



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Tesis

Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas

Para optar el título profesional de Arquitecto

Autores:

José Luis Rodríguez Pinedo

<https://orcid.org/0009-0001-0064-6026>

Roy Cristian Chinchayhuara Pariona

<https://orcid.org/0009-0004-9200-4590>

Asesor:

Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo

<https://orcid.org/0000-0001-9311-5891>

TOMO I

Tarapoto, Perú

2024



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Tesis

**Proyecto arquitectónico de un mercado minorista
para el mejoramiento del servicio comercial
en la ciudad de Yurimaguas**

Para optar el título profesional de Arquitecto

Autores:

José Luis Rodríguez Pinedo

Roy Cristian Chinchayhuara Pariona

Sustentado y aprobado el 03 de julio del 2024 por los siguientes jurados:




Presidente de Jurado
Arq. M.Sc. Roberto Segura Rupay



Secretario de Jurado
Arq. M.Sc. Karina Rengifo Mesía



Vocal de Jurado
Ing. M.Sc. Carlos Segundo Huamán
Torrejón



Asesor
Arq. MBA. Juan Carlos Duharte
Peredo

Tarapoto, Perú

2024



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE
INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA



Acta de Sustentación de Trabajo de Investigación Para Título de Arquitecto N° 133



Jurado reconocido con Resolución N° 115-2024-UNSM/FICA-CE-NLU

Facultad: de Ingeniería Civil Y Arquitectura- Escuela profesional Arquitectura

A las 8:00 am del día 3 DE JULIO del 2024, inició al acto público de sustentación

del trabajo de investigación "PROYECTO ARQUITECTÓNICO DE UN MERCADO MINORISTA PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO COMERCIAL EN LA CIUDAD DE YURIMAGUAS",

para optar el Título de Arquitecto, presentado por los bachilleres: ROY CRISTIAN CHINCHAYHUARA PARIONA y JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ PINEDO, con la asesoría del Arq.

MBA. Juan Carlos Duharte Peredo, Instalada la Mesa Directiva conformada por el Arq. M.Sc.

Roberto Segura Rupay (presidente del jurado), Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía (secretario) Ing.

M.Sc. Carlos Segundo Huamán Torrejón (vocal) y acompañados por el Arq. MBA. Juan Carlos

Duharte Peredo (asesor) y el presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a

continuación el secretario dio lectura a la Circular N° 021-2024-UNSM/FICA 01/07/2024.

Seguidamente el autor expuso el trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondidas por el sustentante y eventualmente, con la venia del jurado, por el asesor.

Una vez terminada la ronda de preguntas el jurado procedió a deliberar para determinar la calificación final, para lo cual dispuso un receso de quince (15) minutos, con participación del asesor con voz pero sin voto; sin la presencia del sustentante y otros participantes del acto público.

Luego de aplicar los criterios de calificación con estricta observancia del principio de objetividad y de acuerdo con los puntajes en escala vigesimal (de 0 a 20), según el Anexo

4.2 del RG – CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del jurado fue ...DIECISIEETE... (17); tal como se deja constar en la siguiente descripción:

[Handwritten signature in blue ink]

[Handwritten signature in blue ink]
Raisa



De acuerdo con el Artículo 40° del RG – CTI, la nota obtenida es APROBATORIA y correspondiente a la calificación de DIECISIETE (17).

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones N° 133 De la Escuela Profesional de Arquitectura

Firman los integrantes de la Mesa Directiva y el autor del trabajo de investigación en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las 9:30 am hora el mismo día de 3 DE JULIO de 2024.

Arq. Mg. Karina Rengifo Mesia
Secretario del Jurado

Arq. M. Sc. Roberto Segura Rupay
Presidente del Jurado

Ing. M. Sc. Carlos Segundo Huamán Torrejón
Vocal del Jurado

Bach. José Luis Rodríguez Pinedo
Autor

Roy Cristian Chinchayhuara Pariona
Autor

Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo
Asesor

Declaratoria de autenticidad

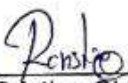

Roy Cristian Chinchayhuara Pariona, con DNI N° 47489645, y **José Luis Rodríguez Pinedo**, con DNI N° 70463996, bachilleres de la Escuela Profesional de Arquitectura, Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura de la Universidad Nacional de San Martín, autores de la tesis titulada: **Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.**



Declaramos bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de nuestra autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido plagiada.
4. Los datos presentados son resultados reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 03 de julio del 2024.



Roy Cristian Chinchayhuara Pariona
DNI: 47489645



José Luis Rodríguez Pinedo
DNI: 70463996

Ficha de identificación

<p>Título del proyecto</p> <p>Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.</p>	<p>Área de investigación: Socio Diversidad</p> <p>Línea de investigación: Promoción del desarrollo comunitario.</p> <p>Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/>, Aplicada <input checked="" type="checkbox"/>, Desarrollo <input type="checkbox"/>, experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autores: José Luis Rodríguez Pinedo Roy Cristian Chinchayhuara Pariona</p>	<p>Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura Escuela Profesional de Arquitectura https://orcid.org/0009-0001-0064-6026 https://orcid.org/0009-0004-9200-4590</p>
<p>Asesor: Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura Escuela Profesional de Arquitectura https://orcid.org/0000-0001-9311-5891</p>

Dedicatoria

Dedico este trabajo al creador, por darme la sabiduría y los conocimientos para concluir este proyecto de tesis.

A mis padres, Ricardo e Irma, por brindarme su apoyo incondicional, a mis hermanos, por estar en mis momentos de flaqueza y levantarme para seguir continuando con mis metas profesionales.

José Luis

A mi compañero José Luis por ser un gran apoyo en el inicio, desarrollo y conclusión de este proyecto de tesis.

A mis padres, Nely y Catalino, los cuales me impulsaron a continuar y concluir con etapa educativa; y al mismo tiempo brindándome su confianza y apoyándome en cumplir mis metas.

A mi novia por impulsarme cada día a continuar creciendo como persona y como profesional.

Roy Cristian

Agradecimiento

Agradezco a mi asesor Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo por avernos encaminado en la elaboración de nuestro proyecto de tesis, consejos dados y conocimiento compartidos.

Agradezco a la Municipalidad Provincial de Alto Amazonas por avernos proporcionado datos valiosos para la elaboración de este estudio.

José Luis

Agradezco la paciencia y esmero del Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo el cual fue asesor de esta investigación al brindarnos conocimiento y guía en este estudio.

Agradezco a la institución que colaboro brindándonos todos los datos necesarios para elaborar esta investigación: Municipalidad Provincial de Alto Amazonas en especial al funcionario CPCC. Carlos Alberto Ramírez Lescano - Gerente de Programas Sociales y Desarrollo Humano.

Roy Cristian

Índice general

Ficha de identificación.....	6
Dedicatoria	7
Agradecimiento	8
Índice general.....	9
Índice de tablas	11
Índice de figuras.....	12
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	15
1.1. Marco General del problema	15
1.2. Formulación del problema de investigación.....	16
1.3. Hipótesis de la Investigación	16
1.4. Objetivos	16
1.4.1. Objetivo general.....	16
1.4.2. Objetivos específicos.....	16
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes de la investigación	17
2.2. Fundamentos Teóricos	19
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS	25
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación.....	25
3.1.1. Ubicación política.....	25
3.1.2. Ubicación geográfica	25
3.1.3. Periodo de Ejecución.....	25
3.1.4. Autorizaciones y permisos	25
3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad.....	25
3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales.....	25
3.2. Sistemas de variables.....	26
3.2.1. Variables principales	26
3.2.2. Variables secundarias	26
3.3. Procedimientos de investigación	27
3.3.1. Objetivo específico 1	27
3.3.2. Objetivo específico 2	27

3.3.3. Objetivo específico 3	28
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
4.1. Resultado del objetivo específico 1	29
4.2. Resultado del objetivo específico 2	34
4.3. Resultado del objetivo específico 3	38
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS	49

Índice de tablas

Tabla 1 Indicadores para cada una de las categorías del equipamiento	23
Tabla 2 Propuesta de equipamiento requerido según rango poblacional	23
Tabla 3 Descripción de variables por objetivo específico	26
Tabla 4 Porcentaje de género	29
Tabla 5 Lugar de procedencia	29
Tabla 6 Formas de llegar al mercado	30
Tabla 7 Horario diario en los que las personas acuden al mercado.....	31
Tabla 8 Horario semanal en los que las personas acuden al mercado.....	32
Tabla 9 Cantidad de productos que las personas compran	32
Tabla 10 Mercado al que acuden en la ciudad de Yurimaguas.....	34
Tabla 11 Característica principal que debe tener un mercado	35
Tabla 12 Estado de la característica principal que debe tener un mercado.....	36
Tabla 13 Nivel de servicio comercial del mercado de Yurimaguas	37
Tabla 14 Consideraciones sobre el mercado de Yurimaguas	38
Tabla 15 Consideraciones sobre el estacionamiento en el mercado	39
Tabla 16 Espacios libres necesarios dentro del mercado	40
Tabla 17 Espacios necesarios para reuniones de comerciantes	41
Tabla 18 Necesidades de espacio para las comunidades nativas	42
Tabla 19 Espacios de guardia para niños	42
Tabla 20 Cronograma de actividades.....	49

Índice de figuras

Figura 1 Porcentaje de género	29
Figura 2 Porcentaje de género	30
Figura 3 Formas de llegar al mercado.....	30
Figura 4 Horario diario en los que las personas acuden al mercado	31
Figura 5 Horario semanal en los que las personas acuden al mercado	32
Figura 6 Cantidad de productos que las personas compran	33
Figura 7 Mercado al que acuden en la ciudad de Yurimaguas.....	35
Figura 8 Característica principal que debe tener un mercado	35
Figura 9 Estado de la característica principal que debe tener un mercado	36
Figura 10 Nivel de servicio comercial del mercado de Yurimaguas	37
Figura 11 Consideraciones sobre el mercado de Yurimaguas	39
Figura 12 Consideraciones sobre el estacionamiento en el mercado	40
Figura 13 Espacios libres necesarios dentro del mercado	41
Figura 14 Espacios necesarios para reuniones de comerciantes	41
Figura 15 Necesidades de espacio para las comunidades nativas.....	42
Figura 16 Espacios de guardia para niños	43

RESUMEN

Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas

La presente investigación titulada: “Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas” tiene como objetivo general la de diseñar un mercado minorista que mejore el servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas; la investigación fue realizada en el distrito de Yurimaguas, provincia de Alto Amazonas, departamento de Loreto, se usó la metodología de tipo aplicada – Descriptiva, ya que permite describir los conceptos o fenómenos y el establecimiento de relaciones de la causa y el efecto para luego proponer la solución a la problemática encontrada, con un diseño de investigación no experimental de corte transversal, no se manipulara la variable servicio comercial y el periodo de estudio fue el año 2019, en donde se obtienen a través del INEI, 2017 una población proyectada de 77 052 personas (teniendo en cuenta la tasa de crecimiento de 1,65 % en el distrito de Yurimaguas), de las cuales se obtuvo una muestra de 384 habitantes, para la cual se emplea la técnica de la encuesta, análisis de documentación y observación directa, y como instrumento el cuestionario; con la finalidad de identificar las necesidades y demandas comerciales de la población, y analizar los tipos y clases de servicios comerciales que existen en la ciudad de Yurimaguas. Obteniendo como resultado criterios mínimos para desarrollar el proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

Palabras Clave: Servicio Comercial, Mercado Minorista.

ABSTRACT

Architectural design of a retail market to improve commercial services in the city of Yurimaguas

The present research entitled: "Architectural project of a retail market for the improvement of the commercial service in the city of Yurimaguas" has as general objective of the project to design a retail market to improve the commercial service in the city of Yurimaguas. The research was carried out in the district of Yurimaguas, province of Alto Amazonas, department of Loreto, using the applied - descriptive methodology, since it allows the description of concepts or phenomena and the establishment of cause and effect relationships in order to propose a solution to the problems encountered. The research design was non-experimental cross-sectional, the commercial service variable will not be manipulated and the study period was the year 2019, where a projected population of 77 052 people (taking into account the growth rate of 1.65% in the district of Yurimaguas) was obtained through the INEI, 2017, from which a sample of 384 inhabitants was obtained. The survey technique, analysis of documentation and direct observation, and the questionnaire as an instrument were used to identify the commercial needs and demands of the population, and to analyze the types and classes of commercial services that exist in the city of Yurimaguas. As a result, minimum criteria were obtained to develop the architectural project for a retail market in the city of Yurimaguas.

Keywords: Commercial Service, Retail Market, Improvement, architectural project, design.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

1.1. Marco General del problema

Los mercados en el mundo evolucionan de diferentes maneras y ritmos, sin embargo, adaptan su efecto modelador en el tejido urbano de las ciudades; en la actualidad podemos observar que los mercados de abastos europeos funcionan de una forma eficiente, debido a que poseen una infraestructura adecuada para desarrollar las actividades mercantiles.

El panorama del mercado de alimentos en América Latina es diferente, la mayoría de los cuales carecen de infraestructura o se encuentran en malas condiciones. Tal es el caso de Perú, donde el desarrollo de este servicio comercial carece de planificación y la falta de planificación ha planteado problemas de inseguridad y congestión urbana; para el comercio callejero informal. Si ahondamos en hechos como en la ciudad de Yurimaguas, podemos ver que la ciudad cuenta con 5 mercados de abasto (Mercado Central, Mercado de Moralillo, Mercado del Vado, Mercado de Mishuyacu y Mercado de la Unión) ha caído, sobre todo el Mercado Central, que es el principal mercado de la ciudad de Yurimaguas debido a su céntrica ubicación y alta demanda comercial en la zona.

Este problema obliga a los pequeños comerciantes a buscar nuevos lugares para hacer negocios, y cuando no pueden, tienen que ocupar las calles aledañas al mercado prescindiendo de los servicios básicos como agua, luz, los cuales son necesarios para suplir las necesidades de turistas y de los mismos comerciantes, que no tienen un espacio apto para hacer negocios, soleado durante el día y lluvioso en invierno.

De continuar esta situación, la actividad comercial irá ocupando más calles, generado desorden y malestar en la población. Ante esto surge la idea de plantear un proyecto de mercado minorista, que mejore el servicio comercial de los vendedores hacia los usuarios en la ciudad de Yurimaguas.

1.2. Formulación del problema de investigación

¿Contribuirá la propuesta de proyecto arquitectónico de un mercado minorista al mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas?

1.3. Hipótesis de la Investigación

El proyecto arquitectónico de un mercado minorista mejorará el servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Contribuir con el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas, mediante el proyecto arquitectónico de un mercado minorista.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los tipos de usuarios que hacen uso del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.
- Analizar los distintos mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas, los cuales cubren la demanda de un equipamiento como es el de un mercado minorista.
- Identificar las necesidades de la población, con el fin de proyectar una infraestructura de un mercado minorista que cumpla con las características arquitectónicas adecuadas y así mejorar el servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Antecedentes Internacionales

Ulpo & Viteri (2018), en sus tesis de pregrado, denominado, “Estudio de la organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato en relación con las actividades comerciales de los habitantes de esa zona”, desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato de Ecuador. Este estudio analiza el mercado central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato, el cual es una organización espacial y poco funcional que genera conflictos entre los vendedores y afecta negativamente la venta de los comerciantes. El estudio concluye con una propuesta arquitectónica que pretende cambiar la estructura espacial y el funcionamiento del mercado central, para que los vendedores tengan más espacio para hacer negocios y los usuarios se sientan más cómodos al momento de comprar. Con la implementación de estas soluciones se espera solucionar los problemas sociales existentes en el mercado de abastos y mejorar la imagen de mercado, en beneficio tanto de los vendedores como de los vecinos de la zona. y así resolver conflictos respecto a las realidades aquí presentadas.

Molina (2018), en sus tesis de pregrado, denominado, “Estudio de la organización espacial y funcional del mercado central de la parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato en relación con las actividades comerciales de los habitantes de esa zona”, desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato de Ecuador. Este estudio analiza el mercado central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato, el cual es una organización espacial y poco funcional que genera conflictos entre los vendedores y afecta negativamente la venta de los comerciantes. El estudio concluye con una propuesta arquitectónica que pretende cambiar la estructura espacial y el funcionamiento del mercado central, para que los vendedores tengan más espacio para hacer negocios y los usuarios se sientan más cómodos al momento de comprar. Con la implementación de estas soluciones se espera solucionar los problemas sociales existentes en el mercado de abastos y mejorar la imagen de mercado, en beneficio tanto de los vendedores como de los vecinos de la zona. y así resolver conflictos respecto a las realidades aquí presentadas.

Antecedentes Nacionales

García (2017), en sus tesis de pregrado, denominado, “Nuevo mercado central del Callao”, desarrollado en la Universidad de Ciencias Aplicadas del Perú en Lima; se propuso desarrollar un nuevo mercado con un programa que no solo incluye puestos para crear un ambiente que invite a los usuarios a permanecer. El diseño de este nuevo mercado nació del requerimiento por cambiar la infraestructura específica para este tipo de instalaciones en el corazón de la región de Chalaco. Para ello, se ha modificado la ubicación actual de la Plaza Mayor, reflejando su antigüedad su desmantelamiento. Sin embargo, al comprender los orígenes especiales de las personas del distrito, se concluye: preservar las dimensiones actuales del mercado existente, con un claro valor reliquia, realzando su funcionalidad a través del uso de nuevos conocimientos de los usuarios del área. Además, se aporta un diseño arquitectónico completamente diferente para el interior del mercado, que coincide tanto visual como espacialmente con el perímetro existente, así como con una propuesta funcional que incluye el uso comercial, gastronómico y de entretenimiento.

