



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



**“CENTRO COMERCIAL ESPECIALIZADO DE ARTESANÍA
TEXTIL ANDINA EN LA CIUDAD DE JULIACA”**

TESIS

PRESENTADA POR:

EDDY LEONCIO LA TORRE PACHECO

GANDY LUIS FLORES LEON

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE:

ARQUITECTO

PUNO – PERÚ

2024



NOMBRE DEL TRABAJO

**CENTRO COMERCIAL ESPECIALIZADO D
E ARTESANÍA TEXTIL ANDINA EN LA CI
UDAD DE JULIACA**

AUTOR

**EDDY LEONCIO LA TORRE PACHECO GA
NDY LUIS FLORES LEON**

RECuento DE PALABRAS

34202 Words

RECuento DE CARACTERES

201145 Characters

RECuento DE PÁGINAS

205 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.2MB

FECHA DE ENTREGA

May 28, 2024 8:02 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 28, 2024 8:06 AM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)


Mg. Arq. José A. Llanos Condori
COORDINADOR DE SU DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN


Hugo Anselmo Clama Condori
ARQUITECTO
C.A.R. 10499

Resumen



DEDICATORIAS

Dedico esta investigación como culmen de mi vida universitaria a mis amados padres Raúl y Martha, por su apoyo incondicional y amor inmarcesible. Los cuáles fueron un pilar fundamental en el desarrollo integral como ser humano y de mi desarrollo académico profesional, cultivando valores trascendentes a lo largo de este proceso, a mi querido hermano William Paúl por su paciencia y apoyo, mis estimados abuelos Delfina y Leoncio por su apoyo invaluable en mi vida académica. A mi dama amada Mariam por ser fuente de inspiración y apoyo constante en desarrollo de mi investigación.

Eddy Leoncio La Torre Pacheco



DEDICATORIA

La presente investigación es dedicada a mi querida familia: Mi madre Ángela, mi padre Ildefonso (✝), mis hermanas Jheny y Bertha, mi hermano Humberto, a mi pareja de vida Griselda y a mi hijo amado Joshua. Quienes, con su amor, sus sabios consejos y apoyo incondicional sumaron durante toda mi formación profesional.

Gandy Luis Flores Leon



AGRADECIMIENTOS

Al Gran Demiurgo por darnos la oportunidad de seguir esta hermosa carrera profesional elegida y poder estar al servicio mediante la Arquitectura.

Expresar nuestro más sincero agradecimiento a nuestras familias que con paciencia y fortaleza nos apoyaron en el proceso de formación académica, a nuestros buenos docentes por la cátedra impartida en el proceso académico, a nuestros maestros por sus enseñanzas invaluable en el desarrollo integral como seres humanos.

A nuestra primera casa de estudios la Universidad Nacional del Altiplano, a nuestra querida Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo, por la formación académica que nos brindada.

Agradecer a nuestro asesor de Tesis Dr. Sc. Arq. Hugo Anselmo Ccama Condori, por su orientación, calidad humana y apoyo constante en el desarrollo de la nuestra investigación que fueron importantes para poder lograr concretar este objetivo.

Agradecer también a nuestro presidente Dr. Sc. Arq. Sergio Javier Casapia Ochoa, por sus aportes y sugerencias para el desarrollo de la investigación, al M. Sc. Arq. Juan Hernando Emilio Linares Aparicio, por su orientación y apoyo en el desarrollo de esta investigación y a la M. Sc Elsa Rosario Arcos Salazar por su apoyo entusiasmo vital para que pueda concretarse la presente investigación.

Agradecer por último a todas las personas que nos motivaron, apoyaron e incentivaron en este proceso que han sido parte esencial para el desarrollo de nuestra investigación.

Eddy Leoncio La Torre Pacheco
Gandy Luis Flores Leon



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIAS	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS	
RESUMEN	20
ABSTRACT.....	21
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	23
1.1.1. Problema general.....	26
1.1.2. Problemas específicos	26
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
1.3. OBJETIVOS.....	28
1.3.1. Objetivo general	28
1.3.2. Objetivos específicos	28
1.4. HIPÓTESIS	29
1.4.1. Hipótesis general.....	29
1.4.2. Hipótesis específicas	29
CAPÍTULO II	
REVISION DE LITERATURA	
2.1. MARCO REFERENCIAL	30



2.1.1. Antecedentes internacionales.....	30
2.1.2. Antecedentes nacionales.	37
2.2. MARCO TEÓRICO	53
2.2.1. Centro.....	53
2.2.2. Centro especializado	59
2.2.3. Arquitectura.....	59
2.2.4. Textilería	60
2.2.5. Artesanía Textil.....	61
2.2.6. Sobre el nuevo concepto de artesanía manual.....	61
2.2.7. Producción Artesanal en América Latina	62
2.2.8. La Artesanía en el Perú	63
2.2.9. Textilería andina.....	65
2.2.10. Identidad cultural	66
2.2.11. Artesanía textil e identidad cultural	66
2.2.12. Arquitectura e identidad cultural.....	67
2.2.13. Arquitectura y comercio.....	69
2.2.14. Arquitectura y Cultura.....	70
2.3. MARCO CONCEPTUAL	70
2.3.1. Qhatu	70
2.3.2. Centro.....	71
2.3.3. Identidad Cultural.....	72
2.3.4. Artesanía Textil.....	74
2.3.5. Textiles Andinos	74
2.3.6. Artesanía	75
2.3.7. Artesano	75



2.3.8. Textilería	75
2.3.9. Textil 76	
2.3.10. Artesanía en textilera.....	77
2.3.11. Diseño Textil	77
2.3.12. Diseño textil Artesanal	77
2.4. MARCO NORMATIVO	78
2.4.1. La Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible	78
2.4.2. Reglamento Nacional de Edificaciones	79
2.4.3. SISNE Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo	94
2.5. MARCO REAL: FASE DIAGNÓSTICA.....	95
2.5.1. Análisis de contexto	95
2.5.1.1. Ubicación geográfica	96
2.5.1.2. Ubicación	96
2.5.1.3. Altitud	97
2.5.1.4. Clima	97
2.5.1.5. Geología	98
2.5.1.6. Geomorfología	99
2.5.1.7. Biodiversidad	100
2.5.1.8. Área	101
2.5.2. Predominio demográfico y económico de Juliaca	101
2.5.2.1. El crecimiento demográfico de Juliaca	101
2.5.2.2. Condiciones de empleo de Juliaca	103
2.5.2.3. Comercio y la manufactura - soporte económico de Juliaca....	105
2.5.2.4. La economía informal y su expresión en el espacio urbano	111
2.5.3. Accesibilidad y vías	113



2.5.3.1. Estructuración del sistema vial.....	113
2.5.4. Infraestructura existente	119

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	121
3.1.1. Tipo de investigación	121
3.1.2. Nivel de Investigación.....	121
3.1.3. Diseño de la Investigación	123
3.1.4. Ámbito y Tiempo Social de la Investigación	123
3.1.5. Población.....	124
3.1.6. Muestra	125
3.1.7. Unidad de Análisis	126
3.2. RECOLECCIÓN DE DATOS	127
3.2.1. Técnicas de Recolección de los Datos	127
3.2.2. Instrumentos para la recolección de los Datos	131
3.3. PROCESAMIENTO, PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E	
INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	133
3.3.1. Procesamiento de Datos	133
3.3.2. Presentación de resultados	134
3.3.3. Análisis e interpretación de Datos.....	136
3.3.4. Procedimiento de la Investigación	138
3.3.5. Matriz de consistencia.....	138

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ESTUDIOS PRELIMINARES	141
---	------------



4.1.1.	Análisis de las necesidades y requerimientos de la población	141
4.1.1.1.	Análisis de las necesidades	141
4.1.1.2.	Análisis de los requerimientos	142
4.2.	RESULTADOS RESPECTO AL PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN	145
4.2.1.	Criterios de diseño.....	146
4.2.2.	Premisas de diseño formal	146
4.2.3.	Síntesis de Diseño	148
4.2.3.1.	Concepto arquitectónico.....	148
4.2.3.2.	Proceso de forma.....	150
4.2.3.3.	Principios ordenadores	153
4.2.3.4.	Asoleamiento e iluminación.....	155
4.2.3.5.	Materiales	156
4.3.	RESULTADOS RESPECTO AL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	157
4.3.1.	Análisis de la información (encuesta).....	157
4.3.2.	Premisas de diseño funcional	162
4.3.3.	Programación arquitectónica.....	163
4.3.3.1.	Cálculo del área usuaria de la propuesta	163
4.3.4.	Estructura Jerárquica del Sistema Arquitectónico	168
4.3.4.1.	Organigrama general	168
4.3.4.2.	Diagrama de relaciones	170
4.3.4.3.	Diagrama de zonificación	172
4.3.4.4.	Matrices, diagramas de circulaciones y flujos	173



4.4.	RESULTADOS RESPECTO AL TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN	176
4.4.1.	Premisas de diseño de espacios sociales y/o ambientales	176
4.5.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	177
4.5.1.	Respecto al objetivo específico 01	177
4.5.2.	Respecto al objetivo específico 02	178
4.5.3.	Respecto al objetivo específico 03	178
4.6.	DATOS Y CONSIDERACIONES BÁSICAS PARA LA PROPUESTA ..	178
4.6.1.	Ubicación	178
4.6.2.	Determinación del lugar de estudio.....	179
4.6.3.	Linderos y medidas perimétricas	181
4.6.4.	Área y perímetro	181
4.6.5.	Acceso vehicular y peatonal.....	181
4.6.6.	Servicios básicos	182
4.7.	PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA	183
4.7.1.	Plano de ubicación	183
4.7.2.	Propuesta en dos dimensiones.....	184
4.7.3.	Propuesta en tres dimensiones	184
4.7.4.	Vistas del proyecto de investigación.....	186
V.	CONCLUSIONES.....	190
VI.	RECOMENDACIONES	191
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	192
ANEXOS.....		195

