecuada para mejorar el comercio del lugar? Asimismo, mencione ¿Qué espacios comerciales debería de proponerse?			x				x				x		
	<b>SUBCATEGORIA 2: IMPACTO DE LA ARQUITECTURA COMERCIAL</b>	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	M D	D	A A	M A	
1	¿Considera necesario tener más tipos de locales de conveniencia (bodegas Marquet) o de los otros tipos de locales de comercios agrupados en el distrito de San Juan de Lurigancho? ¿Por qué?			x				x				x		
2	¿Qué impacto genera la arquitectura comercial de un centro comercial construido en una zona urbana, tanto en el factor socioeconómico como en el uso del suelo urbano?			x				x				x		
3	¿Qué impacto trae la arquitectura comercial en el crecimiento socioeconómico de un distrito? ¿puede hacer cambios en el uso del suelo urbano?			x				x				x		
4	De acuerdo a la normativa de uso de suelos ¿Que impacto genera un centro comercial en suelo rústico?			x				x				x		

5	¿De qué manera impacta la arquitectura comercial ubicándose cerca de las áreas de suelo de protección (Huacas)?			x				x				x	
6	De acuerdo a su experiencia ¿Cuál de los megaproyectos de arquitectura comercial que conoce usted concentra la mayor cantidad de actividades comerciales en un solo lugar? Coménteme ¿Qué impactos socioeconómicos y de uso de suelo han traído estos megaproyectos en el lugar donde se edificaron?			x				x				x	
7	¿Qué impactos positivos considera usted que genere la existencia de un megaproyecto dentro del distrito?			x				x				x	
8	¿Qué impactos genera una arquitectura comercial en la imagen urbana del distrito?			x				x				x	
9	Sabemos que en la zona existen diversos comercios establecidos y se propone una arquitectura comercial que cuenta con una imagen corporativa reconocida ¿Qué impacto generaría su presencia en la imagen urbana del sector teniendo en cuenta la imagen urbana que actualmente se percibe del lugar?			x				x				x	
<b>SUBCATEGORIA 3: CRITERIOS DE DISEÑO EN LA ARQUITECTURA COMERCIAL</b>		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
1	¿Qué criterios arquitectónicos se deben considerar en el diseño de espacios comerciales tanto interiores y exteriores? además ¿Cómo conseguir que estos sean estéticos?			x				x				x	
2	¿Qué criterios de diseño se aplica en una sociedad con existencia de diversos grupos sociales para determinar una arquitectura comercial dentro del distrito?			x				x				x	
3	¿Qué criterios de diseño se aplica en los espacios comerciales teniendo la cuenta los aspectos antropológicos?			x				x				x	
<b>CATEGORIA 2: RENOVACIÓN URBANA</b>		<b>Pertinencia<sup>1</sup></b>			<b>Relevancia<sup>2</sup></b>			<b>Claridad<sup>3</sup></b>					
<b>Objetivo general:</b> Analizar la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho.		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
1	<b>Pregunta General:</b> ¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en el Distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				X	
<b>SUBCATEGORIA 1: IMAGEN URBANA</b>		<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	<b>M</b>
		<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>	<b>D</b>		<b>A</b>	<b>A</b>
2	¿De qué manera influye la estructura urbana en el aspecto de la imagen urbana para la renovación de la ciudad?			x				x				X	
3	¿Por qué es importante considerar la morfología urbana en la estructuración de la imagen urbana de las ciudades? Y ¿Cómo contribuiría en la renovación urbana de un distrito?			x				x				X	
4	¿Qué espacios urbanos considera usted que se debería incluir para la creación de una identidad urbana en el distrito de San Juan de Lurigancho?			x				x				X	
5	¿Contribuiría en la renovación urbana el contemplar una arquitectura comercial basada en la cultura del sector? ¿Y de qué manera?			x				x				X	
6	¿Qué elementos o edificaciones arquitectónicas contribuyen en el paisaje urbano para mejorar la imagen urbana? ¿Y cómo ayudaría en la renovación urbana de un distrito?			x				x				X	
7	¿Cómo podríamos aplicar el paisaje urbano en la renovación urbana de un sector?			x				x				X	