Saucedo (2022), en su tesis de pregrado, denominado, “Propuesta de un mercado minorista zonal basado en la aplicación de sistemas de ventilación natural en el distrito de Chepén”, desarrollado en la Universidad Privada del Norte de La Libertad; nos indica que la problemática que se aborda en esta tesis es la falta de ventilación natural en los mercados minoristas zonales del distrito de Chepén, lo que genera un ambiente poco saludable para los usuarios y comerciantes. La tesis propone la implementación de sistemas de ventilación natural en un mercado minorista zonal en Chepén, con el fin de aumentar la calidad del aire y la salud de los clientes y comerciantes, así como también reducir el consumo de energía eléctrica. En resumen, se busca lograr un mercado minorista zonal más saludable y sostenible mediante la aplicación de sistemas de ventilación natural.

Antecedentes Locales

Arteaga (2016), en su tesis de pregrado, denominado, “Propuesta de un mercado minorista para consolidar un sistema y equipamiento comercial en el distrito de Morales – sector La Planicie”, desarrollado en la Universidad Nacional de San Martín en Tarapoto; señaló que el problema abordado en esta tesis es la necesidad de un mercado minorista en Morales, lo que genera problemas económicos y sociales para la comunidad local. La aplicación tiene como objetivo desarrollar un diseño arquitectónico para el mercado minorista en la región de La Planicie con el objetivo de fortalecer los sistemas y equipamientos minorista en la región de Morales y cubrir las demandas

necesarias de consumo de los pobladores. Por lo tanto, tiene como objetivo abordar la falta de mercado minorista, mejorar la economía y forma de vida de la población a través de una propuesta arquitectónica.

Golac & Díaz (2022), en su tesis de pregrado, denominado, "Mercado de abastos José Olaya, en el distrito de Nueva Cajamarca, provincia de Rioja, departamento de San Martín", desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo, señaló que los problemas que se realizan en esta investigación es la falta de infraestructura adecuada y la desorganización del mercado de abastos José Olaya de Nueva Cajamarca, lo que conlleva a una disminución en la calidad de los productos y servicios que se brindan, así como a la reducción de las ganancias de los comerciantes. El objetivo de la tesis es proponer un diseño arquitectónico que permita mejorar la infraestructura del mercado y la organización de los vendedores con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios que se brindan, incrementar las ganancias de los vendedores y contribuir al desarrollo de la actividad económica y social.

2.2. Fundamentos Teóricos

Diseño arquitectónico de un mercado

El concepto de mercado ha evolucionado con el tiempo. Anteriormente, se definía como un espacio donde un vendedor y comprador se juntaban para hacer intercambio de bienes y servicios. Por otro lado, este tipo de mercados aún prevalecen en varias áreas, hoy en día no se puede restringir el concepto de mercado únicamente a esta situación (Thompson, 2005)

El término "mercado" se refiere a un espacio arquitectónico destinado a la compra y venta de productos, donde se realiza un intercambio entre vendedores y compradores. Un mercado puede ser un lugar físico, como un edificio o una plaza, diseñado específicamente para albergar puestos de venta, o puede ser un espacio virtual en el caso del comercio electrónico. En un mercado, se pueden encontrar diferentes tipos de establecimientos, como puestos individuales, tiendas o locales comerciales, donde los vendedores exhiben sus productos y los compradores pueden explorar, comparar y adquirir lo que necesiten. Dependiendo de su tamaño y características, los mercados pueden especializarse en la venta de alimentos frescos, productos artesanales, ropa, productos electrónicos u otros bienes y servicios (Plazola, 2010).

El diseño arquitectónico de un mercado busca crear un entorno funcional y atractivo para facilitar las transacciones comerciales. Se considera su forma distribuida de los espacios, la movilidad de personas, ventilación, la iluminación y otros aspectos que

contribuyen a la comodidad de los usuarios. Además, el diseño puede incluir áreas comunes, como plazas o patios, para generar un ambiente social y promover la interacción entre vendedores y compradores. El mercado, como espacio comercial, tiene una larga historia que esta desde tiempos antiguos y ha cambiado con el paso del tiempo en términos de arquitectura y funciones. En la actualidad, los mercados continúan desempeñando un papel importante en muchas ciudades, ya que ofrecen una experiencia de compra única y la oportunidad de apoyar a los productores locales.

Clasificación de los mercados: la clasificación de los mercados se da por:

Por su extensión y distribución:

Mayorista: Se trata de grandes centros urbanos, donde el comercio fluye desde los centros de origen de los productos hacia otros centros de abastecimiento de la ciudad (García, 2003).

Minorista: También conocido como mercado de barrio, mercado de pulgas o mercado de alimentos, este es un grupo de establecimientos minoristas ubicados en la misma área. Los mercados minoristas venden una amplia gama de productos y las formas de comercialización son tradicionales y de tipo detallista (García, 2003).

Por su tipo de gestión:

Cooperativa: Si el mercado está dirigido por un grupo de comerciantes organizados, es un mercado cooperativo. En general, comenzó como una invasión espacial y luego se formalizó. Para ello, los comerciantes se registran legalmente como asociación y desarrollan de manera organizada lo necesario para desarrollar el espacio y convertirlo en un mercado. (Yaranga, 2015)

Municipal: Un mercado municipal es aquel que es gestionado por los municipios de la localidad (Yaranga, 2015).

Por su especialización: Un mercado especializado es aquel que comercializa una sola variedad de productos ya sea (frutas, flores, artesanías, etc.).

Por su temporalidad:

Feria: Es un complejo de actividades comerciales en el campo de la alimentación, productos agrícolas, artesanías, prendas de vestir y otros bienes de consumo. Se pueden organizar eventos culturales, taurinos, juegos mecánicos para niños, espectáculos y otras atracciones. Cuando se trata de infraestructura, esto significa que puede ser rústica o típica, removible o fija, según el tiempo de actividad.

Sobre ruedas: Este método es poco conocido en nuestra ciudad, pero muy utilizado en otros países. Los mercados sobre ruedas son personas instaladas en espacios central de un lugar durante una temporada o incluso un día. A menudo ofrecen productos perecederos y algunos artículos asequibles, en algunos casos parcialmente subvencionados por los gobiernos municipales o estatales.

Zonas de un mercado

Los mercados deben estar seccionados para funcionar correctamente, permitiendo a los clientes ver y acceder fácilmente a los productos. De este modo, se satisfarán sus necesidades de forma organizada y eficaz:

Zona de ventas: Es el lugar más frecuentado por los visitantes, ya que es donde se compran los artículos de primera necesidad. Está dividida en tres partes distintas, que se describen a continuación:

Área Seca: Llamada de esta manera a los productos que se venden en ella no necesitan agua. Incluye tiendas de cristal y porcelana, artículos de plástico, dulces, ferretería, cereales y semillas, y cerrajerías.

Área Semi-húmeda: Requiere agua para que los productos se empapen. No necesita suministro individual de agua, sino agua sectorizada y desagüe para la limpieza. Los comercios que se encuentran en esta zona son los que venden frutas, verduras y flores.

Área Húmeda: Requiere sistemas individuales de fontanería y desagüe para la limpieza. Aquí es donde se encuentran las carnicerías, los asadores de cerdos, los puestos de huevos, las pescaderías, los productos lácteos, los embutidos, los refrescos, los comedores y la comida precocinada.

Zona de carga y descarga: Tiene que elegirse un espacio cercano a las zonas que requieran usarse. Este lugar, en lo posible no tiene que interferir con las actividades ordinarias de compra y venta que tienen lugar en el mercado a lo largo del día.

Zona de almacenamiento de productos: Se recomiendan zonas de almacenamiento de productos, ya que son fundamentales para mantener el mercado ordenado, limpio e higiénico. Todas estas zonas deben tenerse en cuenta al diseñar un mercado.

La entrada de todos los productos debe estar regulada, y debe haber un único punto de entrada y control específico para cada tipo de producto, como los que necesitan aseo y control de calidad (por ejemplo, flores, cereales y carne) o los que necesitan tener un sello de higiene (por ejemplo, carne, aves, carnes procesadas y pescado). Además, los

productos que no requieren envasado (por ejemplo, cerámica, cristalería, artesanía, frutas y verduras) no deben envasarse.

Zonas de basura: son esenciales, ya que el mercado es uno de los mayores generadores de residuos. Hay que prestar atención a esto, ya que afecta a la higiene, la limpieza y la comodidad de los clientes y los inquilinos. Por tanto, se recomienda que los productos se envasen antes de entrar, y que todos los productos rotos se eliminen en una zona de lavado adyacente a la zona de almacenamiento.

Zona de administración: Estará situado en un punto central y específico del mercado. En las zonas donde sea necesario, vigilará la higiene y la calidad de los productos, así como el mantenimiento de las zonas y los servicios.

Ubicación de los mercados en la ciudad

La ubicación de este tipo de equipamiento en la ciudad viene determinada por dos factores: la demanda de productos básicos por parte de la población y la descentralización de las actividades comerciales de los núcleos de población. Debe realizarse un análisis urbanístico para determinar la ubicación del terreno en relación con las carreteras y accesos, volúmenes circundantes, etc., teniendo en cuenta el tráfico intenso que generará el mercado. En cuanto al terreno, se recomienda que sea llano; asimismo, es preferible que sea una manzana entera, ya que esta opción crea una circulación vial perimetral.

Propuesta de estándares relativos a equipamiento comercial

Dentro de las infraestructuras urbanas, el equipamiento comercial puede ser el más variado en función de las particularidades de cada ciudad. No obstante, se han establecido normas teniendo en cuenta la situación actual y haciendo referencia a las normas internacionales. La propuesta establece indicadores para cada una de las categorías de equipamiento en función de los rangos de población a servir y también extensiones mínimas para cada categoría que se aplicarán para determinar cuantitativamente la oferta de equipamiento a habilitar en función de la población total de la ciudad o centro poblado, según el caso.

Tabla 1*Indicadores para cada una de las categorías del equipamiento*

Categoría	Rango poblacional	Terreno min. (m²)
Mercado Mayorista	Mayor a 200,000	2,000
Mercado Minorista	Mayor a 10,000	800
Centro de Acopio	Mayor a 50,000	10,000
Camal Municipal	Mayor a 20,000	8,000
Terminal Pesquero	Mayor a 400,000	8,000
Campos feriales (agropecuarios)	Mayor a 200,000	20,000

Fuente: Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo

La propuesta abarca también la determinación de la categoría de equipamiento comercial que corresponde a cada uno de los niveles jerárquicos de las ciudades anteriormente mencionadas, teniendo en cuenta la connotación y función urbana que cada una de ellas desempeña en el contexto de su área de influencia y de la red espacial de ciudades que conforman el Sistema Urbano Nacional.

Tabla 2*Propuesta de equipamiento requerido según rango poblacional*

Jerarquía urbana	Equipamientos requeridos
Áreas Metropolitanas / Metrópoli Regional: 500,001 - 999,999 Hab.	Mercado Mayorista Mercado Minorista Campos Feriales Terminal Pesquero Camal Municipal Centro de Acopio
Ciudad Mayor Principal 250,001 - 500,000 Hab.	Mercado Mayorista Mercado Minorista Campos Feriales Terminal Pesquero Camal Municipal Centro de Acopio
Ciudad Mayor 100,001 - 250,000 Hab	Mercado Mayorista Camal Municipal Centro de Acopio Mercado Minorista Campos Feriales
Ciudad Intermedia Principal 50,001 - 100,000 Hab.	Camal Municipal Mercado Minorista Campos Feriales
Ciudad Intermedia: 20,001 - 50,000 Hab.	Camal Municipal Mercado Minorista Campos Feriales
Ciudad Menor Principal: 10,000 - 20,000 Hab.	Mercado Minorista Campos Feriales
Ciudad Menor: 5,000 - 9,999 Hab.	Campos Feriales

Fuente: Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo

Normatividad

Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE)

Norma A.010: Condiciones Generales de Diseño – RM N° 191-2021-Vivienda. La presente norma técnica tiene por objeto establecer los criterios y requisitos mínimos que

debe cumplir el diseño arquitectónico de todas las edificaciones para asegurar el desarrollo de las actividades humanas, brindándoles condiciones de vida y ambientes seguros y respetuosos.

Norma A.70: Comercio – RM N° 061-2021-Vivienda. Esta Norma Técnica tiene por objeto establecer las condiciones mínimas de diseño de los edificios destinados a actividades comerciales relacionadas con bienes y/o servicios.

Norma A.120: Accesibilidad Universal en Edificaciones – RM N° 075-2023 – vivienda (Actualizado 17 febrero 2023). Esta Norma Técnica tiene por objeto regular las condiciones mínimas de diseño y las especificaciones técnicas de los edificios para proporcionar entornos, mobiliario, itinerarios y señalización accesibles que permitan el desplazamiento y el acceso seguros de todas las personas, independientemente de sus características funcionales o capacidades, siguiendo el principio del diseño universal.

Norma A.130: Requisitos de Seguridad DS N° 017-2012. Los edificios, en función de su uso previsto y del número de ocupantes, deben cumplir requisitos de seguridad y proporcionar protección contra accidentes con el objetivo de salvaguardar la vida humana y preservar los bienes y la integridad estructural del edificio.

Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos Minoristas – RM N° 148-2021-PRODUCE.

Esta Norma Técnica tiene como objetivo promover la implantación de infraestructuras adecuadas para el funcionamiento de los mercados minoristas, con la intención de fomentar la productividad y la competitividad mediante infraestructuras seguras, funcionales, accesibles y saludables. También establece directrices específicas para el diseño y la implantación de este tipo de infraestructuras, teniendo en cuenta factores como la seguridad física, la funcionalidad, la garantía de seguridad y la seguridad alimentaria.

Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abasto – RM N° 282-2003-SA/DM - Ministerio de Salud – DIGESA

Este reglamento define las condiciones y requisitos higiénicos que debe cumplir el mercado de abastecimiento, tanto público como privado, en las diferentes etapas de la cadena alimentaria con el fin de garantizar la calidad higiénica y la inocuidad de los alimentos y bebidas.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1. Ubicación política

Este estudio de investigación científica se localiza políticamente en el distrito de Yurimaguas, en la provincia de Alto Amazonas, en la región de Loreto.

3.1.2. Ubicación geográfica

Este distrito se encuentra aproximadamente a 166 metros sobre el nivel del mar, a 05°53' de latitud sur y 76°5' de longitud oeste. Está situado a orillas del río Huallaga, uno de los principales afluentes del río Marañón y, a su vez, del río Amazonas. Esta ubicación estratégica proporciona acceso a importantes rutas fluviales y conectividad con otras zonas de la selva amazónica.

3.1.3. Periodo de Ejecución

El período de implementación abarcó un total de 12 meses, durante los cuales se llevaron a cabo todas las actividades propuestas en relación a cada objetivo específico.

3.1.4. Autorizaciones y permisos

No corresponde.

3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad

No corresponde.

3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales

Los investigadores declaran que su intervención respeta los principios éticos internacionales tales como el Respeto por la dignidad humana, ya que nos comprometimos a tratar a todas las personas involucradas en el proyecto, ya sean trabajadores, comerciantes o clientes, con respeto y consideración, reconociendo su valor intrínseco y asegurando la igualdad de derechos para todos; la Justicia debido a que nos esforzamos por garantizar un trato justo y equitativo para todos los actores del proyecto, evitando cualquier forma de discriminación o favoritismo; la Honestidad e integridad, porque actuamos con honestidad, transparencia y altos estándares éticos en todas las etapas del proyecto; con Responsabilidad social y ambiental, ya que

consideramos el impacto social y ambiental de nuestras acciones y nos comprometimos a promover el bienestar de la comunidad y la sostenibilidad del entorno natural; la no maleficencia, debido a que nos comprometimos a evitar causar daño intencionalmente a cualquier persona o al medio ambiente durante el desarrollo y funcionamiento del mercado minorista; y Beneficencia, porque buscamos activamente el beneficio y el bienestar de la comunidad y los actores involucrados en el proyecto. Contribuimos al mejoramiento del servicio comercial en Yurimaguas, brindando apoyo, facilitando oportunidades y generando un entorno favorable para el desarrollo económico y social.

3.2. Sistemas de variables

3.2.1. Variables principales

Variable Dependiente: Proyecto arquitectónico de un mercado minorista.

3.2.2. Variables secundarias

Variable independiente: Mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.

Tabla 3

Descripción de variables por objetivo específico

Objetivo específico N° 1: Identificar los tipos de usuarios que hacen uso del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Proyecto arquitectónico de un mercado minorista	Tipos de usuarios	Observación directa, entrevistas, encuestas	Nominal
Objetivo específico N° 2: Analizar los distintos mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas, los cuales cubren la demanda de un equipamiento como es el de un mercado minorista.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Proyecto arquitectónico de un mercado minorista	Mercados existentes	Observación directa, encuestas, recopilación bibliográfica	Nominal
Objetivo específico N° 3: Identificar las necesidades de la población de la ciudad de Yurimaguas con la finalidad de mejorar el servicio comercial mediante espacios diseñados para el desarrollo de las actividades comerciales.			
Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Proyecto arquitectónico de un mercado minorista	Infraestructura, equipamiento, distribución de espacio	Observación directa, entrevistas, encuestas	Nominal

Fuente: Elaboración propia

3.3. Procedimientos de investigación

3.3.1. Objetivo específico 1

Identificar los tipos de usuarios que hacen uso del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.

Actividades: Para la consecución de este objetivo se utilizaron como técnicas la observación directa, las entrevistas y las encuestas, para lo cual se llevaron a cabo como medios el trabajo de campo y el de gabinete.

Se realizaron observaciones directas en diferentes lugares comerciales de Yurimaguas para identificar los distintos perfiles de usuarios.

Se realizaron entrevistas a comerciantes y vendedores de la ciudad para obtener información sobre los clientes habituales y sus características.

Se realizaron una encuesta dirigida a la población de Yurimaguas para recopilar datos demográficos, hábitos de compra, preferencias y cualquier otro factor relevante para identificar los tipos de usuarios

3.3.2. Objetivo específico 2

Analizar los distintos mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas, los cuales cubren la demanda de un equipamiento como es el de un mercado minorista.