Tema: Infraestructura comercial

Área: Diseño Arquitectónico

Línea de investigación: Proyecto de Intervención Urbana

Fecha de sustentación: 31 de mayo del 2024



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tipologías de Centros según áreas.....	56
Tabla 2. Metas de trabajo y crecimiento económico	78
Tabla 3. Metas en industria, innovación e infraestructura	79
Tabla 4. Tipos de habilitaciones	80
Tabla 5. Resumen de Zonificación	81
Tabla 6. Condiciones de habitabilidad y funcionalidad.....	82
Tabla 7. Determinación de aforo	85
Tabla 8. Dotación de servicios sanitarios (Centro Comercial)	85
Tabla 9. Número de estacionamientos según área techada.....	89
Tabla 10. Pendientes máximas.....	90
Tabla 11. Cerramientos resistentes al fuego	91
Tabla 12. Tiempo de resistencia al fuego mínima para los elementos estructurales pórticos muros arcos losas.....	91
Tabla 13. Señalización, extintores portables, sistemas de rociadores, etc para CC.....	92
Tabla 14. Indicadores climatológicos	97
Tabla 15. Otras características climatológicas.....	98
Tabla 16. Proyecciones de población de la provincia de San Román	102
Tabla 17. Tasas de crecimiento de la población por periodos intercensales	103
Tabla 18. Población económicamente activa.....	104
Tabla 19. Actividad turística.....	110
Tabla 20. Ubicación del comercio informal ambulatorio	112
Tabla 21. Numero de comerciantes dedicados al comercio ambulatorio	113
Tabla 22. Componentes actuales del Centro Comercial N° 02.....	120



Tabla 23. Cuadro de puntuación Z al nivel de confianza	126
Tabla 24. Cuadro de Matriz de Consistencia	139
Tabla 25. Operacionalización de Variables	140
Tabla 26. Cuadro de población usuaria de comerciantes artesanales textiles.....	163
Tabla 27. Programación cualitativa y cuantitativa zona de servicios	165
Tabla 28. Programación cualitativa y cuantitativa zona de comercial.....	166
Tabla 29. Programación cualitativa y cuantitativa zona administrativa	166
Tabla 30. Programación cualitativa y cuantitativa zona recreativa	167
Tabla 31. Programación cualitativa y cuantitativa zona difusión cultural.....	168



ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Planta de distribución	31
Figura 2. Organización espacial	31
Figura 3. Expresión formal	32
Figura 4. Vista de expresión formal	32
Figura 5. Distribución de anteproyecto estudiado	34
Figura 6. Volumetría de Centro Santiago	35
Figura 7. Distribución de Centro Santiago	36
Figura 8. Forma de Centro de Santiago	36
Figura 9. Tipologías de desarrollo	39
Figura 10. Organización espacial y funcional	40
Figura 11. Organización funcional	43
Figura 12. Expresión formal	44
Figura 13. Planta de distribución	46
Figura 14. Organización espacial	47
Figura 15. Expresión formal	48
Figura 16. Vista de expresión formal	48
Figura 17. Planta de distribución	50
Figura 18. Organización espacial	51
Figura 19. Expresión formal	52
Figura 20. Representatividad de la agenda 2030	78
Figura 21. Organización de Centros Comerciales	81
Figura 22. Dimensiones mínimas del ancho de los pasajes	83
Figura 23. Tipos de escaleras para CC	83



Figura 24. Escaleras Abiertas	84
Figura 25. Cercos para CC.....	86
Figura 26. Altura mínima de CC	86
Figura 27. Ancho mínimo de Centros Comerciales.....	87
Figura 28. Ancho de pasajes de circulación	87
Figura 29. Dimensiones mínimas de locales comerciales	87
Figura 30. Radios para patio de maniobras	88
Figura 31. Figura de evacuación en locales comerciales.....	92
Figura 32. Número de salidas menor igual a 500	93
Figura 33. Número de salidas mayor a 500 personas	93
Figura 34. Número de salidas mayor a 1000 personas	93
Figura 35. Separaciones para Contra fuegos no más de 3 niveles.....	94
Figura 36. Separaciones para Contra fuegos no más de 4 niveles.....	94
Figura 37. Localización de la propuesta	96
Figura 38. Ubicación geográfica.....	96
Figura 39. Área del emplazamiento.....	101
Figura 40. Vías regionales de la ciudad de Juliaca.....	114
Figura 41. Vías provinciales de la ciudad de Juliaca.....	115
Figura 42. Vías principales de la ciudad de Juliaca.....	116
Figura 43. Vías locales de la ciudad de Juliaca	118
Figura 44. Vías paisajistas mayor de la ciudad de Juliaca.....	119
Figura 45. Procedimiento de la Investigación	138
Figura 46. ¿Qué tipo de equipamiento comercial consideraría óptimo para el área en donde actualmente está el CC N°02?	142



Figura 47. Si se realizara un centro comercial especializado de artesanía textil andina en el área de referencia ¿Qué espacios considerarías para las necesidades de dicha infraestructura?	143
Figura 48. ¿Qué tipología de diseño en arquitectura considerarías adecuado y sobre todo representativa para el centro comercial especializado de artesanía textil andina?	144
Figura 49. ¿Cómo crees que el proyecto de centro comercial especializado de artesanía textil andina contribuirá al desarrollo económico y social en la ciudad de Juliaca?	145
Figura 50. Hilado con Pushka.....	148
Figura 51. Ovillos después de hilado.....	149
Figura 52. Ovillos de lana.....	149
Figura 53. Textil artesanal de la ciudad de Juliaca.....	149
Figura 54. Ejes preponderantes de la zona de investigación	150
Figura 55. Abstracción de concepto 2D	152
Figura 56. Abstracción de concepto 3D	153
Figura 57. Representación de elementos centralizados	154
Figura 58. Representatividad de elementos radiales.....	154
Figura 59. Representatividad de elementos agrupados.....	155
Figura 60. Representatividad la trayectoria solar en la propuesta	156
Figura 61. ¿Qué nivel de operación realiza?	157
Figura 62. ¿Cuántas horas del día atiende en su negocio?	158
Figura 63. ¿Qué deficiencia encuentra en su negocio?.....	159
Figura 64. ¿Qué funciones cumple su negocio?	159
Figura 65. ¿Cuentan con servicios de seguridad en su establecimiento?	160



Figura 66. ¿Cuenta con servicios de higiene?	160
Figura 67. ¿Aprueba la construcción de una nueva infraestructura comercial de artesanía textil andina?	161
Figura 68. ¿Qué tipo de infraestructura comercial prefiere?	162
Figura 69. Gráfica para formar ecuación para cálculo de población usuaria	164
Figura 70. Cálculo de población usuaria	164
Figura 71. Organigrama general de espacios.....	169
Figura 72. Diagrama de relaciones – sótano.....	170
Figura 73. Diagrama de relaciones - 1er nivel.....	170
Figura 74. Diagrama de relaciones - 2do nivel.....	171
Figura 75. Diagrama de relaciones - 3er nivel.....	171
Figura 76. Diagrama de relaciones - 4to nivel.....	172
Figura 77. Diagrama de zonificación.....	172
Figura 78. Matriz de relaciones - sótano	173
Figura 79. Matriz de relaciones - 1er nivel.....	173
Figura 80. Matriz de relaciones - 2do nivel	174
Figura 81. Matriz de relaciones - 3er nivel.....	174
Figura 82. Matriz de relaciones - 4to nivel.....	174
Figura 83. Diagrama de circulación.....	175
Figura 84. Jardineras internas que en cierto grado controlan la humedad.....	176
Figura 85. Ubicación de la zona a investigar.....	178
Figura 86. Zonificación de Uso de Suelos.....	179
Figura 87. Determinación del lugar de estudio.....	180
Figura 88. Acceso vehicular hacia la propuesta	181
Figura 89. Accesos peatonales hacia la propuesta.....	182



Figura 90. Ubicación de la propuesta	183
Figura 91. Propuesta en planta.....	184
Figura 92. Elevación frontal por el Jr. Mariano Nuñez	184
Figura 93. Elevación lateral 01 por el Jr. 2 de Mayo.....	185
Figura 94. Elevación lateral 02 por el Jr. San Román	185
Figura 95. Elevación posterior por el Jr. Huaynacapac	185
Figura 96. Propuesta en tres dimensiones.....	185
Figura 97. Ingreso principal al c. c. especializado de artesanía textil andina.....	186
Figura 98. Ingresos secundarios al centro comercial especializado de artesanía textil andina.	186
Figura 99. Ingresos secundarios al centro comercial especializado de artesanía textil andina.	186
Figura 100. Zona de estacionamiento de la propuesta.....	187
Figura 101. Vista frontal desde Jr. Mariano Núñez.....	187
Figura 102. Vista lateral desde Jr. Dos de Mayo.....	187
Figura 103. Vista posterior desde Jr. San Román.....	188
Figura 104. Vista lateral desde Jr. Huaynacapac	188
Figura 105. Vista volumétrica del 1er nivel	188
Figura 106. Vista volumétrica del 2do nivel	189
Figura 107. Vista volumétrica del 3er nivel	189
Figura 108. Vista volumétrica del 4to nivel	189