SUBCATEGORIA 2: EFECTOS POSITIVOS DE LA RENOVACION URBANA		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M
		D			A	D			A	D			A
1	¿Porque es importante las áreas verdes urbanas en la renovación urbana de un sector? y ¿Cómo deberían ser estas áreas verdes para conseguir la renovación urbana?			x				x				X	
2	¿De qué manera se puede trabajar la renovación urbana para conseguir un confort urbano?			x				x				X	
3	¿De qué manera la reestructuración espacial genera un proceso de transformación de un espacio urbano?			x				x				X	
4	¿Cómo se podría implementar espacios comerciales para el proceso de transformación urbana de la ciudad?			x				x				X	
SUBCATEGORIA 3: ESTRATEGIAS URBANAS		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M
		D			A	D			A	D			A
1	¿Cuáles son las estrategias urbanas que me permiten conservar los espacios urbanos?			x				x				X	
2	¿Qué estrategias urbanas puedo implementar para conservar los espacios urbanos en la renovación urbana de un barrio o un sector?			x				x				X	
3	¿De qué manera se puede implementar el mobiliario urbano en la búsqueda de conservación de espacios urbanos como estrategia urbana en los barrios de un distrito?			x				x				X	
4	¿De qué manera la revitalización urbana influye en el proceso de intervención en la renovación urbana de barrios o sectores del distrito?			x				x				X	
5	¿De qué manera la movilidad urbana contribuye en el proceso de revitalización de barrios en el distrito?			x				x				X	
6	¿Cómo se puede regenerar una ciudad para la intervención de barrios o sectores en crecimiento urbano? Y ¿De qué manera se puede planificar?			x				x				X	
7	¿De qué manera regeneración urbana genera impactos positivos en la renovación urbana de los barrios y zonas precarias?			x				x				X	

**<sup>1</sup>Pertinencia:** La pregunta corresponde al concepto teórico formulado.

**MD:** Muy deficiente

**MA:** Muy Aplicable

**<sup>2</sup>Relevancia:** La pregunta es apropiada para representar al componente o subcategoría especificada del constructo.

**D:** Deficiente

**A:** Aplicable

**<sup>3</sup>Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es concisa, exacta y directa

**Observaciones sobre el ítem:**

---

¿Los ítems van acorde con las opciones de respuesta? SI ( x ) NO ( )

**Observaciones:** sin observaciones

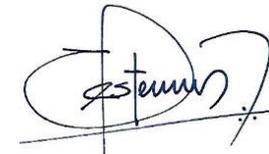
**Sobre todo el instrumento:**

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable** [ x ]      **Aplicable después de corregir** [ ]      **No aplicable** [ ]

**Apellidos y nombres del juez validador** Mgtr. Arq. Teddy Iván Esteves Saldaña  
**DNI:** 17841129

**Especialidad del validador:** Conservación del patrimonio arquitectónico

**Fecha:** 22 de setiembre del 2022



---

Mgtr. Arq. Teddy Iván Esteves Saldaña

**ANEXO 28:** Consentimiento informado del Mgtr. Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA ENTREVISTA COMO APORTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título del Proyecto de Investigación:** Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**Investigadores:** Carolina Alejandra Laureano Rabanal y Víctor Daniel Nieves Deza.

Antes de proceder con la entrevista, lea detenidamente las condiciones y términos de la misma, presentadas a continuación.

**Condiciones y términos de la entrevista**

Luego de una consulta previa y una breve presentación del tema, usted ha sido elegido(a), para participar de esta entrevista, bajo las condiciones de ser un sujeto con conocimientos especiales, profesionales y/u objetivos sobre el tema; y cuya disponibilidad es inmediata en tiempo y lugar. Por lo tanto, al acceder participar voluntariamente de la entrevista en cuestión, usted está sujeto a los siguientes términos:

- Su identidad será revelada en la investigación como fuente de recolección de datos.
- Esta entrevista será archivada en audio y por escrito, este último junto al presente documento como anexos dentro del proyecto de investigación en físico, guardados en un CD y entregado a la asesora metodológica, por disposición de la escuela profesional de arquitectura de la Universidad César Vallejo y del investigador, para su uso netamente académico.
- En caso de tener algún inconveniente de suma importancia durante la realización de la entrevista, tiene total derecho de retirarse o detener la entrevista, para su continuación en otra fecha u hora, establecido bajo acuerdo mutuo.