Actividades: Para la consecución de este objetivo se utilizaron como técnicas la observación directa, las entrevistas y las encuestas, para lo cual se llevarán a cabo como medios el trabajo de campo y el de gabinete.

Se visitó los mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas con la finalidad de observar sus características.

Se realizó una encuesta dirigida a la población de Yurimaguas para evaluar la oferta de productos y servicios que brindan los distintos mercados en Yurimaguas y la demanda de la población.

Se realizó una investigación exhaustiva sobre los mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas; recopilando datos sobre su ubicación, tamaño, tipo de productos que ofrecen, horarios de funcionamiento, infraestructura, servicios disponibles y público objetivo al que se dirigen.

3.3.3. Objetivo específico 3

Identificar las necesidades de la población de la ciudad de Yurimaguas con la finalidad de mejorar el servicio comercial mediante espacios diseñados para el desarrollo de actividades comerciales.

Actividades: Para la consecución de este objetivo se utilizaron como técnicas la observación directa, las entrevistas y las encuestas, para lo cual se llevarán a cabo como medios el trabajo de campo y el de gabinete.

Se realizó observaciones directas en los espacios comerciales existentes en Yurimaguas para identificar las deficiencias o áreas de mejora.

Se realizó entrevistas a comerciantes y propietarios de negocios en Yurimaguas para conocer sus perspectivas y necesidades en relación con el servicio comercial.

Se realizó encuestas a una muestra representativa de la población de Yurimaguas para obtener información sobre sus necesidades y expectativas en cuanto al servicio comercial.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultado del objetivo específico 1

Pregunta Nº 01: Sexo

Tabla 4

Porcentaje de género

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Masculino	116	30.21 %
Femenino	268	69.79 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

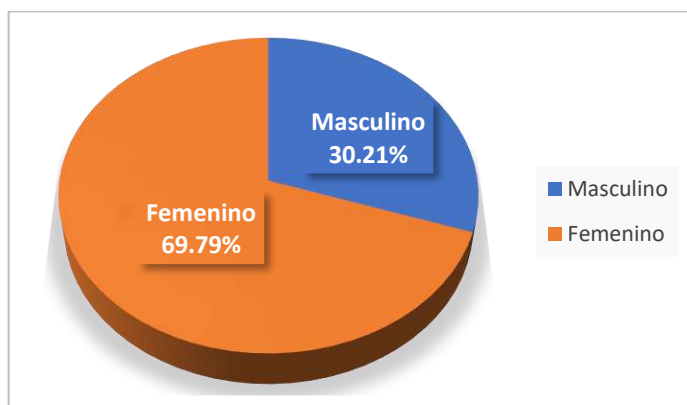


Figura 1

Porcentaje de género

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La aplicación de la encuesta dio como resultado que el 30.21% de la población encuestada son de sexo masculino y el 69.79% son de sexo femenino.

Aporte: Este dato permitió identificar el género predominante de la población que acude al mercado de Yurimaguas.

Pregunta Nº 02: Lugar de procedencia

Tabla 5

Lugar de procedencia

Procedencia	Cantidad	Porcentaje
Yurimaguas	303	78.91 %
Otro Distrito	81	21.09 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

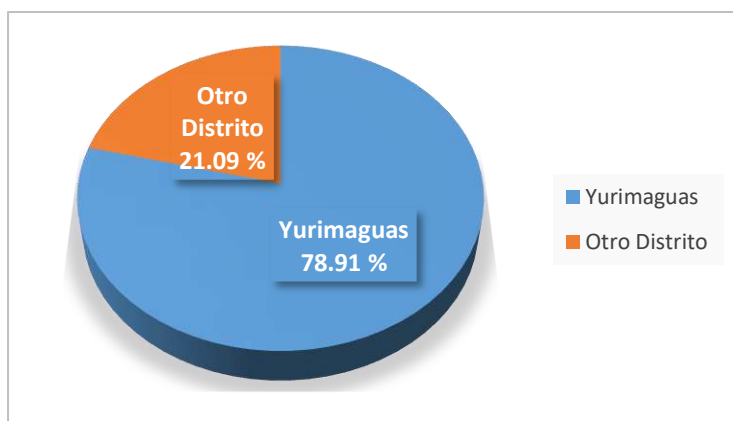


Figura 2

Porcentaje de género

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El procesamiento de los datos recopilados en la encuesta, demuestran que el 78.91% de los usuarios que acuden al mercado de Yurimaguas proceden de distrito de Yurimaguas y el 21.09% proceden de otros distritos.

Aporte: Este dato ayudó a identificar el distrito de procedencia de los usuarios que acuden al mercado de Yurimaguas.

Pregunta N° 03: ¿Cómo llega usted al mercado?

Tabla 6

Formas de llegar al mercado

Movilidad	Cantidad	Porcentaje
En movilidad propia	199	51.82 %
En transporte público	148	38.54 %
Caminando	37	9.64 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

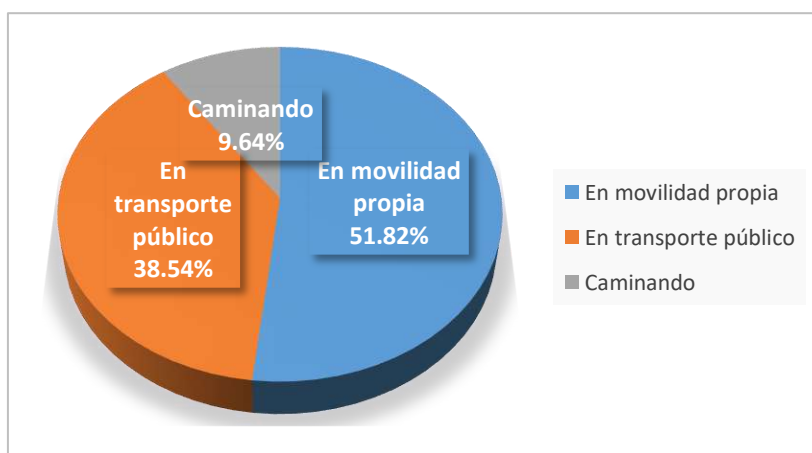


Figura 3

Formas de llegar al mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 51.82 % de la población Yurimagüina acude al mercado en su movilidad propia, el 38.54 % acude al mercado en transporte público y el 9.64 % de la población acude al mercado caminando.

Aporte: Este dato respaldó la propuesta de reubicación del mercado central de Yurimaguas, ya que en su mayoría los usuarios suelen ir al mercado con su movilidad propia.

Pregunta N° 04: ¿En qué horario suele usted acudir al mercado?

Tabla 7

Horario diario en los que las personas acuden al mercado

Horario	Cantidad	Porcentaje
Mañana	199	51.82 %
Tarde	146	38.02 %
Noche	39	10.16 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

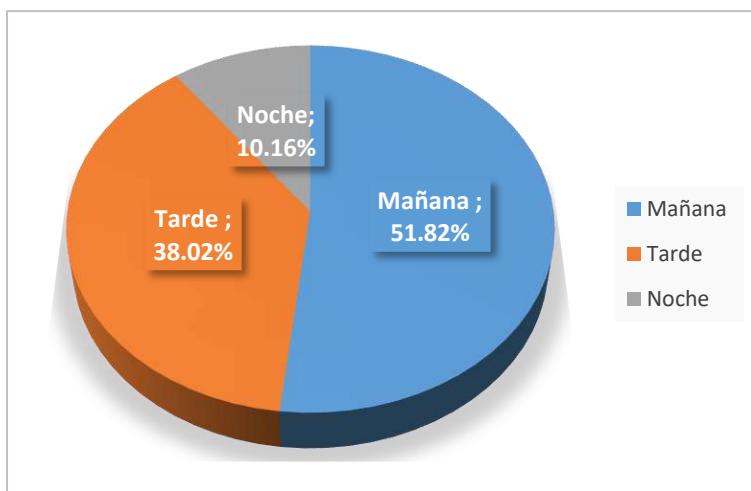


Figura 4

Horario diario en los que las personas acuden al mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Este dato demuestra que el 51.82 % de la población suele acudir durante horas de la mañana al mercado central de Yurimaguas.

Aporte: Este dato nos ayudó a determinar el turno de máxima afluencia de usuarios al mercado central de Yurimaguas.

Pregunta N° 05: ¿Con qué frecuencia acude al mercado?

Tabla 8
Horario semanal en los que las personas acuden al mercado

Horario	Cantidad	Porcentaje
Una vez a la semana	132	34.38 %
Dos veces a la semana	151	39.32 %
Tres veces a la semana	57	14.84 %
Todos los días	44	11.46 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

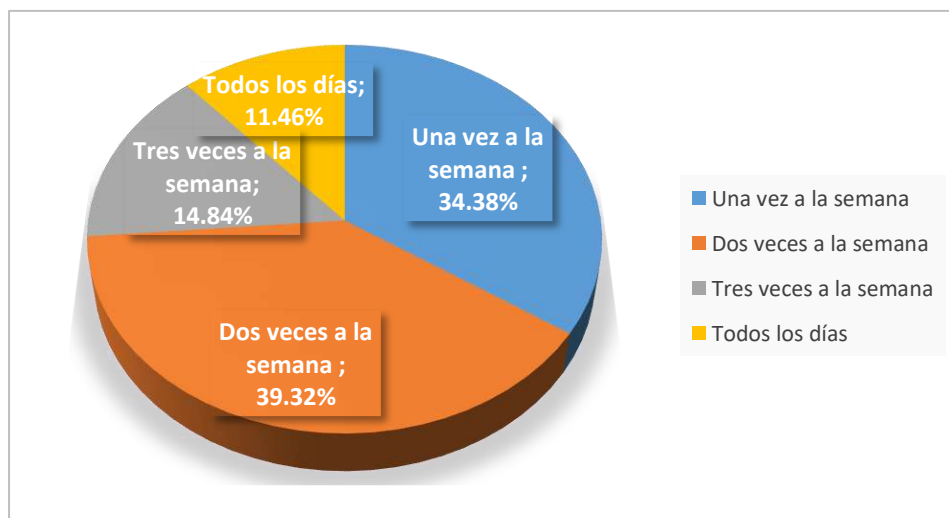


Figura 5
Horario semanal en los que las personas acuden al mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Este dato muestra que la mayoría de las personas encuestadas acuden al mercado con una frecuencia de una vez a la semana (34.38 %) o dos veces a la semana (39.32 %). Sin embargo, también hay un porcentaje significativo de personas que van al mercado tres veces a la semana (14.84 %) o incluso todos los días (11.46%).

Aporte: Esta información es relevante para comprender los patrones de comportamiento de los usuarios del mercado y puede ser útil para la planificación y diseño del proyecto arquitectónico que busca mejorar el servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.

Pregunta N° 06: ¿Generalmente que cantidad de productos compra en el mercado?

Tabla 9
Cantidad de productos que las personas compran

Cantidades	Cantidad	Porcentaje
Pequeñas cantidades (para consumo personal)	233	60.68%
Grandes cantidades (para uso comercial)	151	39.32%
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

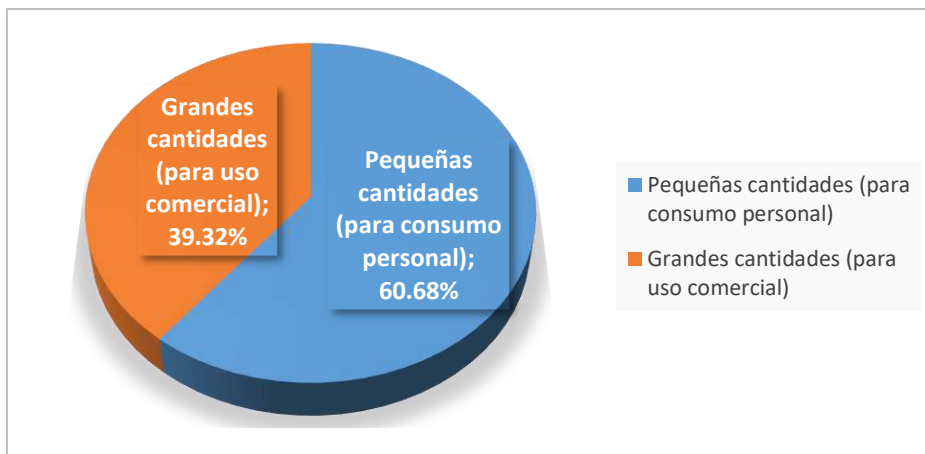


Figura 6

Cantidad de productos que las personas compran

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Estos resultados indican que la mayoría de las personas encuestadas adquieren productos en el mercado en pequeñas cantidades para su consumo personal (60.68 %). Sin embargo, también hay un porcentaje significativo de personas que compran grandes cantidades de productos para uso comercial (39.32 %).

Aporte: Estos datos son relevantes para comprender el tipo de compras que se realizan en el mercado minorista y tienen implicaciones en la planificación y diseño del proyecto arquitectónico.

En cuanto al sexo de los usuarios que acuden al mercado de Yurimaguas, nuestros resultados revelaron que el 30.21% de la población encuestada era de sexo masculino, mientras que el 69.79% era de sexo femenino. Otros investigadores también encontraron una mayor presencia de mujeres en el mercado central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato. Esta información es relevante para comprender el perfil de los usuarios y puede tener implicaciones en la planificación de estrategias de marketing dirigidas a un público específico.

En cuanto al lugar de procedencia de los usuarios, nuestros resultados indicaron que el 78.91% de los usuarios que acuden al mercado de Yurimaguas proceden del distrito de Yurimaguas, mientras que el 21.09% proviene de otros distritos. Otro investigador también encontró una alta proporción de usuarios provenientes de la misma zona. Esto sugiere que el mercado central de Yurimaguas tiene un impacto significativo en la economía local y atrae a usuarios tanto de la ciudad como de áreas circundantes.

En relación a la forma de llegar al mercado, encontramos que el 51.82% de la población acude en su movilidad propia, el 38.54% utiliza transporte público y el 9.64% prefiere ir caminando. Estos resultados respaldan la propuesta de reubicación del mercado central

de Yurimaguas, ya que la mayoría de los usuarios prefieren utilizar su propia movilidad para acceder al mercado. Además, coincide con el estudio anterior que identificó que la mayoría de los usuarios utilizaban transporte propio para llegar al mercado.

En cuanto al horario de visita al mercado, encontramos que el 51.82% de la población suele acudir en horas de la mañana, mientras que el 38.02% lo hace en horas de la tarde y el 10.16% en horas de la noche. Estos datos son importantes para comprender los patrones de comportamiento de los usuarios y pueden influir en la planificación de horarios de atención y distribución de productos en el mercado central.

En cuanto a la frecuencia de visita al mercado, se encontró que en Yurimaguas la mayoría de los usuarios acuden una o dos veces a la semana, representando el 34.38% y el 39.32% respectivamente. En otra investigación también se encontró que la frecuencia de visita era principalmente una o dos veces a la semana. Estos resultados son relevantes para comprender los patrones de comportamiento de los usuarios y pueden influir en la planificación y diseño del proyecto arquitectónico, considerando la frecuencia de visita de los usuarios.

En relación a la cantidad de productos que los usuarios compran en el mercado, se identificó que en Yurimaguas el 60.68% adquiere pequeñas cantidades para consumo personal, mientras que el 39.32% compra grandes cantidades para uso comercial. En otra investigación también se encontró una proporción similar de usuarios que compraban pequeñas y grandes cantidades. Estos datos son relevantes para comprender el tipo de compras que se realizan y pueden tener implicaciones en la planificación de los espacios de venta y distribución de productos.

4.2. Resultado del objetivo específico 2

Pregunta N° 07: ¿Cuál es el mercado al cual usted acude en la ciudad de Yurimaguas que ofrecen productos y servicios similares a los de un mercado minorista?

Tabla 10

Mercado al que acuden en la ciudad de Yurimaguas

Mercado	Cantidad	Porcentaje
Mercado Central	198	51.56 %
Mercado de Moralillo	27	7.03 %
Mercado del Vado	149	38.80 %
Mercado de Mishuyacu	10	2.60 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

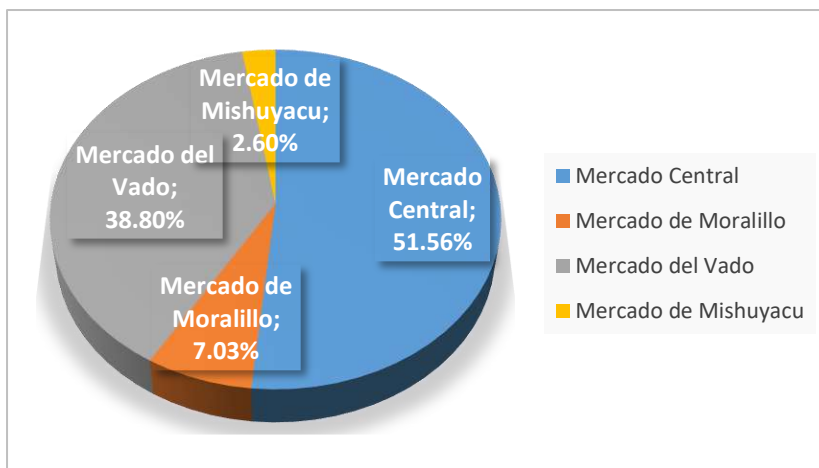


Figura 7

Mercado al que acuden en la ciudad de Yurimaguas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El 51.56 % de la población suele acudir en mayor medida al mercado.

Aporte: Se puede analizar la competencia y la distribución de los consumidores.

Pregunta Nº 08: Para usted ¿Qué característica principal debe tener un mercado?