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RNE:	Reglamento Nacional de Edificaciones
SISNE:	Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo
PDU:	Plan de Desarrollo Urbano
NTP:	Nivel de Piso Terminado
NFPA:	National Fire Protection Association (Asociación Nacional de Protección contra el Fuego)
SENAMI:	Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú
HAS:	Hectáreas
INEI:	Instituto Nacional de Estadística e Informática
PEA:	Población económicamente activa
SUNAT:	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria
OMS:	Organización Mundial de la Salud



RESUMEN

El problema que aborda la presente investigación se enmarca dentro de un contexto donde se produce tejido artesanal, en el caso de la ciudad de Juliaca de toda la actividad artesanal producida el 56% corresponde a la actividad de tejidos de punto a mano y a máquina, elaborada por artesanos, teniendo el producto terminado no se cuenta con un espacio adecuado, acorde a los modelos de confort y eficacia adecuados para su comercialización generando un desorden en la ciudad de Juliaca, esta actividad inherente e importante a nuestra identidad no tiene mayor relevancia, además de no contar con núcleos de atracción y articuladores de ejes comerciales y culturales dentro de la ciudad. El objetivo principal será desarrollar una propuesta urbano arquitectónica denominada “Centro Comercial Especializado de Artesanía Textil Andina en la ciudad de Juliaca”, teniendo en cuenta requerimientos físico espaciales, funcionales y formales necesarios para la comercialización textil andina este Centro Comercial se desarrolla en un área de 4 325.13 m² (ubicación actual del Centro Comercial N° 02). Se utilizará la metodología hipotética - deductiva, bajo un enfoque de carácter cualitativo y cuantitativo, a partir del análisis, formulación y conceptualización del problema que nos permita conocer sus características y relaciones, dándonos una síntesis teórica que nos permita formular un modelo teórico, que podamos sistematizar. Mejorando la calidad de vida de los pobladores y expendedores de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca además el ordenamiento del comercio, la identidad cultural y un eje articulador urbano, que sirva para establecer un modelo para futuras investigaciones relacionadas a las mismas necesidades para una ciudad.

Palabras Clave: Centro comercial especializado, Identidad cultural, Artesanía textil



ABSTRACT

The problem addressed by this research is framed within a context where artisanal fabric is produced, in the case of the city of Juliaca, of all the artisanal activity produced, 56% corresponds to the activity of hand and machine knitted fabrics, made by artisans, having the finished product there is no adequate space, according to the adequate models of comfort and efficiency for its commercialization, generating disorder in the city of Juliaca, this activity inherent and important to our identity has no major relevance, furthermore of not having attraction centers and articulators of commercial and cultural axes within the city. The main objective will be to develop an urban architectural proposal called "Specialized Andean Textile Crafts Shopping Center in the city of Juliaca", taking into account physical, functional and formal requirements necessary for Andean textile marketing. This Shopping Center is developed in an area of 4 325.13 m² (current location of Shopping Center No. 02). The hypothetical-deductive methodology will be used, under a qualitative and quantitative approach, based on the analysis, formulation and conceptualization of the problem that allows us to know its characteristics and relationships, giving us a theoretical synthesis that allows us to formulate a theoretical model, which we can systematize. Improving the quality of life of the residents and sellers of Andean textile crafts in the city of Juliaca, in addition to the organization of commerce, cultural identity and an urban articulating axis, which serves to establish a model for future research related to the same needs for a city.

Keywords: Specialized shopping center, Cultural identity, Textile crafts



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge por la observación de un problema existente su actividad económica principal que es el comercio de la Ciudad de Juliaca, dentro de esta actividad comercial se encuentra el comercio de artesanía textil siendo el 56% que corresponde a la actividad de tejidos de forma artesanal y a máquina, la cual es elaborada por artesanos en diferentes partes de la localidad, después de poder tener los productos terminados no se cuenta con un espacio adecuado, ni tampoco de una propuesta urbano arquitectónica de tal calidad (estándares de calidad de vida) y acorde a los modelos de eficacia necesarios a los que se desea proyectar para posteriormente poder comercializar dichos productos, englobados tanto en un comercio formal e informal generando un desorden a nivel de comercialización dentro de la ciudad, sumados a ello la falta de importancia de ponderar la identidad cultural propio del lugar, se da también la carencia de núcleos de atracción y articuladores de ejes comerciales y culturales dentro de la ciudad.

Por lo cual, el objetivo principal del proyecto de tesis será de desarrollar una propuesta urbano – arquitectónica de “Centro Comercial Especializado de Artesanía Textil Andina en la ciudad de Juliaca”, estando dentro de esta la determinación de requerimientos espaciales, funcionales y formales necesarios para la comercialización de esta actividad textil andina. Involucrados dentro de estos espacios de ocio y de encuentro social, lo cual no se desliga del objeto a tratar, localizado en la ciudad de Juliaca, en un área de 4325.13 m² (ubicación actual del Centro Comercial N° 02).

Se utilizará la metodología hipotética – deductiva, bajo un enfoque de carácter cualitativo y cuantitativo, por ende, a partir del análisis, formulación y conceptualización



del problema nos permita conocer sus características y relaciones, dándonos una síntesis teórica que nos permita formular un modelo teórico, generando un programa de necesidades arquitectónicas, a través de instrumentos técnicos y actos creativos de diseño, que podamos sistematizar en la propuesta arquitectónica. El proceso se consignará con la identificación del problema, para luego pasar con el diagnóstico de la investigación, para posteriormente dar pase al período de proyección y finalizar con la propuesta investigativa.

Los resultados esperados de diseño son generar espacios óptimos necesarios para el proceso de producción artesanal, para poder comercializar y difundir la producción de los artesanos, espacios óptimos de encuentro dentro de este centro comercial especializado, entre otros espacios que ayuden a poder desarrollar esta actividad de la mejor manera. Dando así un valor agregado al producto repercutiendo directamente en la economía de la población de artesanos de la Ciudad de la Juliaca. Así mismo diremos que se esperan resultados que mejoren la calidad de vida de los usuarios y expendedores de artesanías textiles, así como también el aporte en el ordenamiento del comercio especializado, apoderamiento de la identidad cultural, como también de establecer un modelo que sirva de base para futuras investigaciones relacionadas a las mismas necesidades para una ciudad.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente planteamiento estará inmerso en torno a la centralidad de la ciudad de Juliaca, para el objeto de estudio propuesto.

El rol comercial que cumple la ciudad de Juliaca en el contexto de la región Puno y la Macro región Sur, determina las características complejas del comercio, englobadas en un contexto de fricción urbana; estas se realizan en torno a la densificación sectorial



comercial no controlada, así pues, esta es reflejada con preponderancia en las infraestructuras comerciales céntricas, esta se manifiesta en la invasión de vías peatonales, estacionamientos, entre otros. La fricción urbana existente también por las vías adyacentes a las infraestructuras comerciales que por lo general son vías troncales a las vías principales de la ciudad; estas son caracterizadas por tener un flujo vehicular considerable, son desarrolladas con mayor furor en el corazón de la ciudad, así pues, en los jirones San Román, Dos De Mayo, Manuel Núñez, Huayna Cápac, Moquegua, Huáscar, San Martín presentan estas anomalías. La tipología que presentan las infraestructuras comerciales céntricas existentes está caracterizada principalmente por tener envolventes lineales y monótonas. Con respecto a la funcionalidad se da una tipología de comercio de carácter especializado por sectores.

La fricción urbana a la cual está inmerso el Comercio de la ciudad de Juliaca, se complementa con el impacto que tienen las infraestructuras comerciales en sus sectores, así pues, se denotan alrededor de cada radio de acción de cada centro comercial tributando por lo menos un 20 % de comercio informal para cada sector, además de tributar un tipo de comercio formal, cuya peculiaridad está enmarcada por el no control ni la gestión urbana adecuada.

Otro aspecto fundamental es el carácter de Juliaca en el ámbito cultural, expresada como comercial – artesanal, denotando que esta actividad engloba la estructura económica de la ciudad, que en la actualidad se tiene conocimiento que el 73.90% de artesanos se encuentran en la informalidad. Existen gremios artesanales de diferentes rubros en Juliaca (como tejidos de punto), cuyas características son: debilidad en su organización y su vida orgánica, se encuentran dispersos trabajando con marcado individualismo, lo que limita su participación en la comercialización, las finanzas, la capacitación, la participación en ferias nacionales e internacionales, entre otros. Lo que



confirma la gran presencia del componente étnico y cultural expresado en todos los aspectos de la vida de la población.

Si no se responden a estos problemas mencionados lo que ocurriría por una parte es una polución urbana no controlada, con más incidencia a los sectores de las infraestructuras comerciales, esto debido a la ineficiencia del transporte urbano en la actualidad, además que el comercio que tributa las infraestructuras comerciales generan una enorme cantidad de residuos sólidos, trayendo consigo el colapso del soporte físico vial (esto con relación al uso inadecuado de flujos de transporte por vías) y ambiental, por otra parte por la inadecuada gestión urbana (normatividades, entre otros), en la actualidad descuida las actividades de índole comercial esto ocasionará el colapso sistémico del comercio que claramente es ocasionado por la densificación del comercio formal e informal, contribuyendo también la inadecuada identidad cultural en términos urbanos (organización y vida orgánica de actividades artesanales), traerá consigo un colapso de las organizaciones artesanas por falta de competitividad, pues lo ideal sería asegurar su existencia y su rol en la economía familiar de Juliaca.