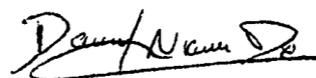
Yo, Pedro Nicolas Chávez Prado, desempeñado como Arquitecto especialista en Magister en Ciencias con mención en Arquitectura, accedo en participar voluntariamente de esta entrevista presencial, en colaboración al proyecto de investigación ya descrito por el alumno entrevistador.

Lima, 28 de setiembre del 2022



---

Carolina Alejandra Laureano Rabanal  
DNI: 75228929  
(Entrevistador 1)



---

Víctor Daniel Nieves deza  
DNI: 75052002  
(Entrevistador 2)



GROBER E. RUIZ CH.  
ARQUITECTO  
S.L.P. 11548

---

Mgtr. Arq. Grober Esteban Ruiz Chipana  
DNI: 06288913  
(Entrevistado)

**ANEXO 29:** Consentimiento informado del Mgr. Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernández

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA ENTREVISTA COMO APOORTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título del Proyecto de Investigación:** Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**Investigadores:** Carolina Alejandra Laureano Rabanal y Víctor Daniel Nieves Deza.

Antes de proceder con la entrevista, lea detenidamente las condiciones y términos de la misma, presentadas a continuación.

**Condiciones y términos de la entrevista**

Luego de una consulta previa y una breve presentación del tema, usted ha sido elegido(a), para participar de esta entrevista, bajo las condiciones de ser un sujeto con conocimientos especiales, profesionales y/u objetivos sobre el tema; y cuya disponibilidad es inmediata en tiempo y lugar. Por lo tanto, al acceder participar voluntariamente de la entrevista en cuestión, usted está sujeto a los siguientes términos:

- Su identidad será revelada en la investigación como fuente de recolección de datos.
- Esta entrevista será archivada en audio y por escrito, este último junto al presente documento como anexos dentro del proyecto de investigación en físico, guardados en un CD y entregado a la asesora metodológica, por disposición de la escuela profesional de arquitectura de la Universidad César Vallejo y del investigador, para su uso netamente académico.
- En caso de tener algún inconveniente de suma importancia durante la realización de la entrevista, tiene total derecho de retirarse o detener la entrevista, para su continuación en otra fecha u hora, establecido bajo acuerdo mutuo.

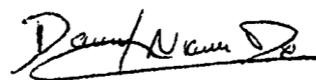
Yo, Pedro Nicolas Chávez Prado, desempeñado como Arquitecto especialista en Magister en Ciencias con mención en Arquitectura, accedo en participar voluntariamente de esta entrevista presencial, en colaboración al proyecto de investigación ya descrito por el alumno entrevistador.

Lima, 24 de setiembre del 2022



---

Carolina Alejandra Laureano Rabanal  
DNI: 75228929  
(Entrevistador 1)



---

Victor Daniel Nieves deza  
DNI: 75052002  
(Entrevistador 2)



---

Mgr. Arq. Karlo Mario Arteaga Losza Hernández  
DNI: 43538802  
(Entrevistado)

**ANEXO 30:** Consentimiento informado del Mgtr. Arq. Juan Luis Palacios Rojas

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPAR EN UNA ENTREVISTA COMO APORTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**Título del Proyecto de Investigación:** Estudio de Arquitectura Comercial como Herramienta de Renovación Urbana en el Distrito De San Juan de Lurigancho.

**Investigadores:** Carolina Alejandra Laureano Rabanal y Víctor Daniel Nieves Deza.

Antes de proceder con la entrevista, lea detenidamente las condiciones y términos de la misma, presentadas a continuación.

**Condiciones y términos de la entrevista**

Luego de una consulta previa y una breve presentación del tema, usted ha sido elegido(a), para participar de esta entrevista, bajo las condiciones de ser un sujeto con conocimientos especiales, profesionales y/u objetivos sobre el tema; y cuya disponibilidad es inmediata en tiempo y lugar. Por lo tanto, al acceder participar voluntariamente de la entrevista en cuestión, usted está sujeto a los siguientes términos:

- Su identidad será revelada en la investigación como fuente de recolección de datos.
- Esta entrevista será archivada en audio y por escrito, este último junto al presente documento como anexos dentro del proyecto de investigación en físico, guardados en un CD y entregado a la asesora metodológica, por disposición de la escuela profesional de arquitectura de la Universidad César Vallejo y del investigador, para su uso netamente académico.
- En caso de tener algún inconveniente de suma importancia durante la realización de la entrevista, tiene total derecho de retirarse o detener la entrevista, para su continuación en otra fecha u hora, establecido bajo acuerdo mutuo.