Tabla 11

Característica principal que debe tener un mercado

Características	Cantidad	Porcentaje
Una buena infraestructura	159	41.41 %
Una buena ubicación	75	19.53 %
Gran número de puestos de venta	79	20.57 %
Buena accesibilidad	71	18.49 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

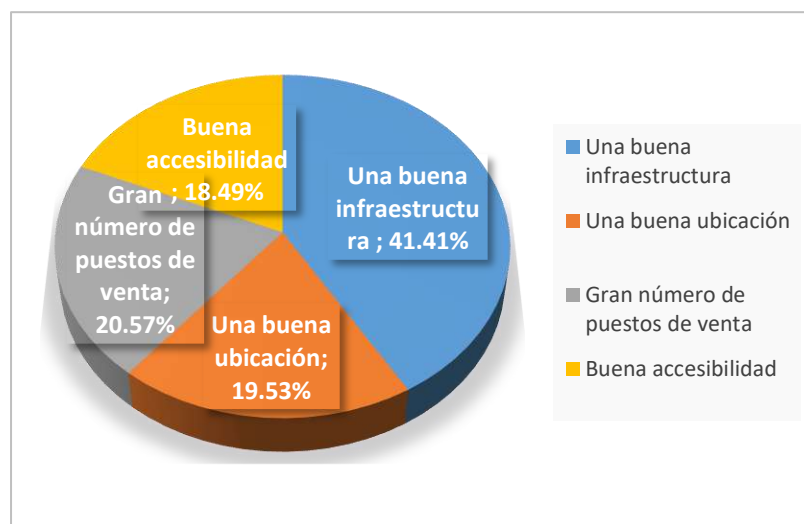


Figura 8

Característica principal que debe tener un mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El procesamiento de los datos revela que el 41.41 % de la población Yurimagüina considera que la característica principal que debe tener un mercado es una buena infraestructura.

Aporte: Con la obtención de este dato se estableció que la característica principal de un mercado es una buena infraestructura.

Pregunta N° 09: ¿Cuál es el estado actual de la característica (infraestructura, ubicación, número de puestos de venta y accesibilidad) que tiene el mercado de Yurimaguas?

Tabla 12

Estado de la característica principal que debe tener un mercado

Estado	Cantidad	%
Buena	9	2.34
Regular	16	4.17
Mala	274	71.35
Muy Mala	85	22.14
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

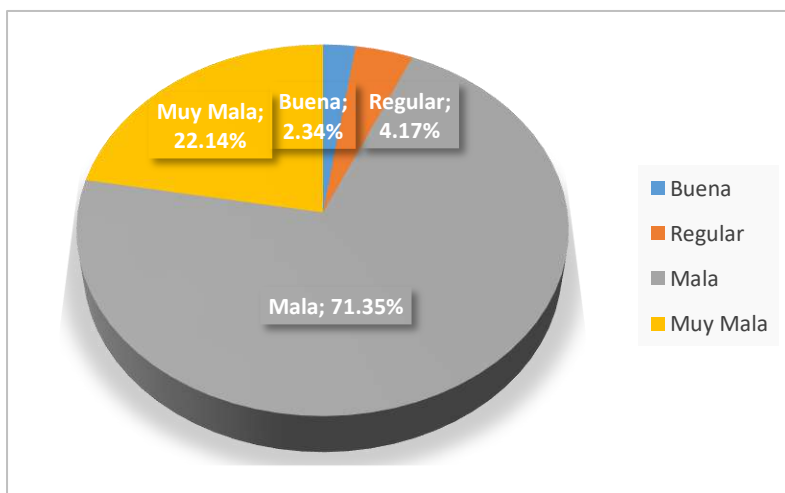


Figura 9

Estado de la característica principal que debe tener un mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De la persona encuestada el 2.34 % considera que la infraestructura del mercado de la ciudad de Yurimaguas es buena, el 4.17 % considera que la infraestructura es regular, el 71.35 % considera que la infraestructura es mala y el 22.14 % considera que la infraestructura es muy mala.

Aporte: Este dato reafirma la deficiente y precaria infraestructura del mercado de la ciudad de Yurimaguas.

Pregunta N° 10: ¿Cuál es el nivel de servicio que brindan los mercados de la ciudad de Yurimaguas?

Tabla 13
Nivel de servicio comercial del mercado de Yurimaguas

Nivel de servicio	Cantidad	%
Bueno	6	1.56
Regular	14	3.65
Malo	296	77.08
Muy Malo	68	17.71
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

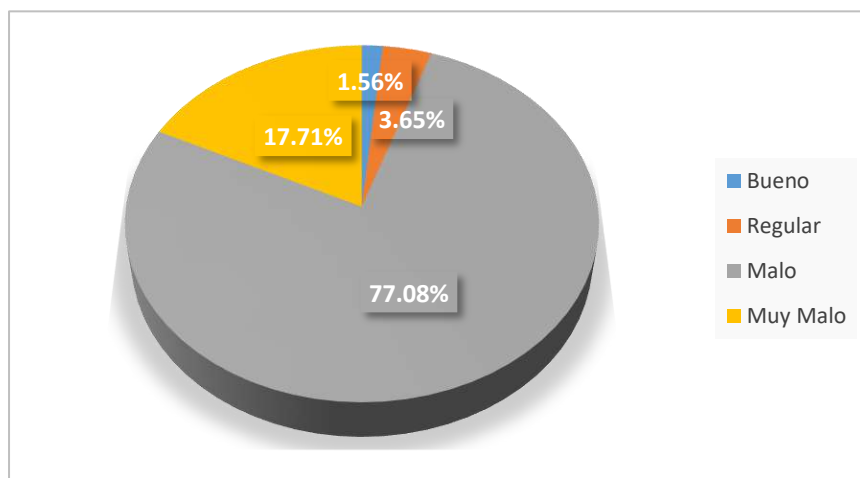


Figura 10
Nivel de servicio comercial del mercado de Yurimaguas
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De las personas encuestadas el 1.56 % considera que el servicio comercial del mercado de la ciudad de Yurimaguas es bueno, el 3.65 % considera que el servicio comercial es regular, el 77.08 % considera que el servicio comercial es malo y el 17.71% considera que el servicio comercial es muy malo.

Aporte: Esto subraya la importancia y la necesidad de realizar el proyecto arquitectónico de un mercado minorista.

En relación a la pregunta sobre el mercado al cual los encuestados acuden en la ciudad de Yurimaguas, se encontró que el 51.56% de la población suele acudir en mayor medida al Mercado Central, seguido por el Mercado del Vado con un 38.80% de respuestas.

En relación a la característica principal que los encuestados consideran debe tener un mercado, se identificó que el 41.41% de la población considera que una buena infraestructura es la característica principal. En otras investigaciones se destaca la importancia de la infraestructura en el rediseño y mejora de los mercados. Estos resultados sugieren que la infraestructura es un aspecto clave a considerar en el proyecto arquitectónico del mercado minorista en Yurimaguas.

Al evaluar el estado actual de la característica principal del mercado (infraestructura, ubicación, número de puestos de venta y accesibilidad), se observa que la mayoría de los encuestados (93.49%) considera que el estado de estas características es regular, malo o muy malo. Específicamente, el 71.35% de los encuestados considera que la infraestructura es mala y el 22.14% la considera muy mala. En otra investigación se describe la problemática espacial y el mal estado de la infraestructura que afecta al mercado; mientras que en otras se resalta la problemática del mercado de abastos en Surco, que, a pesar de tener una gran afluencia, carece de infraestructura y organización adecuada; estos resultados refuerzan la necesidad de realizar un proyecto arquitectónico que mejore la infraestructura de los mercados en Yurimaguas y brinde condiciones adecuadas para los usuarios.

En cuanto al nivel de servicio que brindan los mercados de Yurimaguas, la mayoría de los encuestados (94.79%) considera que el nivel de servicio es regular, malo o muy malo. Específicamente, el 77.08% de los encuestados considera que el nivel de servicio es malo y el 17.71% lo considera muy malo. Estos resultados destacan la necesidad de mejorar el servicio comercial en los mercados de Yurimaguas, lo cual puede lograrse a través de un proyecto arquitectónico que proporcione espacios adecuados y funcionalidad para los comerciantes y usuarios

4.3. Resultado del objetivo específico 3

Pregunta N° 11: ¿Considera usted necesario que los mercados de la ciudad de Yurimaguas deban?

Tabla 14

Consideraciones sobre el mercado de Yurimaguas

Consideraciones	Cantidad	%
Demolirse y Remodelarse	51	13.28
Remodelarse y Ampliarse	97	25.26
Ampliarse y Reubicarse	236	61.46
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

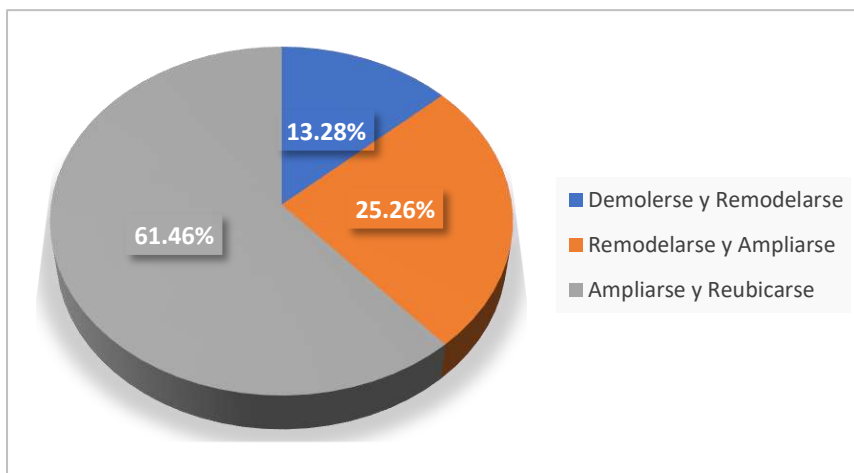


Figura 11

Consideraciones sobre el mercado de Yurimaguas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Estos resultados indican la necesidad de realizar acciones importantes en los mercados de Yurimaguas, ya sea a través de la demolición y remodelación (13.28 %), la remodelación y ampliación (25.26 %), o la ampliación y reubicación (61.46 %).

Aporte: Estas acciones buscan mejorar tanto la infraestructura como la capacidad de los mercados para satisfacer las demandas de los comerciantes y los usuarios.

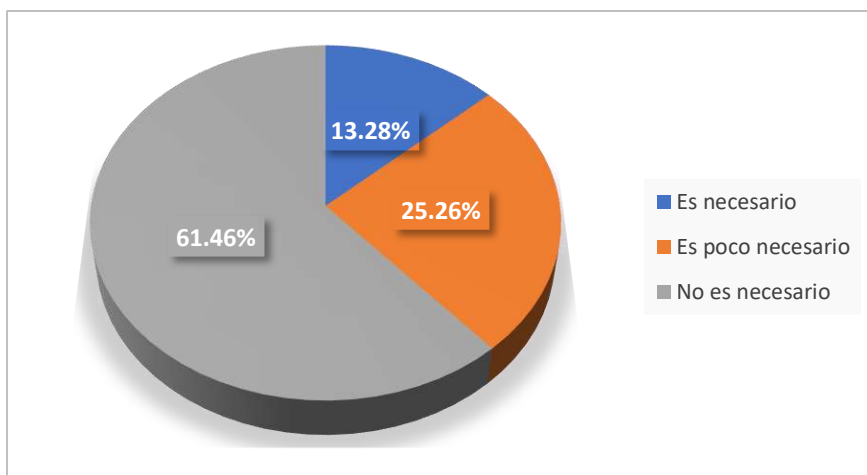
Pregunta Nº 12: ¿Considera usted necesario que los mercados tengan estacionamiento público?

Tabla 15

Consideraciones sobre el estacionamiento en el mercado

Indicadores	Cantidad	%
Es necesario	51	13.28
Es poco necesario	97	25.26
No es necesario	236	61.46
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

**Figura 12**

Consideraciones sobre el estacionamiento en el mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Estos resultados indican que la necesidad de contar con estacionamiento público en los mercados de Yurimaguas es percibida de manera diferente por los encuestados; mientras que algunos consideran que es necesario (13.28 %), otros lo ven como poco necesario (25.26 %) o incluso innecesario (61.46 %).

Aporte: Este dato está influenciado por factores como la ubicación de los mercados, la disponibilidad de transporte público y la preferencia de los usuarios en cuanto a los medios de transporte utilizados

Pregunta Nº 13: ¿Considera usted necesario que dentro del mercado existan espacios libres?

Tabla 16

Espacios libres necesarios dentro del mercado

Espacios libres	Cantidad	%
Áreas verdes	111	28.91
Áreas de descanso	97	25.26
Plazuela	176	45.83
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

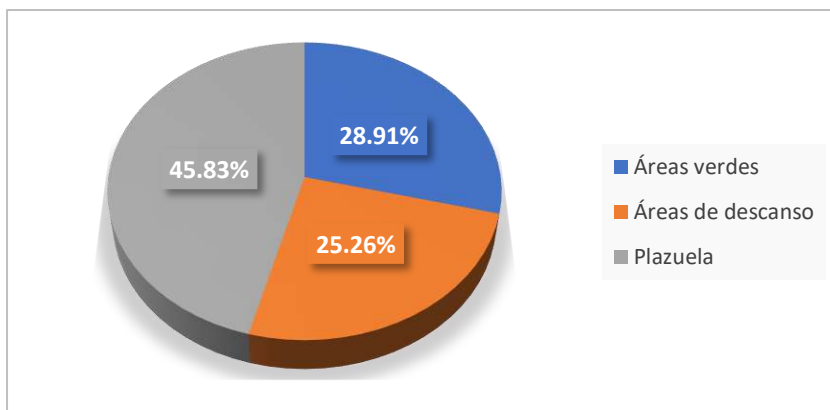


Figura 13

Espacios libres necesarios dentro del mercado

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El procesamiento de los datos demuestra que la población de Yurimaguas considera necesarios todos los espacios libres dentro del mercado, pero el 45.83 % favorece de mayor forma a la plazuela.

Aporte: Este dato permitió determinar cómo espacio libre dominante a la plazuela dentro del mercado.

Pregunta N° 14: ¿Qué espacio consideraría necesario para la reunión de los comerciantes?

Tabla 17

Espacios necesarios para reuniones de comerciantes

Espacios necesarios	Cantidad	%
Sala de Usos Múltiples	209	54.43
Auditorio	67	17.45
Sala de reuniones	108	28.13
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

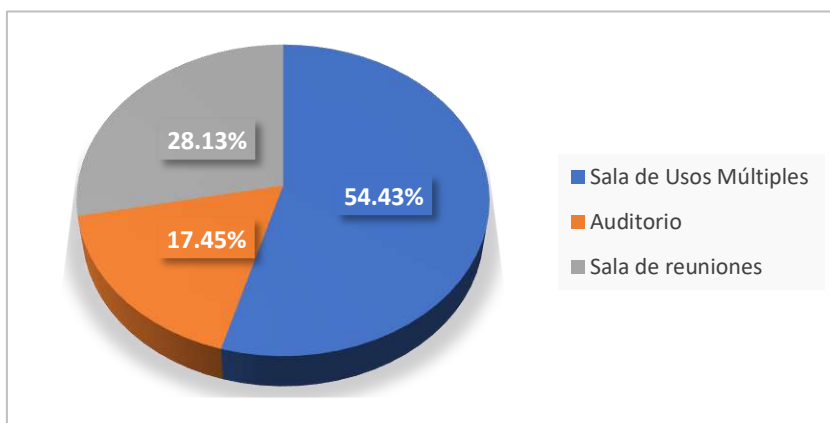


Figura 14

Espacios necesarios para reuniones de comerciantes

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los datos procesados demuestran que el 54.43 % de la población de Yurimaguas lo considera necesarios.

Aporte: Este dato permitió definir como espacio de reunión una Sala de Usos Múltiples para los comerciantes del mercado.

Pregunta N° 15: ¿Considera usted necesario un espacio destinado para las comunidades nativas?

Tabla 18
Necesidades de espacio para las comunidades nativas

Necesidades	Cantidad	%
Área de ventas	149	38.80
Área de exposición	235	61.20
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

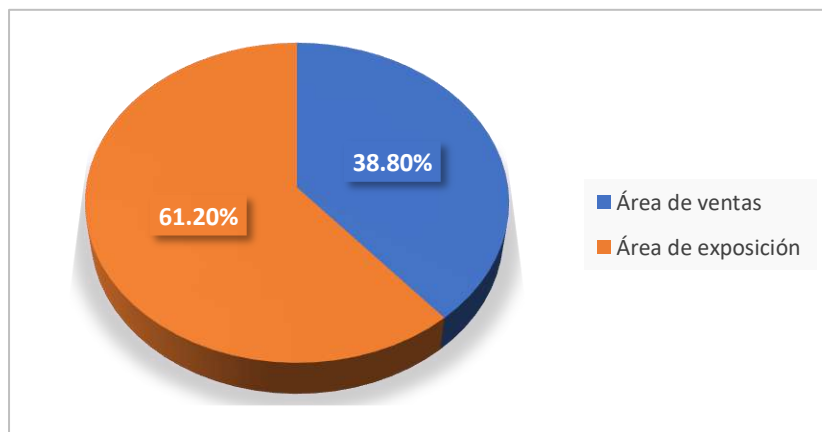


Figura 15
Necesidades de espacio para las comunidades nativas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Los datos procesados demuestran que el 61.20 % de la población encuestada determina necesario un espacio de venta para las comunidades nativas.

Aporte: Se comprobó la importancia de brindar un espacio para las comunidades nativas en el mercado.

Pregunta N° 16: ¿Considera usted necesario un espacio de guardia para los niños?