Así pues en términos generales las falencias del desarrollo de las actividades comerciales especializadas son expresados principalmente por informalidad comercial y las inadecuadas condiciones de seguridad, habitabilidad y confort de los centros comerciales existentes de la ciudad de Juliaca, por las inadecuadas atenciones que se le da a las áreas artesanas que es un patrón cultural preponderante en la ciudad de Juliaca, todos estos englobados a la fricción urbana existente son los impedimentos primordiales para lograr un comercio organizado, descongestionado y para lograr una alta calidad de vida de los usuarios del comercio y para potenciar el aspecto cultural de la ciudad.



Ateniéndose al contexto dado se formulan las siguientes interrogantes del problema tratado:

1.1.1. Problema general

- **PG:** ¿Qué características urbano - arquitectónicas debe tener el centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca?

1.1.2. Problemas específicos

- **PE1:** ¿Qué características físico-espaciales y formales se deben considerar para un centro comercial especializado en artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca?
- **PE2:** ¿Qué actividades y funciones se deben considerar para el centro comercial especializado en artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca?
- **PE3:** ¿Qué espacios sociales se deben considerar para un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca?

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La actividad artesanal en la Ciudad de Juliaca es una de las más importantes, dentro de este sector el 73.90% de artesanos son informales. Dentro de la actividad artesanal el 56% de esta es de tejido a punto mano y a máquina (Román, Plan Director de Juliaca, 2015). Sin embargo, no se cuenta con un espacio adecuado para poder vender productos de artesanía textil en esta Ciudad, es por ello que por ser debe contar con un espacio adecuado para poder expender este tipo de productos de artesanía textil andina.

El presente trabajo de investigación ayudará a solucionar el problema generado por la venta desordenada de los productos artesanales textiles elaborados por artesanos de diferentes partes de la zona por ello es necesario poder tener un centro donde se



agrupen los artesanos para la venta de sus productos de artesanía textil de una manera ordenada y limpia que ofrezca al producto las condiciones necesarias para poder venderlo. También debemos mencionar que el presente trabajo de investigación surge a través de una coordinación entre propietarios del actual centro comercial N° 02 y los tesisistas, en cuyo caso, los propietarios manifiestan la necesidad de la realización de un proyecto de investigación de nivel pregrado universitario, la cual consiste en el diseño arquitectónico de un centro comercial especializado de artesanía textil andina, en cuyo efecto es plasmada en un Acta de Reunión.

Es por ello necesario poder contar con un centro comercial especializado en venta de productos artesanales textiles de una manera ordenada, limpia y que esto pueda dar mayor valor al producto, generando así mejores recursos económicos para los que producen las artesanías textiles y en consecuencia para sus familias ya que en algunos casos representa la actividad económica de sostén de su hogar, “rescatar el valor que representan estos objetos dentro de la humanidad, es brindar un reconocimiento a las manos trabajadoras de muchos artesanos que dedican su vida a producir y su trabajo es único no solamente por sus características tangibles, sino también por aquellas intangibles que se relacionan directamente con su cultura” (Herrera, 2015), poder revalorar el trabajo de los artesanos que ayudan a la identidad cultural, ya que este oficio artesanal es una herencia histórica que viene desde nuestros antepasados, “su origen dentro de la historia de la humanidad no se conoce con exactitud, pero se afirma que todas las herramientas, piezas y utensilios encontrados desde la prehistoria corresponden ya a una artesanía pues todas ellas fueron hechas manualmente” (Álvarez, 2015), propiciando así que pueda conocerse a través de estos productos artesanales textiles parte de ella, éste centro comercial especializado será un punto de encuentro donde se contemple espacios de comercialización y reunión y se dé la promoción de nuestros productos artesanales de una



forma óptima, estos a su vez puedan ser adquiridos no solo por turistas nacionales e internacionales sino también por las personas de la Región, Nevé Herrera en su artículo, Artesanía: Organización social de su producción define a las artesanías como: “mercancías con identidad creadas por el hombre”, esto ayuda así a la promoción de nuestros productos e inherentemente de nuestra identidad cultural, estos espacios ayudaran a tener confort espacial para la venta de productos como también para los compradores, teniendo un centro con un adecuado equipamiento que responda a las necesidades propias de esta actividad.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

- Desarrollar el diseño arquitectónico del centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, cuyas características, urbano arquitectónicas respondan a las necesidades físico-espaciales, sociales y de producción de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca.

1.3.2. Objetivos específicos

- **OE1:** Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, considerando elementos arquitectónicos físico-espaciales y formales, que minimicen la fricción entre la actividad comercial, el consumidor, las vías y el entorno urbano circundante.
- **OE2:** Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando actividades y funciones vinculadas a la artesanía textil andina, que respondan a las necesidades del centro comercial especializado.



- **OE3:** Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando espacios sociales, que respondan a las necesidades recreativas, de ocio y de interrelación social.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis general.

- Las características urbano arquitectónicas del establecimiento comercial están relacionados a particularidades físico-espaciales y formales óptimas, actividades y funciones acordes al comercio especializado, espacios sociales idóneos y la conexión de esquemas tradicionales de comercialización con las nuevas tendencias modernas en la ciudad de Juliaca.

1.4.2. Hipótesis específicas

- **H1:** Las características físico-espaciales y formales se denotan por espacios óptimos, dinámicos, fluidos y con características formales de diseño acordes a nuestro tiempo y que genera una percepción sensorial adecuada que impulse la fluidez de esta actividad comercial.
- **H2:** Las actividades y funciones adecuadas se enmarcan por la exhibición y venta de artesanía textil andina propias de la localidad, revaloriza el tejido artesanal y a su vez la identidad cultural.
- **H3:** Los espacios sociales son considerados de tipo recreacional y de interacción social y ayude a mejorar las condiciones espaciales del centro comercial y por ende a la comercialización de los productos artesanales textiles.



CAPÍTULO II

REVISION DE LITERATURA

2.1. MARCO REFERENCIAL

2.1.1. Antecedentes internacionales.

Diseño arquitectónico de un centro de capacitación y formación integral de oficios técnicos - artesanales en el cantón célica de la provincia de Loja

Aspectos generales

País/Territorio	: Ecuador
Zona	: Provincia de Loja
Ciudad	: Célica
Actividad	: Capacitación y comercio
Año	: 2010
Área del Terreno	: 6605 m ²

Características

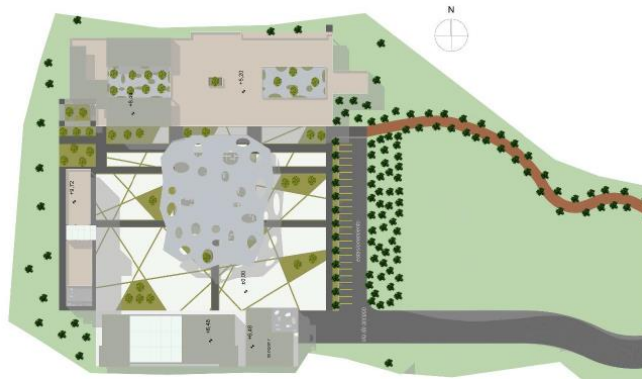
El desarrollo del Centro de Capacitación y Formación se desarrolla en un 40% de la extensión total del área, ésta se divide en cuatro zonas en la cuales se proporciona directamente a un espacio central donde se encuentra una plaza de forma concéntrica teniendo un patio central, generando visuales dentro del contexto natural donde se emplaza, logrando una composición y armonía con el entorno.

Se trata de generar una relación de ciudad con persona, parque con naturaleza y ciudad con edificio, generando así la forma arquitectónica, este

proyecto se emplaza en su desarrollo en la periferia de la ciudad, creando así un espacio intermedio que servirá de punto de conexión entre la urbe y la zona rural.

Figura 1.

Planta de distribución



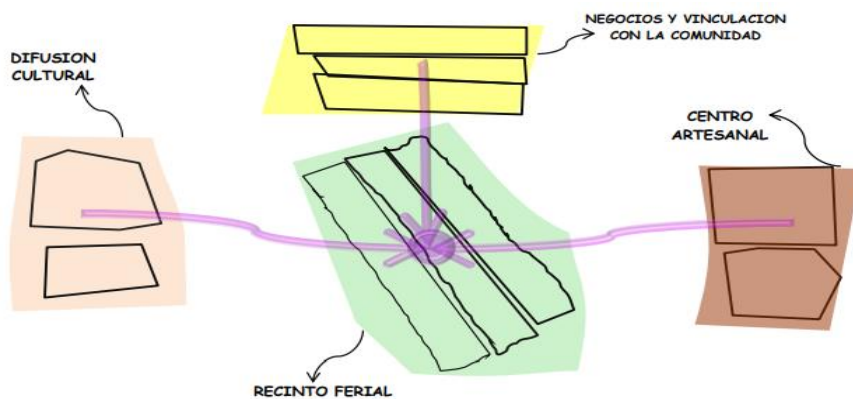
Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Organización espacial y funcional

- a) Bloque de Difusión Cultural-Biblioteca
- b) Bloque de Difusión Cultural-Auditorio
- c) Bloque de Negocios y Vinculación con la Comunidad
- d) Bloque del Centro Artesanal
- e) Bloque del Recinto Ferial

Figura 2.

Organización espacial



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Forma

La parte formal de los volúmenes se cuenta con terrazas, aprovechando así las visuales que se generan así apreciar el paisaje, también dentro del desarrollo formal se encuentra terrazas cubiertas fomentando así otras actividades relacionadas a la artesanía como la floristería, los cuales son espacios de recreación donde las personas puedan integrarse.