Yo, Pedro Nicolas Chávez Prado, desempeñado como Arquitecto especialista en Magister en Ciencias con mención en Arquitectura, accedo en participar voluntariamente de esta entrevista presencial, en colaboración al proyecto de investigación ya descrito por el alumno entrevistador.

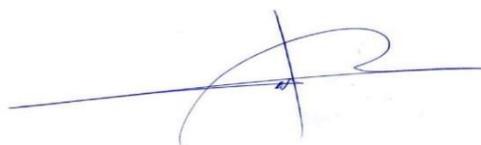
Lima, 28 de setiembre del 2022



Carolina Alejandra Laureano Rabanal  
DNI: 75228929  
(Entrevistador 1)



Víctor Daniel Nieves deza  
DNI: 75052002  
(Entrevistador 2)



Mgtr. Arq. Juan Luis Palacios Rojas  
DNI: 09126834  
(Entrevistado)

## ANEXO 31: Ficha de matriz de consistencia

Problema general	Objetivos generales	Categorías	Sub categorías	Indicadores	Sub indicadores	Técnicas e instrumentos	
¿De qué manera influye la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en San Juan de Lurigancho?	<p>Analizar la influencia de la arquitectura comercial como herramienta de renovación urbana en San Juan de Lurigancho.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analizar las tipologías de arquitectura comercial para implementación de espacios comerciales en el distrito.</li> <li>- Determinar el impacto de la arquitectura comercial para el crecimiento socioeconómico.</li> <li>- Describir los criterios arquitectónicos para el diseño de espacios comerciales.</li> <li>- Identificar los aspectos de la imagen urbana como elemento principal de la renovación urbana.</li> <li>- Explicar los efectos positivos de las renovaciones urbanas para el desarrollo sostenible del distrito de san juan de Lurigancho.</li> <li>- Detallar estrategias urbanas para la intervención en barrios o sectores en crecimiento urbano.</li> </ul>	Arquitectura comercial	Tipos de arquitectura comercial	Locales especializados	Mayorista Minorista	<p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Observación</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Análisis documental</li> </ul> <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha de Observación</li> <li>- Guía de entrevista semi estructurada</li> <li>- Ficha de análisis de contenido</li> </ul>	
				Locales comerciales agrupados	Mercado		
				Locales de convivencia	Centro comercial Bodega market		
			Impacto de la arquitectura comercial	Uso de suelo	Suelo urbano Suelo rustico Suelo de protección		
				Generación de centralidades	Megaproyectos		
				Cambio de imagen	Imagen corporativa		
			Criterios de diseño en la arquitectura comercial	Estéticas	Espacios interiores y exteriores		
					Sociológicos		Grupo sociales
					Antropológicos		Espacio humanizado
			Imagen urbana	Estructura urbana	Accesibilidad urbana		
Morfología urbana							
Identidad urbana	Espacio urbano Cultura urbana						
Efectos positivos de la renovación urbana	Paisaje urbano	Ciudad urbanizada					
		Recuperación de áreas urbanas centrales					
		Confort urbano	Áreas verdes Calidad de vida urbana				
Estrategias urbanas	Transformación urbana	Gentrificación urbana					
		Conservación de espacios urbanos	Infraestructura verde Mobiliario urbano				
		Revitalización de los barrios	Creación de sistemas barriales Movilidad urbana				
			Regeneración urbana	Planificación urbana	<p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Observación</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Análisis documental</li> </ul> <p><b>Instrumentos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha de Observación</li> <li>- Guía de entrevista semi estructurada</li> <li>- ficha de análisis de contenido</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CASANOVA PITA ROXANA ELIZABETH, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "ESTUDIO DE LA ARQUITECTURA COMERCIAL COMO HERRAMIENTA DE LA RENOVACIÓN URBANA EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO.", cuyos autores son LAUREANO RABANAL CAROLINA ALEJANDRA, NIEVES DEZA VICTOR DANIEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 8.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 13 de Diciembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CASANOVA PITA ROXANA ELIZABETH <b>DNI:</b> 46129532 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2981-3470	Firmado electrónicamente por: RCASANOVAP20 el 22-12-2022 10:43:46

Código documento Trilce: TRI - 0485751