Tabla 19
Espacios de guardia para niños

Necesidades	Cantidad	%
Guardería	269	70.05 %
Parque infantil	115	29.95 %
Total	384	100.00 %

Fuente: Elaboración propia

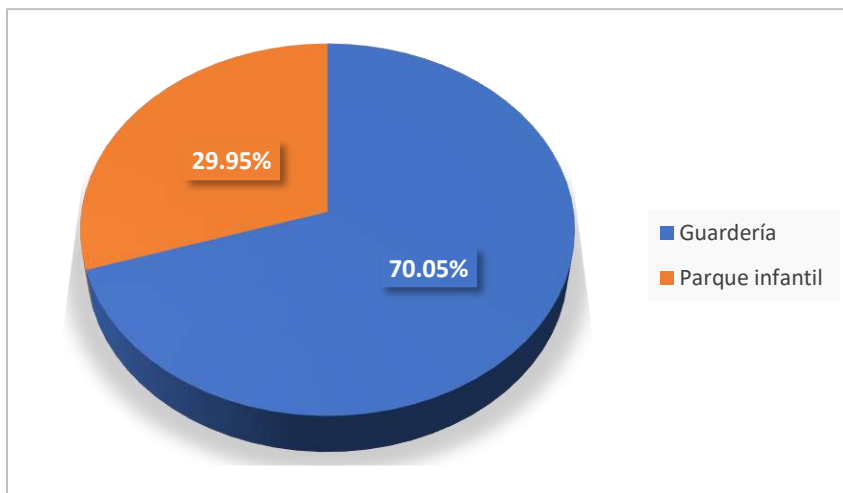


Figura 16

Espacios de guardia para niños

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: El análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta reflejan que el 70.05 % de la población de Yurimaguas considera necesario un espacio de guardia para los niños.

Aporte: Este dato refleja la necesidad de un espacio destinado al cuidado de niños pequeños al momento de ingresar al mercado al realizar actividades de compra o venta.

En cuanto a la pregunta sobre las consideraciones sobre los mercados de Yurimaguas, se encontró que la mayoría de los encuestados considera necesario realizar acciones importantes en los mercados. El 61.46% de los encuestados considera que es necesario realizar una ampliación y reubicación de los mercados, seguido por el 25.26% que opina que es necesario realizar una remodelación y ampliación. Estos resultados refuerzan la necesidad de mejorar la infraestructura y capacidad de los mercados en Yurimaguas para satisfacer las demandas de los comerciantes y usuarios.

En cuanto a la necesidad de contar con estacionamiento público en los mercados, los resultados fueron variados, con un 13.28% considerando que es necesario, un 25.26% considerándolo poco necesario y un 61.46% considerándolo innecesario. Esto puede estar influenciado por factores como la ubicación de los mercados y la disponibilidad de transporte público. Estos resultados proporcionan información relevante sobre las preferencias de los usuarios en cuanto a los medios de transporte utilizados.

En cuanto a los espacios libres dentro del mercado, se identificó que la población considera necesarios todos los espacios propuestos, siendo la plazuela la opción más favorecida (45.83%). Esto indica la importancia de contar con áreas verdes, áreas de descanso y plazuelas dentro del mercado para brindar espacios agradables y confortables.; también coincide con otro estudio de un mercado minorista zonal en

Chepén, donde se buscaba mejorar la calidad del aire y la salud de los usuarios y comerciantes mediante la implementación de sistemas de ventilación natural.

En cuanto a los espacios necesarios para la reunión de los comerciantes, se identificó que la mayoría de los encuestados (54.43%) considera necesaria una Sala de Usos Múltiples. Esto resalta la importancia de contar con espacios adecuados para que los comerciantes puedan reunirse y llevar a cabo actividades conjuntas. Este resultado coincide con otra investigación sobre un mercado de abastos en Sullana-Piura, donde se propone la creación de un mercado basado en la modulación espacial para una organización eficiente de los espacios.

En relación a la necesidad de un espacio destinado para las comunidades nativas, se encontró que el 61.20% de la población encuestada considera necesario un área de exposición para estas comunidades. Esto indica la importancia de brindar espacios adecuados para que las comunidades nativas puedan exhibir y vender sus productos. Este resultado coincide con una investigación, sobre el mercado de abastos en Sullana-Piura, donde se busca fomentar el desarrollo económico local.

Finalmente, en cuanto a la necesidad de un espacio de guardia para los niños, se encontró que el 70.05% de la población considera necesario contar con una guardería. Esto refleja la importancia de brindar un espacio seguro y adecuado para el cuidado de los niños mientras los padres realizan actividades en el mercado.

CONCLUSIONES

1. Se identificó los tipos de usuarios que hacen uso del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas; los cuales son: Usuario directo, son los usuarios que compran sus productos en pequeñas cantidades para su propio consumo (existen en mayor cantidad); y usuario indirecto, son los usuarios que compran sus productos para comercializar en otro punto de la ciudad u otra localidad (existen en menor cantidad); para ambos usuarios se desarrollaron espacios y circulaciones definidas dentro del proyecto arquitectónico de un mercado minorista.
2. Se analizó los distintos mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas, los cuales carecen de una infraestructura y espacios adecuados para cubrir la demanda de un mercado minorista.
3. Se identificó las necesidades de la población de la ciudad de Yurimaguas para mejorar el servicio comercial; estas necesidades son: falta de estacionamiento y patio de maniobras, inadecuados puestos de venta, no existe un patio de comida, servicios higiénicos en pésimo estado, inexistencia almacenes y frigoríficos, carencia de un cuarto de basura, etc; estas necesidades se lograron satisfacer en gran medida con el desarrollo del proyecto arquitectónico del mercado minorista.
4. Se concluyó que el desarrollo del proyecto arquitectónico de un mercado minorista contribuye al mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas; ya que este proyecto plantea espacios e infraestructura adecuada donde los vendedores y consumidores tienen un sistema organizado y eficiencia para el proceso de compra y venta de productos y/o servicios, ayudando así de forma progresiva a tener una mejor calidad de vida, por el confort que reciben al desarrollar sus actividades comerciales.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al gobierno local, provincial o regional identificar las necesidades físicas (infraestructura) y espaciales que requiere un mercado minorista; identificar los tipos de usuarios directos e indirectos, los cuales acuden al mercado a realizar sus actividades mercantiles; y analizar los mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas para poder desarrollar e implementar el proyecto arquitectónico de un mercado minorista el cual cumpla con las condiciones generales de diseño, y que permita cubrir las necesidades del servicio comercial de la población Yurimagüina.
2. Se recomienda al gobierno local realizar campañas de sensibilización para la aceptación de un nuevo mercado, con conceptos de espacio social, de convivencia y de intercambio cultural.
3. Se recomienda que el gobierno local elabore y aplique políticas sociales que garanticen la conservación y el mantenimiento de la nueva infraestructura del mercado minorista, y que proporcione formación tanto al personal de servicios como a los minoristas, con el fin de ofrecer mejores servicios a la población.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arteaga Silva, A. W. (2016). Propuesta de un mercado minorista para consolidar un sistema y equipamiento comercial en el distrito de Morales - sector la Planicie. Tesis para optar el grado de Arquitecto. Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú.
- Barturen Aguilar, L. A., & Guerra Cabrera, S. J. (2021). Nuevo mercado de abastos en el distrito de Magdalena del Mar (Tesis de pregrado). Universidad Ricardo Palma.
- Camaradeavila (2004). Guía para la implantación de la norma UNE 175001-1; "Calidad de Servicio para el Pequeño Comercio" [PDF].
- Cerdeño, V. (2010). La respuesta de los consumidores [PDF]. Universidad Complutense de Madrid; Mercados Municipales.
- Cisneros A., et al (1985). Enciclopedia de Arquitectura Plazola. Mexico DF: Noriega
- Congreso de la República del Perú (2012). Proyecto de ley N° 1733 [PDF]. Lima (Perú).
- Dongo, O. E., & Espinoza, M. A. (2022). Propuesta de un mercado de abastos minorista basado en la modulación espacial en el distrito de Sullana - Piura, 2050 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.
- García Flores, R. del P. (2017). Nuevo Mercado Central del Callao. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Golac Baca, C., & Diaz Portilla, E. I. (2022). Mercado de Abastos José Olaya, en el distrito de Nueva Cajamarca, provincia de Rioja, departamento de San Martín. Universidad César Vallejo.
- Huacasi Quispe, M., & Mamani Suaña, E. R. (2022). Mercado de abastos para el desarrollo e interacción de la cultura local en el distrito de San Miguel-2022 (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo.
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento del Perú. (2019). Reglamento Nacional de Edificaciones. Lima, Perú: Editorial del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- Molina P. (2018). Rediseño arquitectónico del mercado central de la ciudad de Machala, provincia de El Oro (Tesis de pregrado). Universidad Internacional del Ecuador, Machala Ecuador.

- Perez Cruz, J. B., & Polo Vigo, E. P. (2020). Imagen urbana, en relación al impacto generado por los mercados de abastos de Lima Sur, 2019. Mercado de abastos municipal tipo B y espacio didáctico cultural para el distrito de Villa El Salvador, 2020 (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo.
- Pedraza Julca, R. A., Villanes Chacón, R. P. (2021). Mercado de abastos en Surco (Tesis de pregrado). Universidad Ricardo Palma.
- Saucedo, C. A. (2022). Propuesta de un mercado minorista zonal basado en la aplicación de sistemas de ventilación natural en el distrito de Chepén, La Libertad 2020 (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte).
- Ulpo D. & Viteri G. (2018). Estudio de organización espacial y funcional del Mercado Central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona ambientales (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Yaranga Hernández, Y. Y. (2015). La comunicación para el desarrollo desde los mercados populares: estudio de caso del mercado "Santa Rosa" de Chorrillos (Tesis de licenciatura en Comunicación para el Desarrollo). Pontificia Universidad Católica del Perú.

ANEXOS

Tabla 20

Cronograma de actividades

Objetivo específico 1: Identificar los tipos de usuarios que hacen uso del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas.												
Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Realizar investigación de los tipos de usuarios que hacen uso del mercado.	x											
Identificar perfiles de usuarios.		x										
Realizar encuestas y entrevistas.			x									
Objetivo específico 2: Analizar los distintos mercados existentes en la ciudad de Yurimaguas, los cuales cubren la demanda de un equipamiento como es el de un mercado minorista.												
Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Realizar estudio de mercados existentes.				x								
Analizar características y oferta de los mercados existentes.					x	x						
Desarrollar análisis comparativo.						x						
Objetivo específico 3: Identificar las necesidades de la población de la ciudad de Yurimaguas con la finalidad de mejorar el servicio comercial mediante espacios diseñados para el desarrollo de actividades comerciales.												
Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Realizar análisis del entorno urbano.							x					
Identificar necesidades de la población.								x				
Evaluar las actividades comerciales existentes.									x	x	x	x

- b) Dos veces a la semana (...)
- c) Tres veces a la semana (...)
- d) Todos los días (...)

6. ¿Generalmente que cantidad de productos compra en el mercado de Yurimaguas?

- a) Pequeñas cantidades (para consumo personal) (...)
- b) Grandes cantidades (para uso comercial) (...)

7. ¿Cuál es el mercado al cual usted acude en la ciudad de Yurimaguas que ofrecen productos y servicios similares a los de un mercado minorista?

- a) Mercado Central (...)
- b) Mercado de Moralillo (...)
- c) Mercado del Vado (...)
- d) Mercado de Mishuyacu (...)

8. Para usted ¿Qué característica principal debe tener un mercado?

- a) Una buena infraestructura (...)
- b) Una buena ubicación (...)
- c) Gran número de puestos de venta (...)
- d) Buena accesibilidad (...)

9. ¿Cuál es el estado actual de la característica (infraestructura, ubicación, número de puestos de venta y accesibilidad) que tiene el mercado de Yurimaguas?

- a) Bueno (...)
- b) Regular (...)
- c) Malo (...)
- d) Muy Malo (...)

10. ¿Cuál es el nivel de servicio que brindan los mercados de la ciudad de Yurimaguas?

- a) Bueno (...)
- b) Regular (...)
- c) Malo (...)
- d) Muy Malo (...)

11. ¿Considera usted necesario que los mercados de la ciudad de Yurimaguas deban?

- a) Demolirse y Remodelarse (...)
- b) Remodelarse y Ampliarse (...)
- c) Ampliarse y/o Reubicarse (...)

12. ¿Considera usted necesario que los mercados tengan estacionamiento público?

- d) Es necesario (...)
- e) Es poco necesario (...)
- f) No es necesario (...)

13. ¿Considera usted necesario que dentro del mercado existan espacios libres?

- a) Áreas verdes (...)
- b) Áreas de descanso (...)
- c) Plazuela (...)

14. ¿Qué espacio consideraría necesario para la reunión de los comerciantes?

- a) Sala de Usos Múltiples (...)
- b) Auditorio (...)
- c) Sala de reuniones (...)

15. ¿Considera usted necesario un espacio destinado para las comunidades nativas?

- a) Área de ventas (...)
- b) Área de exposición (...)

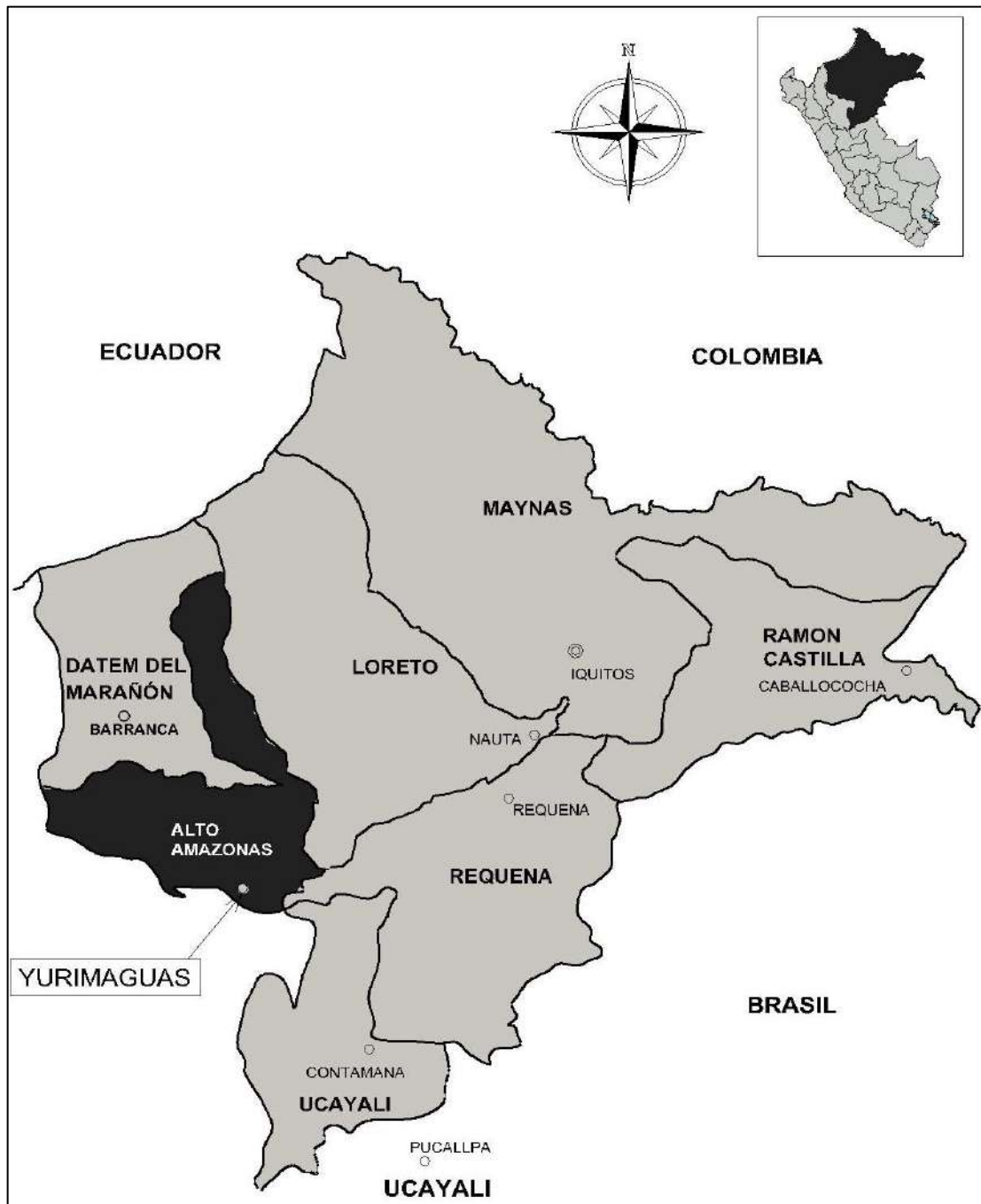
16. ¿Considera usted necesario un espacio de guardia para los niños?

- a) Guardería (...)
- b) Jardín de Niños (...)