Figura 3.

Expresión formal



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Figura 4.

Vista de expresión formal



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017



La arquitectura orgánica se desarrolla esta propuesta a través de formas curvas, las cuales son determinadas por el entorno natural donde se emplaza, tratando de no invadir la naturaleza, más bien, generar una estrecha relación con el entorno natural, teniendo así más relación con el medio circundante.

Aportes

En el desarrollo de este proyecto se considera la mejora de las condiciones espaciales para el desarrollo de capacitación como también la formación para el oficio de Artesanía, dándole a los habitantes un oficio estable y contribuyendo al desarrollo de la Ciudad. Además de poder dinamizar la actividad del comercio y la revalorización del tejido artesanal, incluyendo los espacios de encuentro y/o recreación.

Dentro de la propuesta arquitectónica se plantea el desarrollo integrado de espacios de recreación pasiva, con la generación de una plaza central la cual dinamiza las actividades de comercio, exposición, actividades culturales, recreación entre otras.

Anteproyecto de regeneración arquitectónica del centro “Santiago Degualaceo” como potencializador de la artesanía, cultura y turismo del cantón

Aspectos generales

País	: Ecuador
Ciudad	: Gualaceo
Actividad	: Capacitación y comercio
Año	: 2010
Área del Terreno	: 1872,74m ²

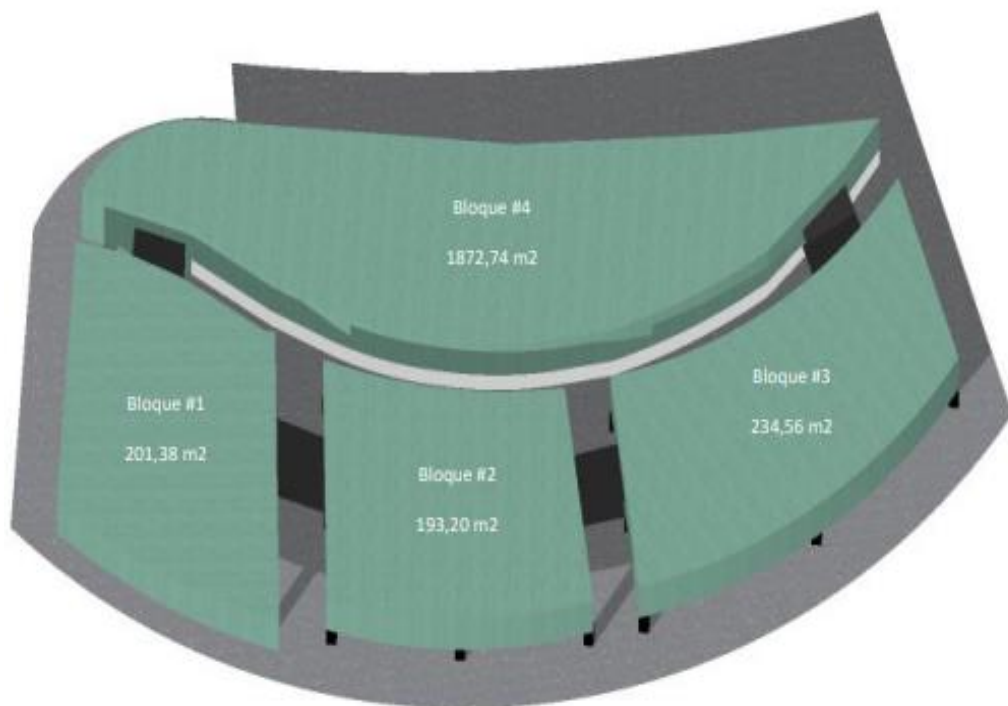
Características

Al tomar en consideración el análisis de sitio se rescatan elementos y/o factores que contribuyen para el proceso de la regeneración urbana en Gualaceo,, los cuales a pesar que son externos al proyecto que se desarrolla, se convierten en una parte fundamental, logrando así una integración que genera armonía lo cual invita a los usuarios de éste espacio a poder apropiarse del espacio destinado a la recreación, rescatando así los valores culturales e históricos, los cuales refuerzan la identidad de la ciudad de Gualaceo.

Este proyecto se desarrolla en un área de 1872,74m², fragmentándose en cuatro bloques de una superficie de 201,38m², 193,20m², 234,56m² y 553,62m², como se muestra a continuación.

Figura 5.

Distribución de anteproyecto estudiado



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

La propuesta se da en bloques independientes en los cuales se disponen espacios los cuales se conectan entre sí, y su disposición se distribuye de la siguiente manera:

En el primer nivel se tiene un espacio libre el cual se conecta urbana como se muestra en la figura, el cual hace posible la fluidez en esta conexión mencionada, también se encuentra un espacio pequeño construido donde se encuentra un área destinada a dar información, exposición y sala de espera. En el segundo nivel existen espacios destinados a puntos de venta, sala de espera, servicios higiénicos y una terraza. En el tercer nivel se destina un espacio para el patio de comidas, adicionalmente espacios para la venta y los mismos espacios que podemos encontrar en el segundo nivel.

Figura 6.

Volumetría de Centro Santiago



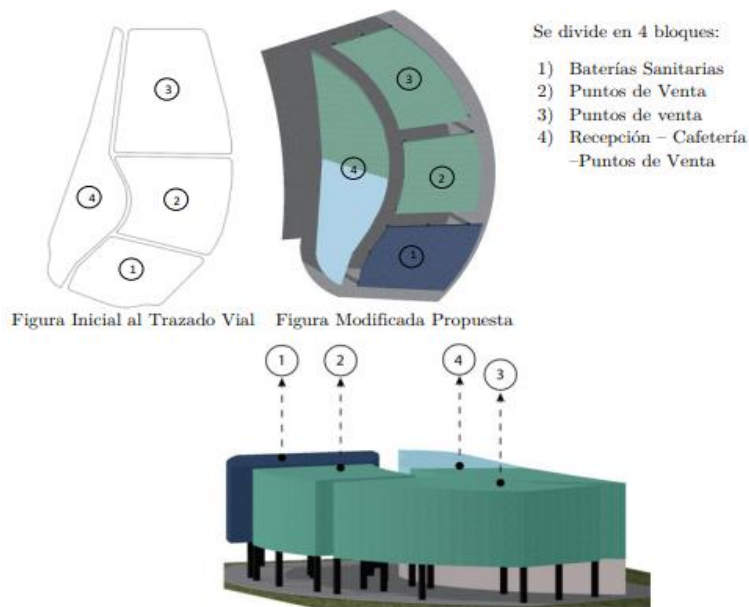
Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Organización espacial y funcional

La distribución de los espacios en los cuatro bloques se da de la siguiente manera:

Figura 7.

Distribución de Centro Santiago



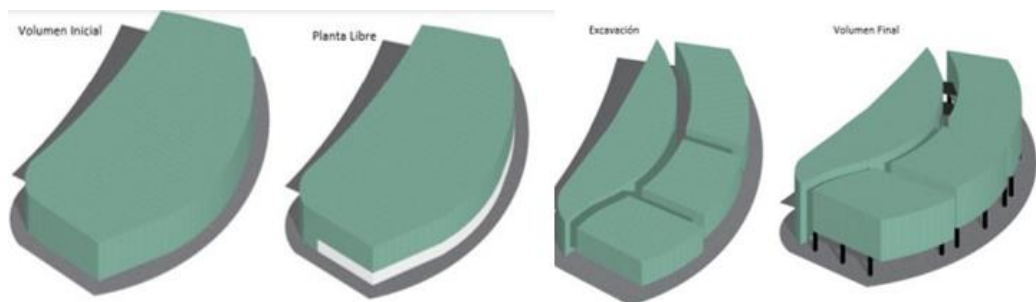
Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Forma

Se da por un bloque de forma rectangular en el cual, y para efectos de conexión con la parte urbana se hace una sustracción en el primer nivel, generando así un espacio libre, luego de ello en los niveles superiores se hace una fragmentación del volumen general, teniendo como resultado cuatro bloques donde se desarrollan diferentes espacios de ventas, servicios y patio de comidas.

Figura 8.

Forma de Centro de Santiago



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017



Justificación de selección de antecedente

Estas razones han permitido presentar una propuesta arquitectónica para la rehabilitación del Centro artesanal, que busca crear una conexión entre lo nuevo, lo cultural, lo natural y que se convierta en el principal destino turístico-artesanal en el cantón Gualaceo; es un equipamiento esencial debido al bien de los vecindarios de la zona en donde concurren viajeros nacionales e internacionales con el propósito de conocer la hermosura paisajística, los llamativos arqueológicos y de biodiversidad, además su historia y cultura plasmada en la artesanía Gualaceña.

Así mismo, esta propuesta pretende contribuir a que los artesanos incrementen sus ingresos económicos, así como a la generación de fuentes de trabajo y la promoción de los valores culturales del pueblo.

Sabiendo que uno de los componentes claves del turismo, economía y artesanías consiste en involucrar a los visitantes en el proceso de producción, con el fin de generar sensibilidad, conciencia y afecto por los productos, ya que son portadores de la cultura y de la historia local, lo que ocasiona la compra de los mismos, esta es otra de las razones para llevar adelante este proyecto.

En definitiva, el gran reto de este Centro es convertirlo en un lugar que reúna grandes ventajas culturales, económicas y turísticas para la ciudad, por lo que se aspira que se impulse la recuperación de este espacio público que es la clave para el desarrollo del cantón.