Desarrollo del Proyecto Arquitectónico

1. Ubicación

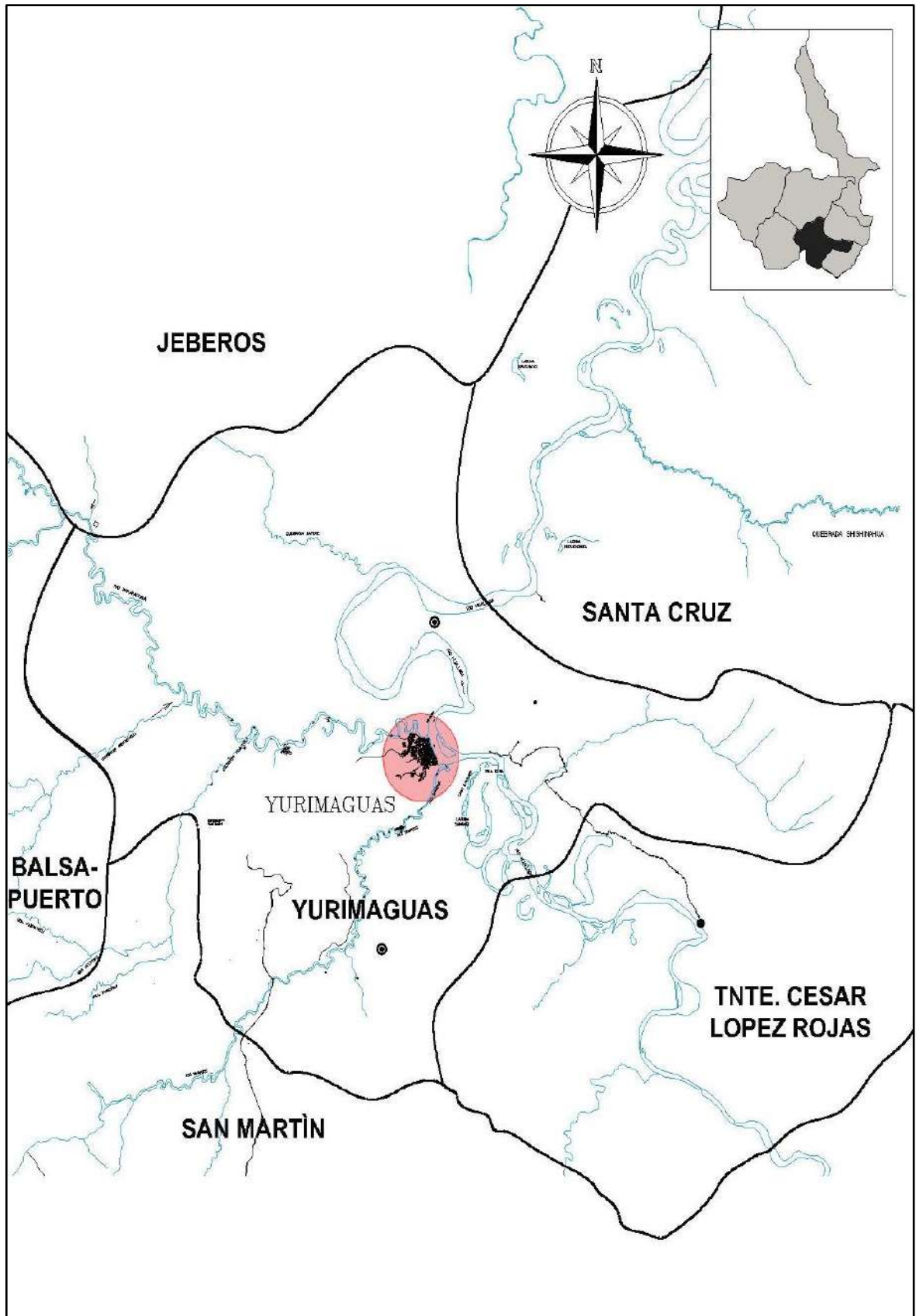
El proyecto arquitectónico se encuentra ubicado en el País de Perú, Departamento de Loreto, Provincia de Alto Amazonas, Distrito de Yurimaguas.



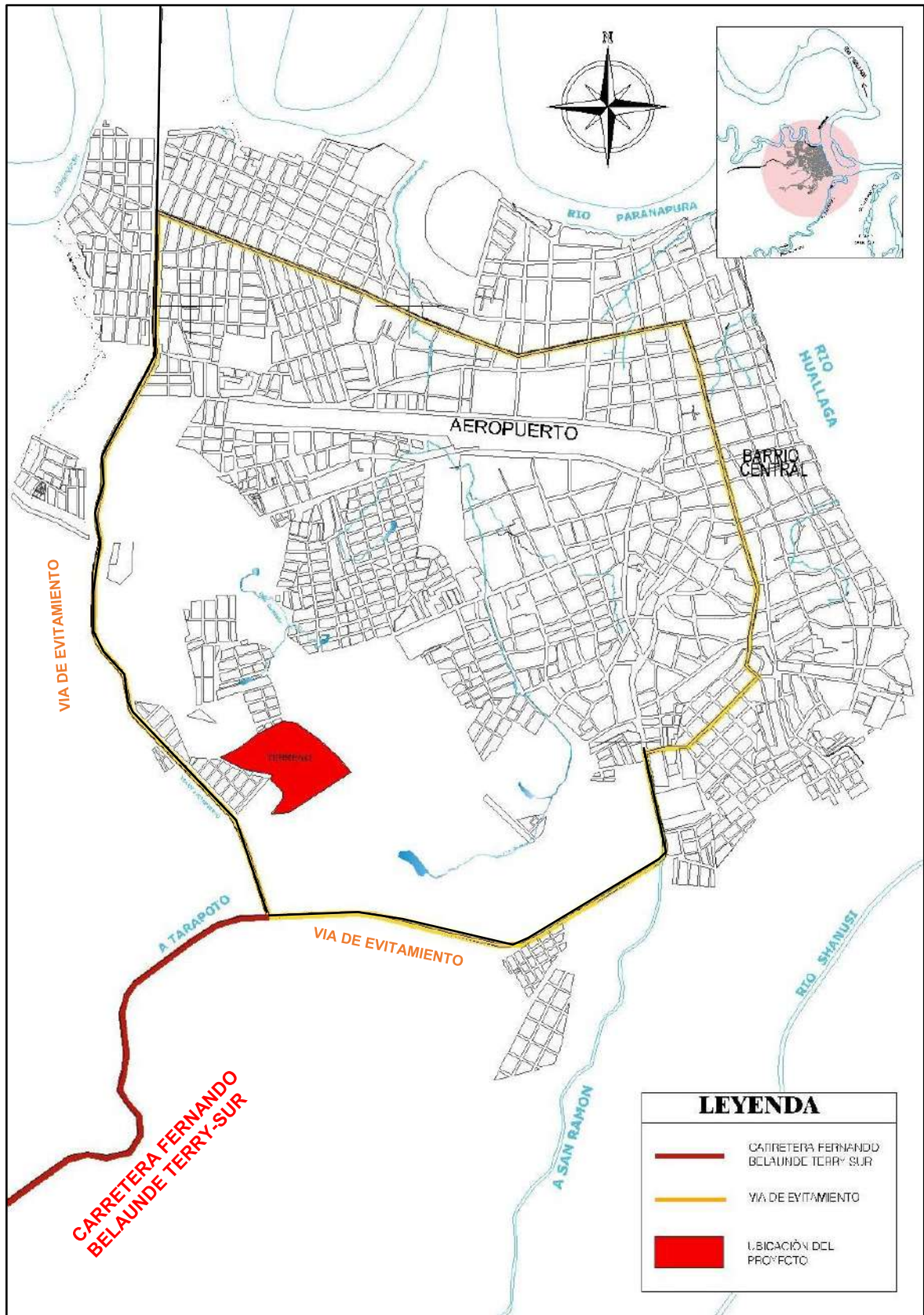
Ubicación del departamento de Loreto en el mapa de Perú



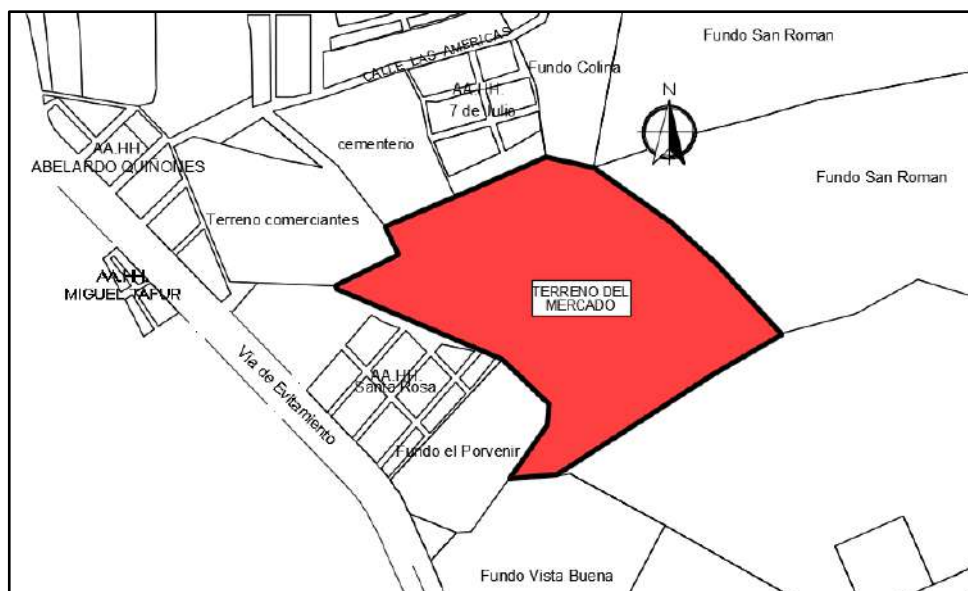
Ubicación del distrito de Yurimaguas en el mapa del departamento de Loreto.



Ubicación de la ciudad de Yurimaguas en el mapa del distrito de Yurimaguas.



Ubicación del terreno en la ciudad de Yurimaguas.



Ubicación del terreno en el área urbana de la ciudad de Yurimaguas.

El terreno se encuentra ubicado a la altura del kilómetro 0.6 de la Vía de Evitamiento, entre los Asentamientos humanos San Rosa y 7 de Julio. Tiene un área de 127, 508.32 m²., y un perímetro de 1, 674.36 m. Es de propiedad municipal y está destinado en el plan de desarrollo urbano para el futuro mercado de abastos.



Plano perimétrico del terreno.

2. Memoria descriptiva

El proyecto arquitectónico “Mercado Minorista” en la ciudad de Yurimaguas, busca mejorar el servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas dinamizando la economía mediante la comercialización de productos de pan, a través de un proyecto arquitectónico capaz de promocionar, mostrar y comercializar productos de consumo diario.

2.1.1 Generalidades

Tesistas	:	Bachiller José Luis Rodríguez Pinedo Bachiller Roy Cristian Chinchayhuara Pariona
Asesor	:	Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo
Carácter	:	Público- Privado
Emplazamiento	:	Calle La Oyada, Calle La Cantera.
Superficie del terreno:	:	12.7508 Hectáreas

2.1.2 Nombre del proyecto

“Proyecto Arquitectónico de un Mercado Minorista para el Mejoramiento del Servicio Comercial en la Ciudad de Yurimaguas”.

2.1.3 Del terreno

Área : 127, 508.32 m²

Perímetro : 1, 674.36 ml.

Colindante

Por el frente : Calle La Oyada

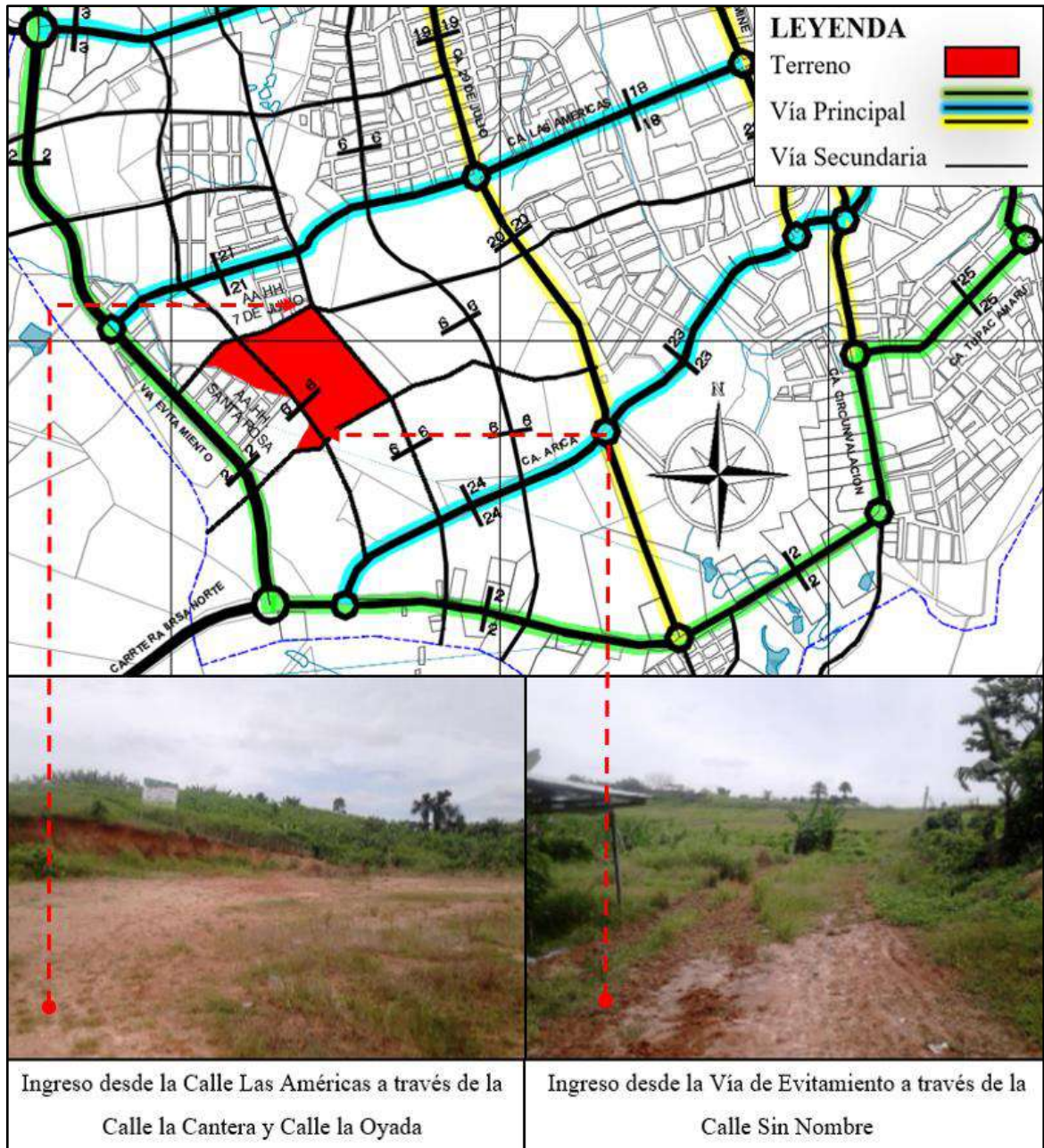
Por el lado derecho : Calle 28 De Junio

Por el lado izquierdo : Calle La Cantera

Por el fondo : Calle Sin Nombre

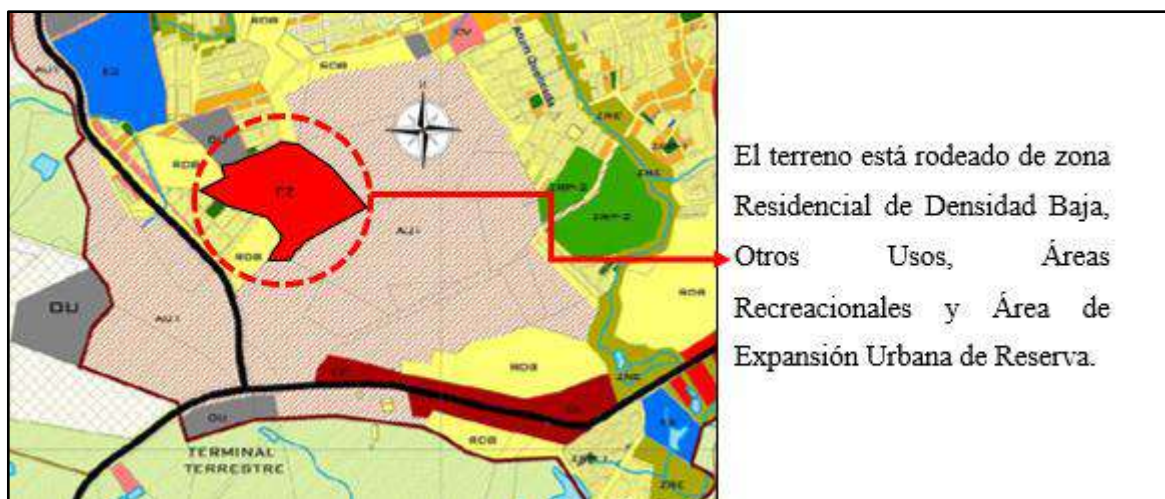
2.1.4 Accesibilidad

El terreno propuesto se ubica entre los asentamientos humanos San Rosa y 7 de Julio; el cual se accede desde la ciudad a través de la Calle las Américas como vía principal y vías colectoras (secundarias) Calle la Cantera, Calle 7 de Julio, Calle Sin Nombre y Calle 28 de Junio; además se puede acceder desde la Carretera Interdepartamental Fernando Belaunde Terry (carretera Irsa Norte) a través de la vía de evitamiento y vías colectoras Calle Sin Nombre, Calle Virgen de Guadalupe, Calle Virgen de las Nieves, Calle Virgen de Fátima y Calle la Oyada.



2.1.5 Zonificación

El terreno en el que se ubica el proyecto del Mercado Minorista cuenta con una zonificación de Comercio Zonal.



2.1.6 Servicios básicos

En sector donde está ubicado el terreno, está dotado de servicios básicos como; energía eléctrica, servicio de agua y desagüe.

2.1.7 Descripción topográfica

El terreno presenta una topografía accidentada, con un desnivel entre 6 a 8 metros en su mayor extensión y 14 metros en el punto más alto. (Ver Anexo, Lámina: T-01).

2.1.8 Descripción del entorno

Riesgos exteriores naturales de la zona

Inundaciones.- El predio se ubica en la parte alta del distrito, por consiguiente, es una zona sin riesgo de inundación.

Graves nevadas.- La ciudad de Yurimaguas, es una zona de clima tropical - húmedo, por lo que la caída de una nevada es absolutamente imposible.

Desprendimiento de tierras y rocas.- El terreno posee una topografía accidentada, pero la configuración de esta difícilmente generaría un desprendimiento y/o desplazamiento de tierra y rocas.

Incendios forestales.- El terreno no se ubica cerca de una zona de protección ecológica o zona de reserva natural siendo improbable un incendio forestal.

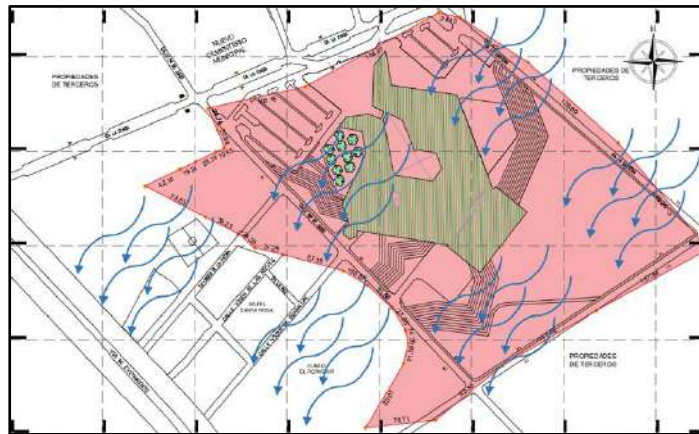
2.1.9 Descripción del ambiente

El terreno se encuentra a una altura de 148 msnm, aproximadamente, formando parte de la selva alta.

Clima.- Tiene un clima ecuatorial o tropical: cálido y húmedo con abundantes lluvias de selva baja. La temperatura mínima 21 °C y la máxima de 32 °C, siendo la humedad relativa mínima de 74.5% y la máxima de 81.5% las estaciones no se dejan notar claramente, aunque hay dos épocas o temporadas bastante diferenciadas y/o distinguibles: el invierno y el verano.

Precipitaciones.- Entre los meses más secos y los más húmedos, la diferencia de precipitaciones es de 159 mm. A lo largo del año, las temperaturas fluctúan en 1,0°C.

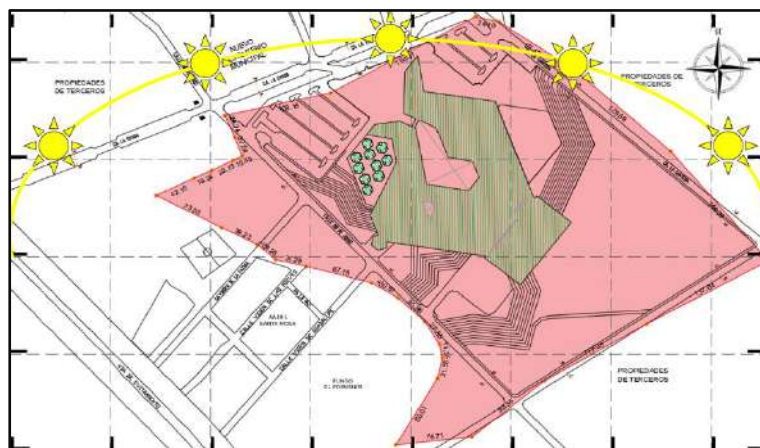
Los vientos.- La dirección del viento es de noreste a suroeste, con una velocidad media anual de 4,9 km/h.



Orientación del viento.

Incidencia solar y Asoleamiento.- La orientación del terreno es muy favorable, ya que gran parte de su longitud

está orientada al norte, lo que permite la entrada de luz natural sin comprometer el aislamiento térmico del interior del edificio



Asolamiento.

2.1.10 Criterios de diseño

El proyecto arquitectónico será plateado de tal manera que el espacio público juegue el rol principal en la concepción del proyecto. Se pretende no solo proyectar una edificación que cumpla con las condiciones necesarias para su correcto funcionamiento, como la seguridad, higiene, etc. Sino hacerla atractiva con espacios públicos techados y al aire libre, de tal manera que se convierta en un lugar de esparcimiento para la familia y amigos, en dónde se disfrute de comprar y al mismo tiempo se pueda relajarse.

Programa de Necesidades

El proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas busca solucionar los problemas de la población (usuarios y comerciantes); para lo cual se realizó un programa de necesidades el cual comprende lo siguiente:

Zonas	Ambientes
Zona administrativa	Estar y secretaria, gerencia y ss.hh, contabilidad, logística, sala de juntas, video vigilancia, recursos humanos, archivo, ss.hh, cocineta, patio interno.
Zona seca	Sección abarrotes, galerías, productos varios.
Zona semi - húmeda	Sección frutas, sección verduras, sección tubérculos, sección comidas, área de mesas, sección juglería.
Zona húmeda	Sección carnes rojas, sección carnes de aves, sección pescado y mariscos frescos.
Zona de patios	Patio interno, patio de exposición temporal, patio del área de juglería.
Servicios higiénicos para el publico	Servicios higiénicos varones y mujeres
zona de control de calidad	Laboratorio de control de calidad y ss.hh., almacén, depósito de material decomisado
Zona de basura	Área de acopio y evaluación de basura, área de aseo de depósitos, estacionamiento de recolector de basura
Zona de vestidores	Vestidores de personal y ss.hh., depósito de herramientas
Zona de servicios	Casa de fuerza y maquinas, cuarto de mantenimiento, cuarto de cisterna
Zona de almacenes	Cámara frigorífica de carnes rojas y aves, cámara frigorífica de pescado y mariscos, cámara frigorífica de frutas y verduras, almacén general, oficina de control de almacén
Zona de carga y descarga	Espacio de carrito de carga, anden de carga y descarga, patio de maniobras.
Zona de	Estacionamiento público general, estacionamiento de

estacionamiento	discapacitados, estacionamiento personal del mercado
Guardería	Estar y recepción, dirección y ss.hh., cuna, aula, comedor, cocina y ss.hh., almacén, ss.hh., deposito, parque interno
Sum	Sum, deposito
Área de información y salud	Oficina informativa y ss.hh., tópico y ss.hh.

Relación Espacial entre Zonas

Es la relación de espacios resultantes de la programación de necesidades los cuales conforman el proyecto arquitectónico del mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas; Esta relación se caracteriza por su capacidad para comunicarse entre sí, y puede dividirse en directa, indirecta e inexistente

Relación directa

Esta relación se da entre dos o más espacios a los que se puede acceder directamente de uno a otro.

Relación indirecta

En esta relación, los espacios no son directamente accesibles entre sí, pero la transición entre ellos sigue siendo fácil. Los espacios pueden estar separados, por ejemplo, por un pasillo, o ser adyacentes entre sí, de modo que se mantenga la intimidad entre cada uno sin obstaculizar la transición de uno a otro.

Relación nula

En esta relación, no hay comunicación entre los distintos espacios, o es compleja y atraviesa demasiados caminos para llegar de un espacio al otro.

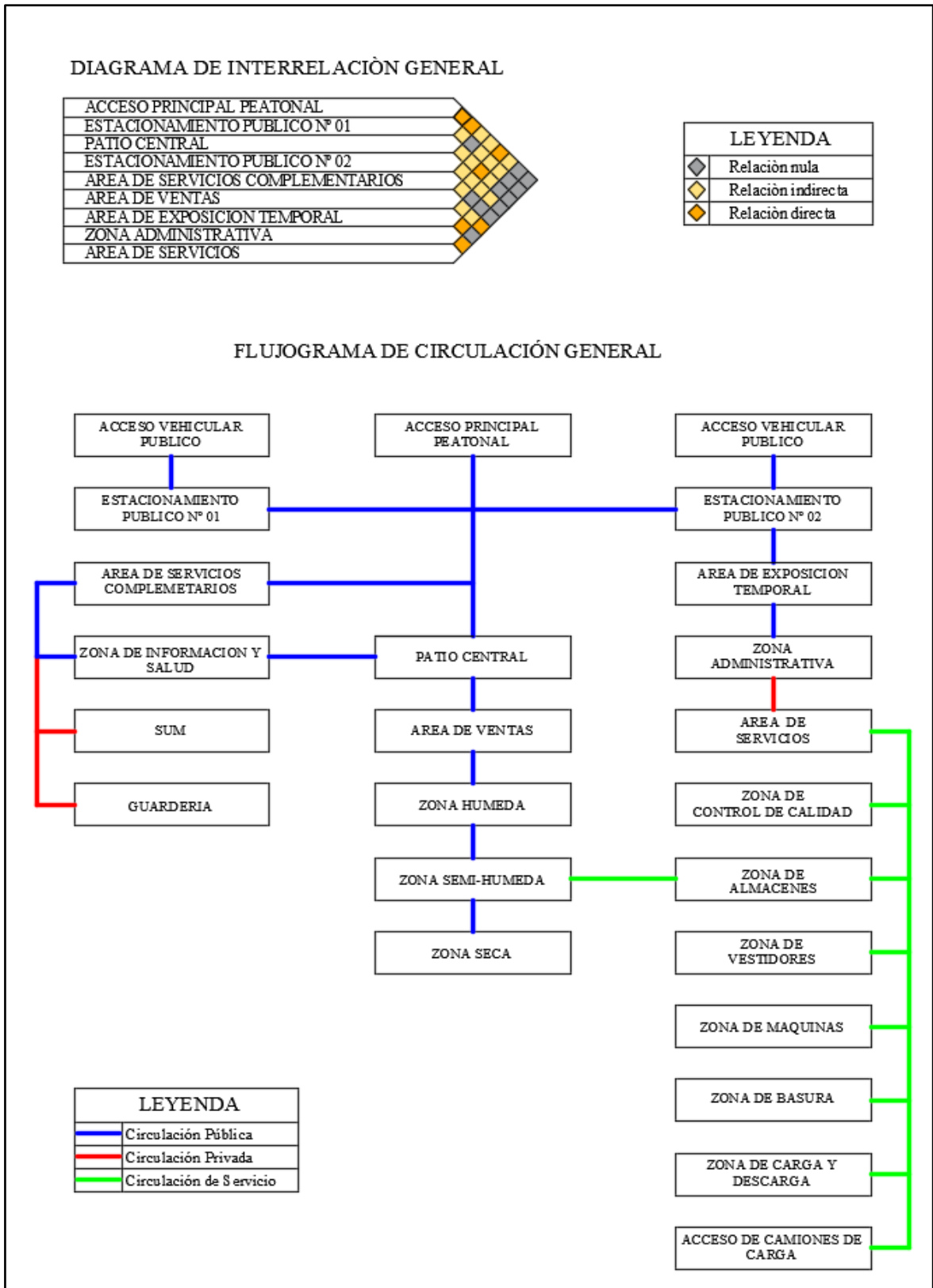
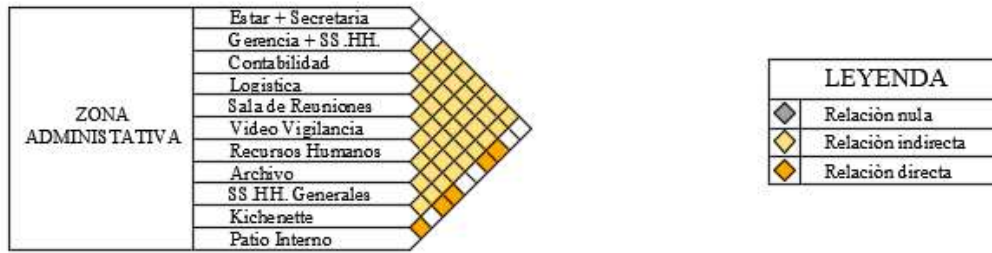


Diagrama de interrelación y Flujoograma de circulación general del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

DIAGRAMA DE INTERRELACIÓN DEL
ÁREA ADMINISTRATIVA



FLUJOGRAMA DE CIRCULACIÓN DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

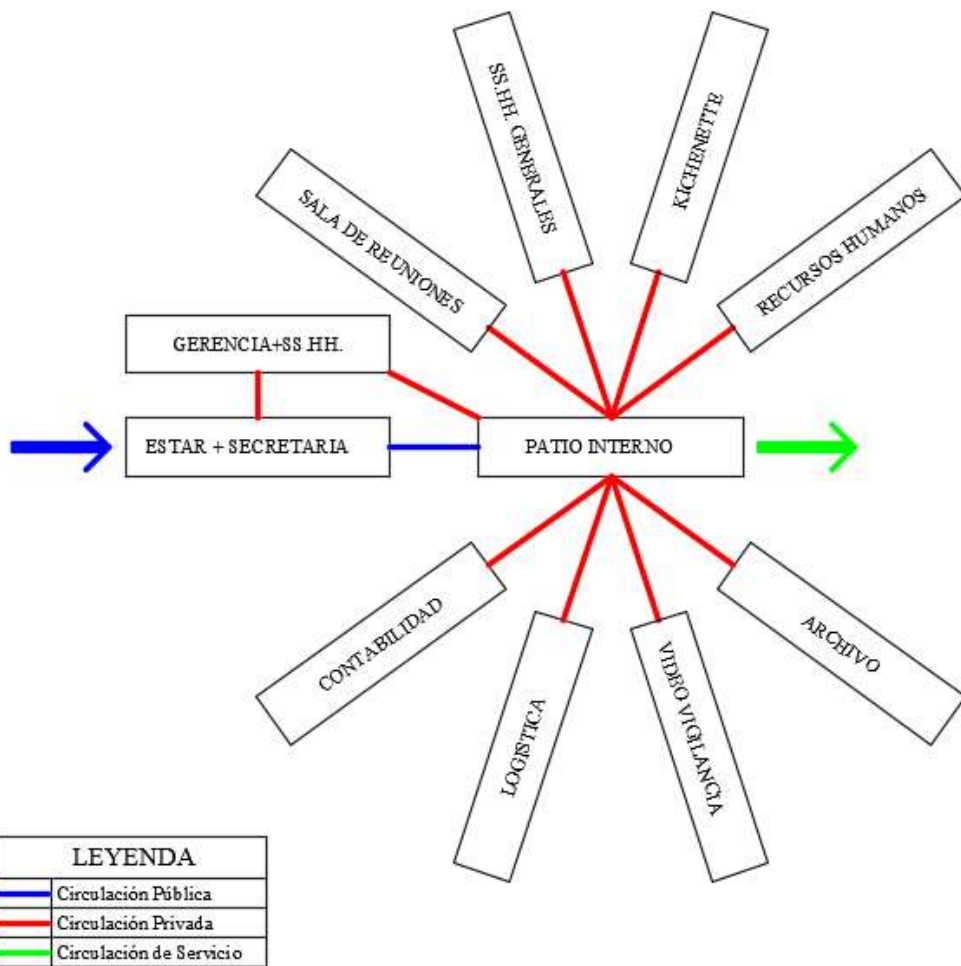


Diagrama de interrelación y Flujograma de circulación del área administrativa del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

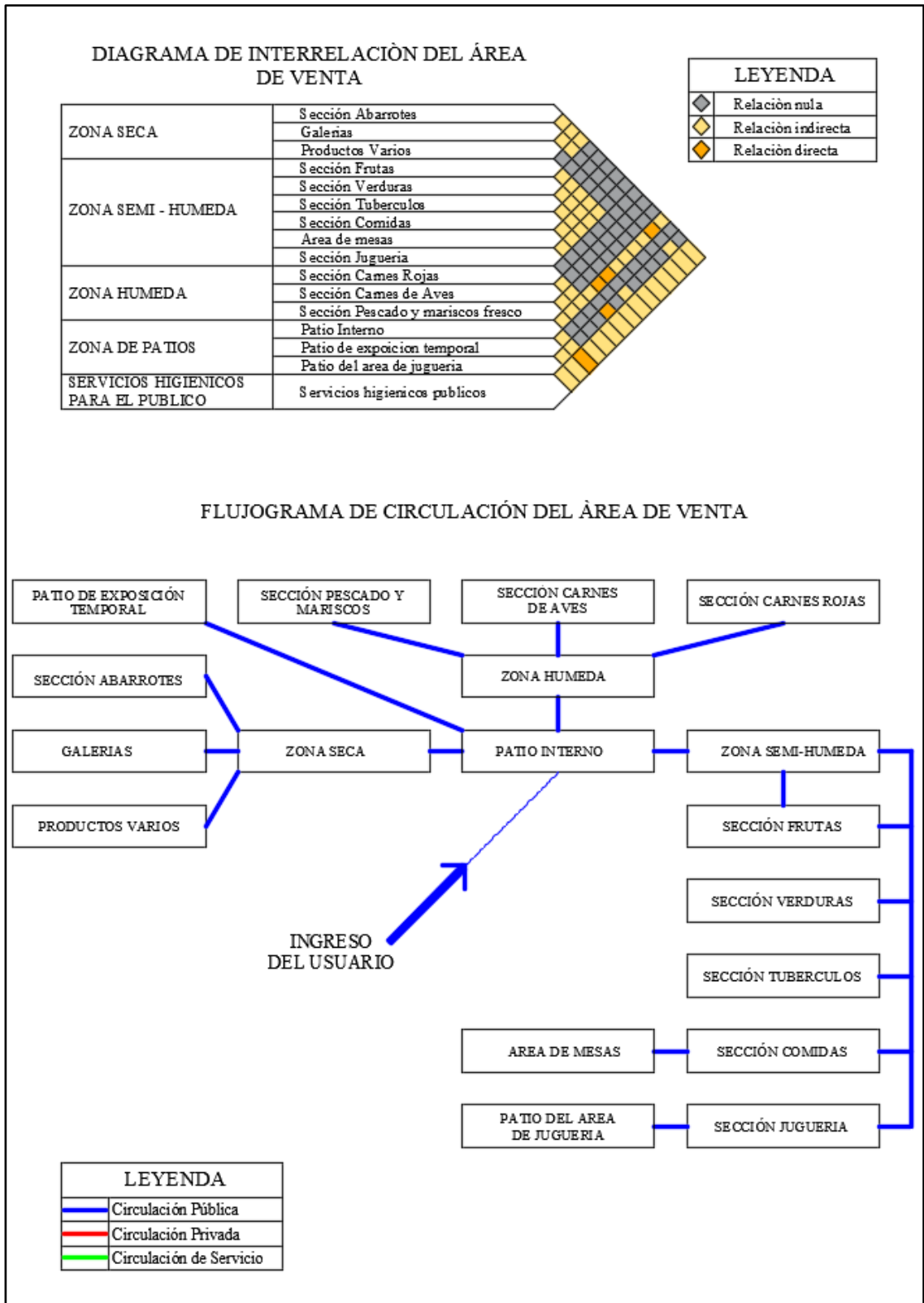


Diagrama de interrelación y Flujograma de circulación del área de venta del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