2.1.2. Antecedentes nacionales.

Identidad cultural en tipologías de desarrollo comercial



Aspectos generales

País	: Perú
Ciudad	: Lima
Actividad	: Comercio
Año	: 2017
Área del Terreno	: 33,996.55 m ²

Características

La Ciudad de Lima se encuentra en etapa de expansión urbana la que busca nuevos polos de desarrollo urbano, dentro de esta urbe el distrito de Lurín, en vista de este crecimiento también en la periferia sur de la Ciudad de Lima y en consecuencia el incremento de la población, se plantea equipamiento para satisfacer la demanda de bienes y servicios, considerando dentro de ellos el esparcimiento, la cultura, el ocio entre otros.

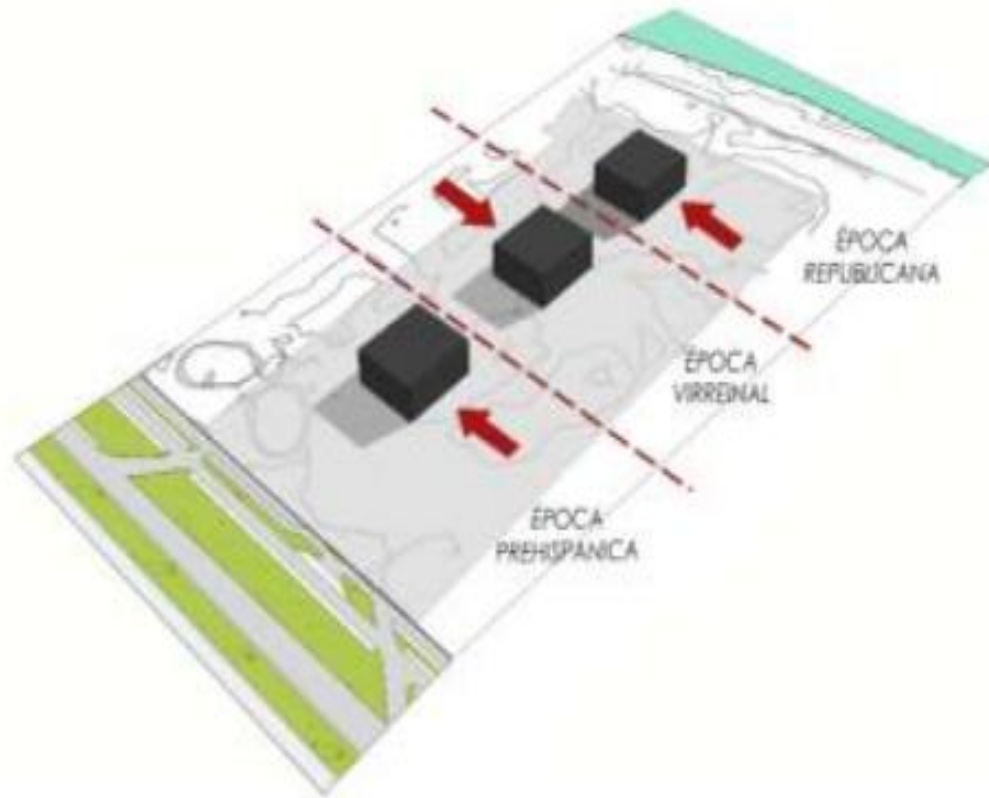
En la actualidad los centros comerciales son modelos de comercio incorporados en el país, los cuales no consideran la propia identidad cultural sobre el contexto donde han sido emplazados, esto debido a que llega con un formato o modelo ya establecido por una marca o inversionista generalmente extranjero, haciendo así que poco a poco las costumbres propias del lugar, el patrimonio cultural y su percepción por los en espacios de uso público y en los propios a un centro comercial no aporte a la identidad cultural.

Por ello se desarrolla el centro comercial en la urbanización San Pedro en el Distrito de Lurín, teniendo en cuenta estos requerimientos de la creciente demanda inmediata y futura, para que esta pueda sosegar las necesidades que se

generan y que actualmente no están siendo cubiertas por los centros comerciales existentes en el sector sur de Lima.

Figura 9.

Tipologías de desarrollo



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Organización espacial y funcional

En este proyecto se puede observar la disposición de un patio donde se expende comida el cual está centralizado, para este espacio podemos encontrar hasta tres entradas las cuales son de fácil acceso desde cualquier espacio del centro comercial así permitir el flujo continuo de los usuarios, como también las áreas que están destinadas al esparcimiento que son de uso público dentro de ellas las plazas hundidas, áreas de reunión, plazoletas de descanso, anfiteatro y los espacios culturales.

Figura 10.

Organización espacial y funcional



Nota: Magaly S. Bustamante, 2017

Forma

Un aspecto importante es el de poder causar en el usuario que recorre estos espacios un interés ordenado de poder recorrer el centro comercial y poder sorprenderlo con los diferentes espacios como también por los objetos arquitectónicos que se puedan encontrar en el recorrido, es por ello que se propone realizar un recorrido que tengas rasgos teniendo una posición de mayor importancia o más favorable a las tiendas ancla.

Por otro lado, se utiliza elementos arquitectónicos característicos de las épocas peruanas que estimulen al usuario a explorarlos como balcones, arquerías, columnas, elementos decorativos, etc. La rigidez que puedan causar las estructuras es disuelta por el uso de elementos dinámicos como pantallas, banners publicitarios, volúmenes e hitos arquitectónicos.



Centro de capacitación y difusión del arte textil en Cusco

“Brindarle a la ciudad de Cusco un Centro de Capacitación y Difusión dedicado al arte textil, un lugar donde se aprenda, se exhiba y se difundan las diversas técnicas y proceso de creación del arte textil andino a través de un espacio sensorial que genere un vínculo entre el usuario, la arquitectura y el entorno y, a su vez, que rescate los valores de la arquitectura tradicional del lugar y la arquitectura moderna” (De La Puente , 2017).

Por la inexistencia de centros de capacitación y difusión del Arte Textil Andino de la Ciudad de Cusco donde artesanos (tejedores) puedan capacitarse y a la vez los turistas nacionales como internacionales puedan encontrar un espacio para desarrollar estas actividades. Este es el problema al que se quiere dar solución creando espacios donde los artesanos (tejedores) de esta localidad puedan desarrollar sus técnicas textiles y a la vez los turistas puedan apreciar este proceso; los espacios destinados para las exposiciones serán flexibles, adaptables y permeables, es decir que puedan ajustarse a los cambios y necesidades que requieran para determinada actividad, se empleará materiales a los que se puedan dar un mantenimiento fácil en el aspecto de su limpieza, además este proyecto se encontrará en un entorno natural en el que se respeten los valores culturales de la zona; el proyecto se ubicará dentro del circuito turístico Valle Sagrado el cual tendrá fácil accesibilidad; el 30% serán de áreas libres las cuales servirán para actividades sociales; tendrá usuarios de capacitación, difusión, áreas complementarias, personal docente y de servicio; existirá en el proyecto un espacio público central que pueda distribuir las circulaciones al resto de los espacios.



Centro de capacitación y difusión del arte textil en Cusco

Aspectos generales:

País/Territorio	: Perú
Ciudad	: Cusco
Actividad	: Capacitación y difusión
Año	: 2017
Área del Terreno	: 8,250 m ²

Características

Este centro comercial tiene como enfoque principal el de rescatar los valores que nos deja el arte textil, como también por rescatar la arquitectura tradicional de su entorno insertando un lugar de fácil accesibilidad que pueda interactuar con la población local y los turistas.

La ciudad de Cusco es una de las regiones más preponderantes cuando nos referimos al desarrollo del arte textil, se elige como emplazamiento de este proyecto básicamente por la gran diversidad cultural que tiene. Teniendo una alta demanda productos hechos a mano como la falta de un equipamiento cultural, se propone la implementación de una infraestructura que pueda contribuir con el proceso de textiles artesanales además que esté en armonía con el entorno circundante a través de los espacios abiertos que conectan con el entorno.

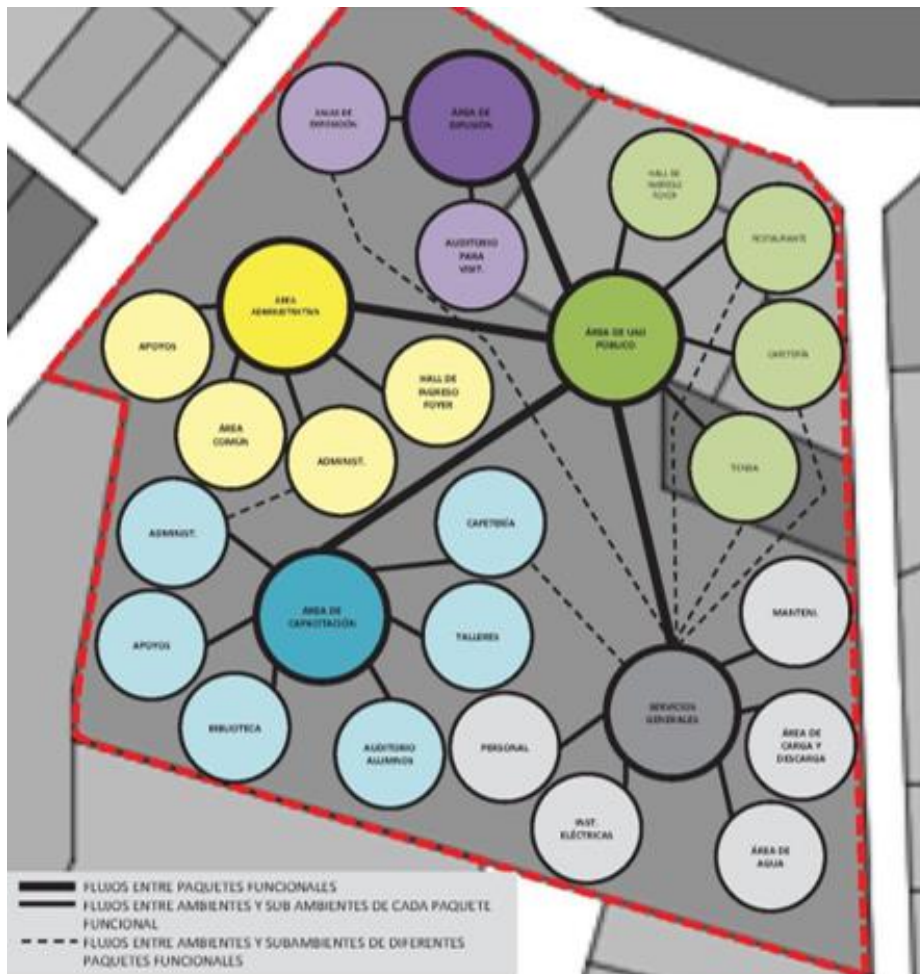
Organización espacial y funcional

a) Área administrativa

- b) Área de uso público
- c) Área de capacitación
- d) Área difusión
- e) Área de servicios generales

Figura 11.

Organización funcional



CUADRO RESUMEN DE PAQUETES	
PAQUETES FUNCIONALES	M2
Área de uso público	2451
Área administrativa	347
Área de difusión	3245
Área de capacitación	3839
Servicios generales	944
Estacionamientos	1751
SUBTOTAL	12577
Área libre	3412
TOTAL	15989

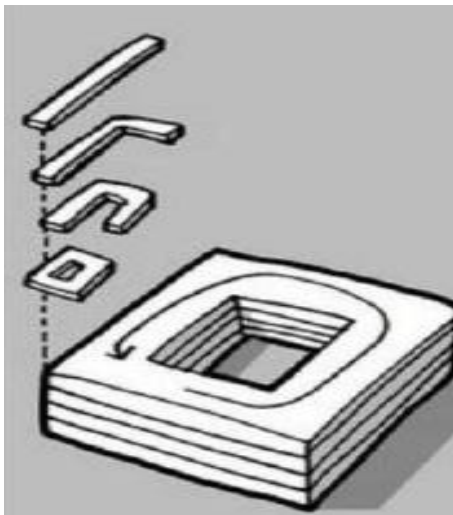
Nota: Camila de la Puente, 2017

Forma

El diseño propuesto para el proyecto busca adoptar una volumetría en forma de anillo, creando así un espacio central abierto que estará destinado a áreas verdes y recreativas. No obstante, se plantea la necesidad de introducir variaciones en las alturas y establecer separaciones entre los volúmenes arquitectónicos para dar dinamismo y fluidez al conjunto.

Figura 12.

Expresión formal



Nota: Camila de la Puente, 2017

Aportes

Este proyecto se caracteriza y se destaca por la armonía que guarda con el entorno, utilizando en su arquitectura materiales autóctonos y combinando elementos tradicionales con estructuras modernas para lograr una integración visual y estética. Además, se adapta a las condiciones climáticas locales al optar por la orientación del edificio aprovechando así también la luz natural. Respetando la escala urbana, limita la altura a dos niveles y distribuye los espacios de manera eficiente, ubicando los públicos en el centro para facilitar la conexión y el flujo.



Con múltiples accesos, se garantiza la accesibilidad y se minimizan las molestias para los vecinos, destacando su enfoque en la optimización del diseño espacial y la integración con el entorno natural y urbano.

Centro de formación textil en chincheros cusco

Aspectos generales:

País/Territorio	: Perú
Ciudad	: Chincheros - Cusco
Actividad	: Formación y capacitación
Año	: 2017
Área del Terreno	: 19,038.06 m ²

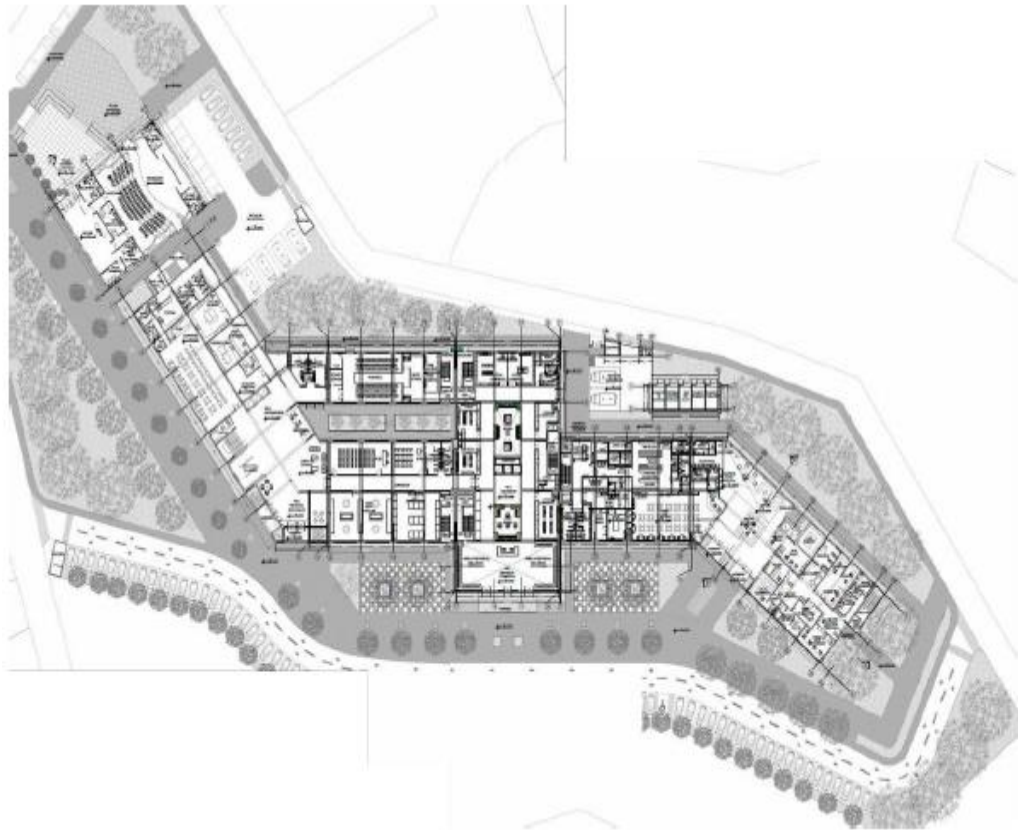
Características

El proyecto tiene como objetivo principal el desarrollo y la promoción del distrito de Chinchero en Cusco, con el fin de potenciar su importancia tanto en términos geoeconómicos como turísticos. En cuanto a las características arquitectónicas, se enfoca en la preservación de la arquitectura tradicional, la mejora de la infraestructura para facilitar la accesibilidad y la experiencia turística, y la conservación de sitios arqueológicos y arquitectónicos significativos. Desde una perspectiva social, el proyecto busca la participación activa de la comunidad local en su desarrollo, mediante programas de capacitación y empoderamiento que fomenten el emprendimiento y la creación de negocios sostenibles relacionados con el turismo y la artesanía. Además, se promueven iniciativas de turismo comunitario para permitir la interacción entre visitantes y residentes locales, con

el objetivo de preservar y valorar la cultura local y evitar la desculturización ante el crecimiento turístico.

Figura 13.

Planta de distribución



Nota: María E. Huamán, 2017

Organización espacial y funcional

- a) Zona educativa
- b) Zona comercial
- c) Áreas verdes
- d) Estacionamiento
- e) Auditorio
- f) Zona Hotelera
- g) Servicios Generales

Figura 14.

Organización espacial



LEYENDA :

Zona educativa	Áreas verdes	Auditorio
Zona comercial	Estacionamiento	Zona hotelera
		Servicios generales

Nota: María E. Huamán, 2017

Forma

El diseño se ha basado cuidadosamente en las características del terreno, tomando en cuenta la propuesta de crear un conjunto de volúmenes de alturas variables. Esta disposición busca no solo adaptarse al entorno natural, sino también jerarquizar los espacios a lo largo del recorrido. En otras palabras, la forma de la estructura ha sido determinada por las necesidades y funciones específicas de cada espacio y zona dentro del proyecto.

Figura 15.

Expresión formal



Nota: María E. Huamán, 2017

Figura 16.

Vista de expresión formal



Nota: María E. Huamán, 2017

Aportes

En el desarrollo de este proyecto se considera los siguientes aspectos: Integración con el entorno, ya que es crucial crear estructuras que se armonicen con el paisaje natural y cultural de Chinchero; jerarquización de espacios donde los volúmenes con diferencias de alturas puedan mejorar la experiencia visual y optimizar el uso del espacio; flexibilidad de uso, ya que los espacios deben ser versátiles y adaptables a diversas actividades comerciales, educativas, culturales



y de ocio; preservación del patrimonio, dónde se pueda realzar la arquitectura tradicional y los sitios históricos de la región, incorporando elementos que reflejen su identidad cultural; sostenibilidad y eficiencia energética, ya que es esencial utilizar materiales y técnicas de construcción sostenibles para minimizar el impacto ambiental y promover la eficiencia energética; por último la accesibilidad universal donde se debe implementar medidas para garantizar que todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades, puedan acceder y disfrutar de las instalaciones sin restricciones.