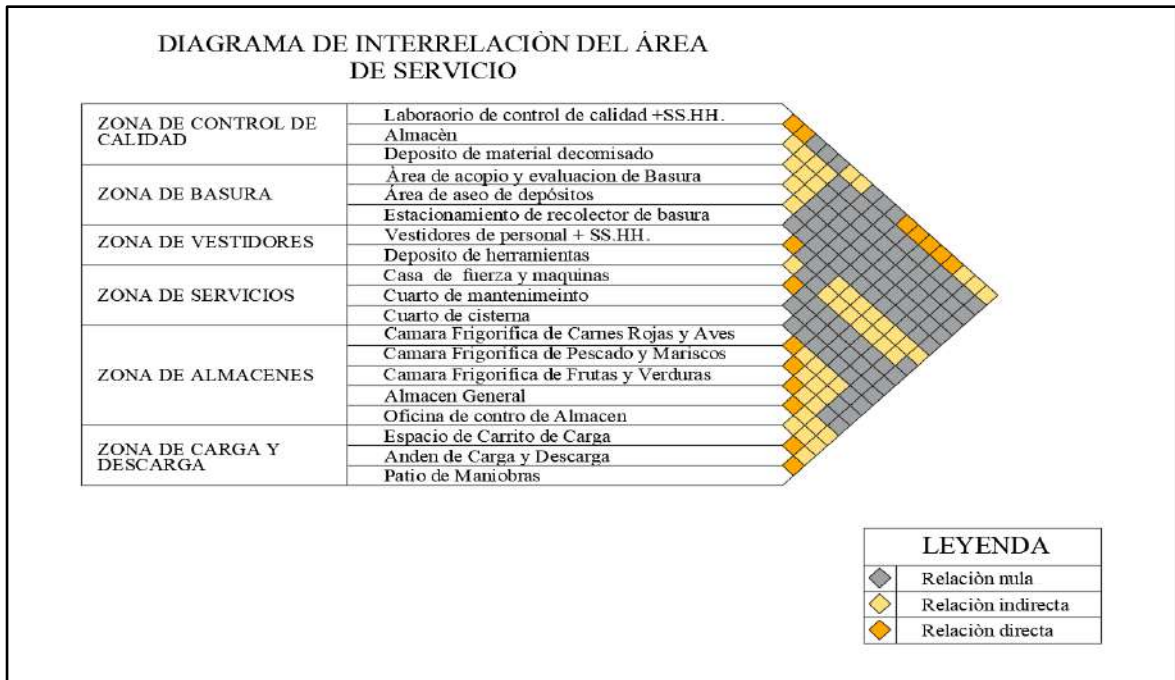
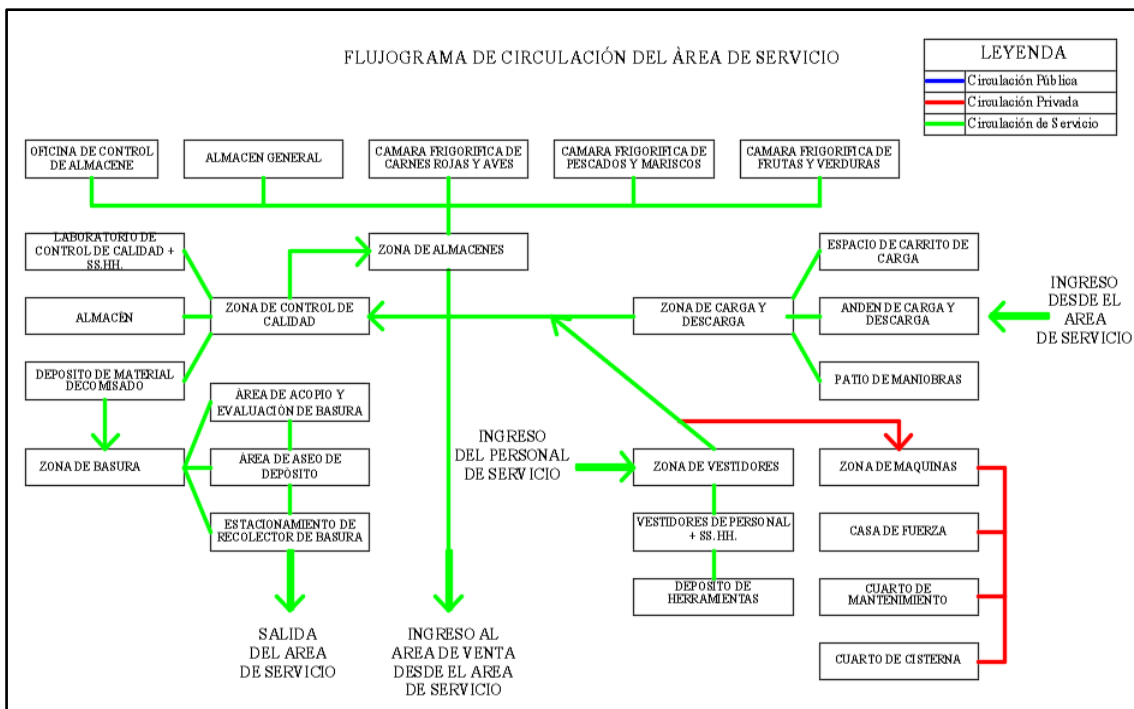


Diagrama de interrelación del área de servicio del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.



Flujograma de circulación del área de servicio del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

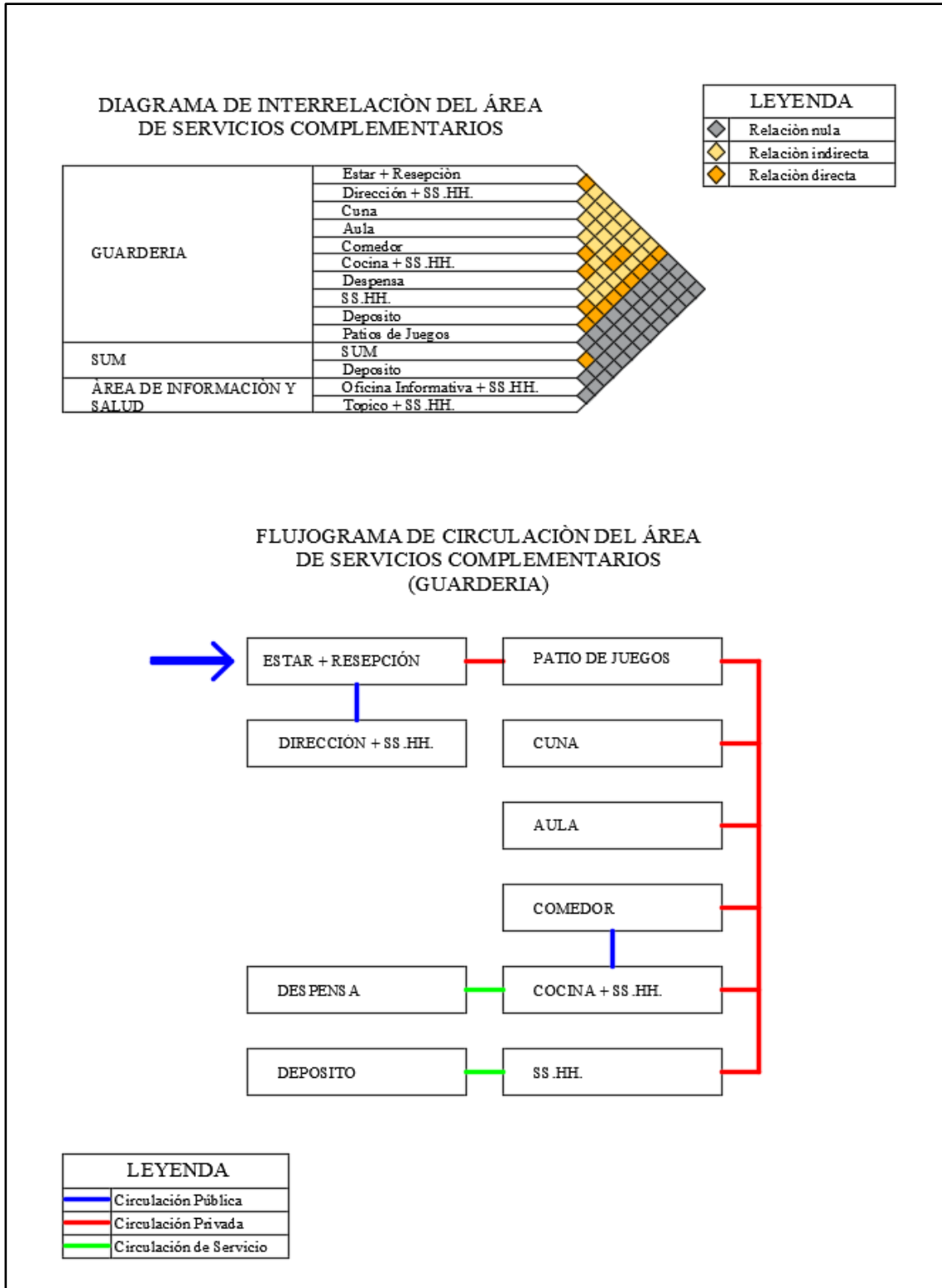


Diagrama de interrelación y Flujograma de circulación del área de servicios complementarios del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

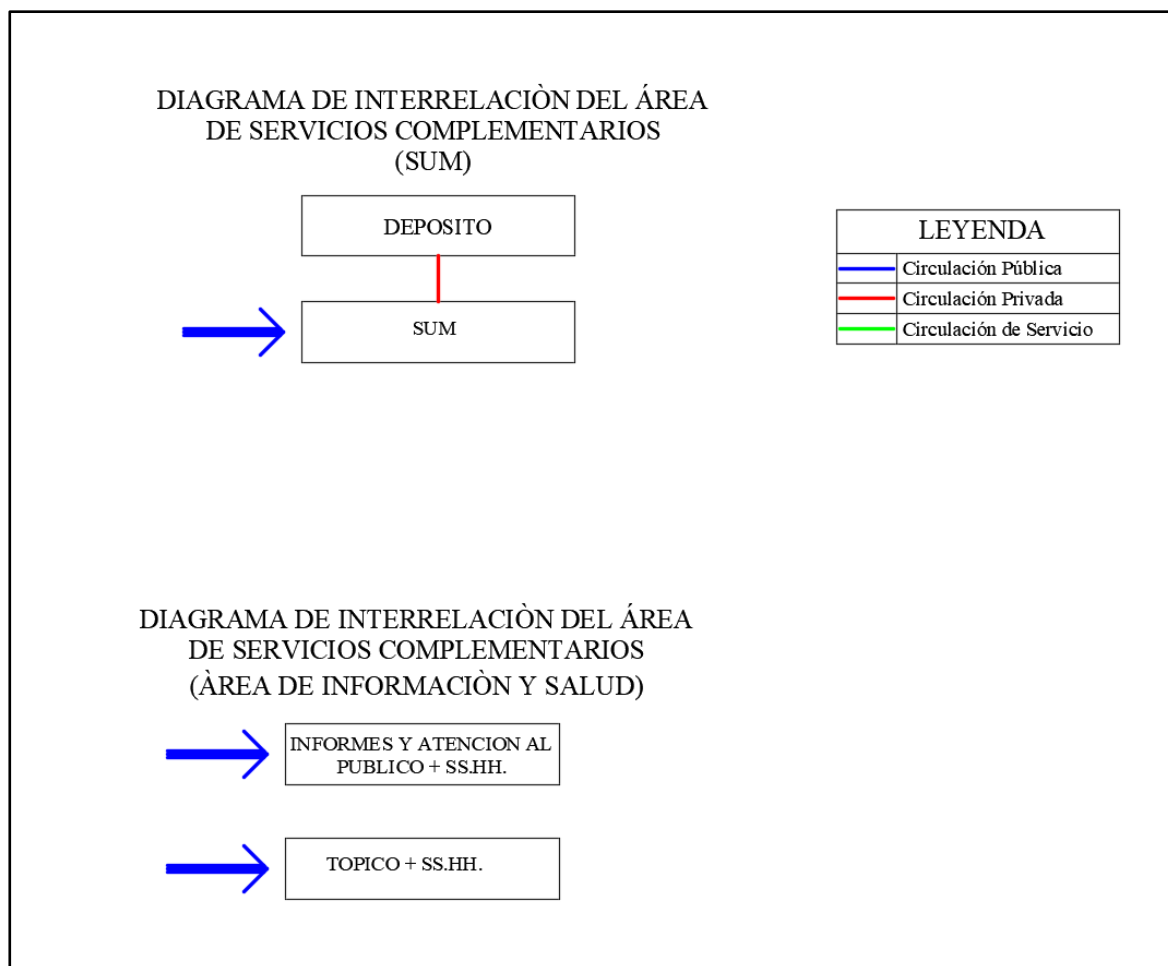


Diagrama de interrelación n del área de servicios complementarios (SUM, área de información y salud) del proyecto arquitectónico de un mercado minorista en la ciudad de Yurimaguas.

3. Materialidad de la Propuesta

En la parte constructiva se empleará los siguientes elementos constructivos, ya que con estos se puede obtener una solución con amplias posibilidades de diseño.

Elemento	Técnica constructiva
Cimientos	Concreto armado
Columnas	Concreto armado
Vigas	Concreto armado
Pisos	Concreto armado, acabados
Escaleras	Concreto armado, acabados
Mampostería	Concreto y otros
Techos	Aligerado, estructuras metálica y estructura de madera

4. Programación Arquitectónica

PROGRAMACION ARQUITECTONICA: MERCADO MINORISTA						
CLASIFICACION	ZONAS	AMBIENTES	CANT.	PARCIAL	SUB-TOTAL	
ADMINISTRACION	ZONA ADMINISTRATIVA	Estar + secretaria	1	49.10	381.27	
		Gerencia + SS.HH.	1	35.00		
		Contabilidad	1	27.69		
		Logística	1	26.95		
		Sala de Juntas	1	48.90		
		Video Vigilancia	1	26.22		
		Recursos Humanos	1	27.40		
		Archivo	1	27.69		
		SS.HH.	2	5.76		
		Cocineta	1	12.75		
		Patio Interno	1	93.83		
		Sección Abarrotes	99	879.12		
		AREA DE VENTAS	ZONA SECA	Galerías		24
Productos Varios	77			683.76		
Sección Frutas	42			294.00		
ZONA SEMI - HUMEDA	Sección Verduras		54	378.00	1595.10	
	Sección Tubérculos		42	294.00		
	Sección Comidas		33	396.00		
	Sección Juglería		30	233.10		
ZONA HUMEDA	Sección Carnes Rojas		39	253.50	1150.50	
	Sección Carnes de Aves		39	253.50		
AREA DE SERVICIOS	SERVICIOS HIGIENICOS PARA EL PUBLICO		Sección Pescado y mariscos fresco	99	643.50	297.52
			SERV. HIGIENICOS PÚBLICO (23V: 23L, 23I, 23U; 23M: 23L, 23I; 5 DISC.)	5	297.52	
	ZONA DE CONTROL DE CALIDAD		Laboratorio de control de calidad +SS.HH.	1	51.92	74.50
			Almacén	1	8.93	
		Depósito de material decomisado	1	13.65		
	ZONA DE BASURA	Área de acopio y evaluación de Basura	1	221.25	336.90	
		Área de aseo de depósitos	1	25.65		
	ZONA DE VESTIDORES	Estacionamiento de recolector de basura	1	90.00	148.45	
		Vestidores de personal + SS.HH.	1	98.25		
		Depósito de herramientas	1	50.20		
		Casa de fuerza y maquinas	1	50.21		
	ZONA DE SERVICIOS				150.19	

		Cuarto de mantenimiento	1	25.08	
		Cuarto de cisterna	1	74.90	
		Cámara Frigorífica de Carnes Rojas y Aves	1	23.80	
		Cámara Frigorífica de Pescado y Mariscos	1	43.13	
	ZONA DE ALMACENES	Cámara Frigorífica de Frutas y Verduras	1	23.80	3015.95
		Almacén General	1	2903.47	
		Oficina de control de Almacén	1	21.75	
	ZONA DE CARGA Y DESCARGA	Espacio de Carrito de Carga	1	51.01	
		Anden de Carga y Descarga	1	260.40	568.41
		Patio de Maniobras	1	257.00	
		Estacionamiento Público General	280	3500.00	
	ZONA DE ESTACIONAMIENTO	Estacionamiento de discapacitados	5	62.50	3912.50
		Estacionamiento Personal del Mercado	28	350.00	
		Estar + Recepción	1	52.10	
		Dirección + SS.HH.	1	24.93	
		Cuna	1	31.57	
		Aula	1	61.10	
	GUARDERIA	Comedor	1	63.65	570.55
		Cocina + SS.HH.	1	40.43	
		Almacén	1	8.40	
		SS.HH.	1	10.69	
		Deposito	1	3.10	
		Parque Interno	1	274.58	
		SUM	1	135.40	
	SUM	Deposito	1	13.25	148.65
	ZONA DE EXPOSICION TEMPORAL	Área de Exposición	1	1639.64	1639.64
	AREA DE INFORMACION Y SALUD	Oficina Informativa + SS.HH.	1	44.20	71.00
		Tópico + SS.HH.	1	26.80	
		SUB-TOTAL			16666.57
	AREA DE MUROS Y CIRCULACION	35% DEL AREA TECHADA	1	5259.43	5833.30
		TOTAL			22499.87

Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas

por Roy Cristian Chinchayhuara Pariona

Fecha de entrega: 25-jul-2024 09:56p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2422553818

Nombre del archivo: Tesis_Arquitectura_Roy_Chinchayhuara_y_Jos_Rodr_guez.docx (5.3M)

Total de palabras: 12580

Total de caracteres: 69124

Proyecto arquitectónico de un mercado minorista para el mejoramiento del servicio comercial en la ciudad de Yurimaguas

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
3	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	www.scribd.com Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Nacional de San Martín Trabajo del estudiante	1%