Centro de difusión y capacitación artesanal en Catacaos, Piura

Aspectos generales:

País/Territorio	: Perú
Ciudad	: Piura
Actividad	: Capacitación y difusión
Año	: 2016
Área del Terreno	: 47,952.19 m ²

Características

El proyecto busca repotenciar el sector artesanal de Catacaos y otras localidades cercanas, ofreciendo espacios adecuados para la capacitación, difusión y venta de productos artesanales tradicionales, como la orfebrería, alfarería y trabajos en paja toquilla. Inclusión social: Se plantea la inclusión de la sociedad a través de actividades artísticas y productivas, así como del esparcimiento derivado de la compra y venta de productos artesanales. Además, se busca la participación de artesanos de otras localidades que no cuentan con capacitación ni infraestructura adecuada. Centro de capacitación y producción:

Además de ser un espacio para la difusión y venta de productos, el centro proporcionará capacitación técnica en diversas ramas artesanales, permitiendo a los artesanos desarrollar sus habilidades y mejorar la calidad de sus productos.

Zona de esparcimiento y actividades públicas: Se contempla la creación de una zona de esparcimiento que funcione como actividad vinculadora entre las actividades productivas y el público, así como para albergar eventos feriales y actividades culturales del distrito.

Alojamiento temporal: Se propone la inclusión de alojamiento temporal para turistas interesados en participar en cursos de turismo vivencial o jóvenes interesados en las actividades propias de la zona, así como para asociaciones de artesanos que buscan capacitarse en el centro.

En resumen, el proyecto tiene como objetivo principal el fortalecimiento del sector artesanal en el Distrito de Catacaos y áreas circundantes, a través de la creación de un centro integral que incluye capacitación, difusión, venta y esparcimiento, con la participación de la comunidad y el impulso del desarrollo sostenible de la artesanía local.

Figura 17.

Planta de distribución



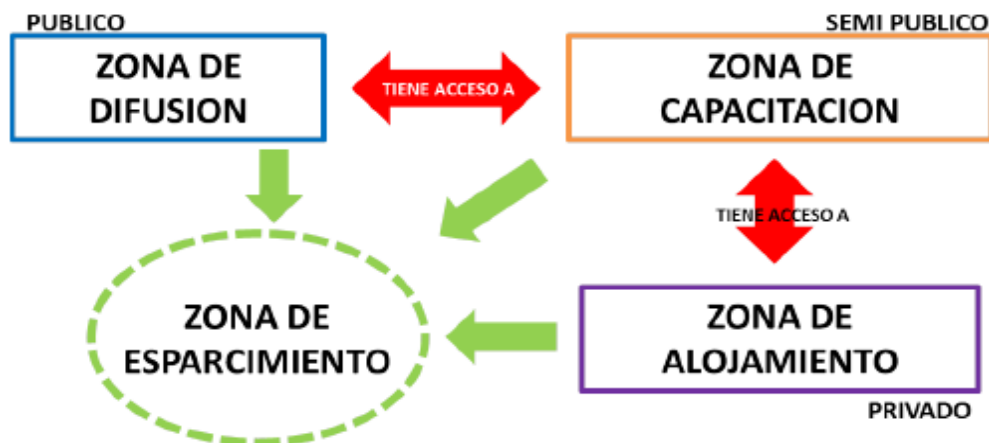
Nota: Lucia Gallo, 2016

Organización espacial y funcional

- a) Zona de producción
- b) Zona de capacitación
- c) Zona de difusión
- d) Zona de esparcimiento
- e) Zona de alojamiento
- e) Zona de administración y servicios

Figura 18.

Organización espacial



Nota: Lucia Gallo, 2016

Forma

El proyecta la forma y función de manera armoniosa donde la distribución formal se distribuyen estratégicamente para cumplir funciones específicas, desde zonas públicas hasta áreas de servicio y alojamiento; la jerarquía de espacios donde se establecen tres plazas principales con distintos niveles de privacidad, cada una diseñada para funciones específicas. Además, que el edificio se adapta con el entorno natural y asegura una buena accesibilidad y flujo de personas mediante múltiples y calles definidas.

Figura 19.

Expresión formal



Nota: Lucia Gallo, 2016

Aportes

En el desarrollo de este proyecto se considera el rescate y la organización del espacio público revitalizando la Plaza y otros espacios públicos, estableciendo una transición gradual y variada en la privacidad de estos espacios, desde los más públicos hasta los más privados.

La conservación del carácter natural y rural, donde se pretende manejar la integridad del entorno natural, conservando la vegetación existente y añadiendo nuevas especies de Catacaos.

La estructuración en base a tres plazas principales, el proyecto se articula alrededor de tres plazas principales que se conectan entre sí, con una disposición que permite una integración armoniosa con las áreas residenciales y comerciales de la zona rural.

Diversidad Arquitectónica, ya que se propone una arquitectura que varía en función de la ubicación dentro del proyecto. Hacia la zona rural, se utilizan



elementos sólidos y tradicionales, mientras que hacia el valle se emplean elementos virtuales y ligeros para las actividades recreativas.

Uso de elementos virtuales y sólidos, por la combinación de volúmenes sólidos con elementos virtuales, como celosías, contribuye a crear una arquitectura equilibrada y atractiva que se integra con el entorno natural y rural de Catacaos.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Centro

“Los malls han devenido de meros centros es a centros urbanos por cuanto el aumento del ingreso en per cápita en la ciudad, hace posible el incremento del consumo. Un fenómeno como este, genera que la ciudad tenga múltiples centros urbanos circunscritos en los nueve malls que actualmente existen, proyectándose para el 2015 un aumento a un número de 15.” (Galetovic, Poduje , & Sanhueza, 2009)

“El consumismo que se puede verificar en los malls o centros comerciales se relaciona con poder adquirir símbolos de estatus social, esto viene a poder sostener la identidad personal, esto entrega significado y estilo de vida. Es por ello que el acto de consumir es profundamente afectivo, ya que se basa en el aspecto emocional, este se encuentra guiado por los deseos cuyas causas son aún desconocidas a la conciencia de quien consume o compra, en nuestras sociedades actuales y contemporáneas, el consumo se ha convertido en el centro de la subjetividad para los sujetos que se encuentran en una cultura de masas.” (Cristoffanini, 2005).



“El término retail se define como la venta de productos al público, a través de tiendas o locales.” (Oxford, 2001)

“En los centros comerciales se observan prácticas culturales donde se da la apropiación simbólica se hace de este espacio público y privado a la vez, en lo que los intercambios de comunicación son similares a los que se realizaban hace mucho tiempo, esto de modo más continuo en las plazas públicas o espacio de recreación pasiva, convirtiéndose en la actualidad en un espacio donde de modo individual y colectivo se realizan representaciones vinculadas a un lugar afectivo, el poder sentirse acompañado, protegido o resguardado, existe diferenciación social y pertenencia de las personas de la ciudad. Por lo que, si hablamos de ello, puede afirmarse que la asistencia frecuente a los centros comerciales se puede considerar como una forma de territorializar y jerarquizar los fragmentos de la ciudad, por consiguiente, se convierte en un modo de poder habitar. Estos centros comerciales son y han surgido para poder atraer a una gran cantidad de personas que desean satisfacer las necesidades de los consumidores, ya sea comprando un artículo específico o haciendo una compra impulsiva.” (Westreicher, 2020).

“Evolución de los centros es, con el transcurrir del tiempo se han convertido en menos generales y son más específicos con el mercado que buscan atraer; es así que los centros son ahora tienen distintos criterios que son evaluados antes de proceder a un diseño del mismo.” (Hernández Asmitia, 2012)

Tipos de centros es contemporáneos

- Centros es Regionales
- Centros de compras y entretenimiento
- Centro mixto



- **Centros es Especializados**
- Centros es Urbanos
- Centros es de tiendas especializadas
- Centros es de tiendas por departamento

Principios básicos de un centro especializado

De acuerdo a (Chinen, 2002), “se dan los siguientes principios para un centro exitoso:

- Ubicación y accesibilidad adecuada.
- Mix adecuado: operadores.
- Análisis del entorno: segmentos sociales.
- Tamaño correcto.
- Innovación y tendencias.
- Establecimiento de un lugar placentero y rentable.
- Diferenciación (identificación) del producto con el negocio.
- Evaluación económica y financiera del proyecto.
- Visión de futuro.
- Plan de negocios enfocado al cliente”.

Clasificación de centros es especializados:

Se pueden clasificar en lo siguiente:

Local: Caracterizado por tener un área de 16 a 48 m² con una altura de 3.50 a 6.00m.

“El éxito en el diseño de un local reside en que la arquitectura sea asumida como una forma de publicidad. La exclusividad de la oferta exterior debe

relacionarse con el interior y llegar al punto de venta. Ahí es donde termina el papel del arquitecto diseñador. Posteriormente, el proyecto toma su capacidad de persuasión hacia el cliente” (Plazola, 1996).

Edificio: “Se caracteriza por tener en su primera planta locales es y bancos. En las plantas siguientes pertenecen a oficinas, la planta subsuelo por lo general se destina estacionamientos” (Plazola, 1996)

Tiendas en hileras: “Generalmente se extienden de forma lineal ocupando la calle”

Bazar: “Está destinado a un comercio fijo donde se distribuye por especialidad como calzado, ropa, alimentos, y accesorios” (Plazola, 1996).

Conjunto: “Son locales que dentro de ellos se maneja diferentes negocios; se conforman de, estacionamientos, plazas, pasillos, y cobertizos” (Plazola, 1996).

Tipología de un centro

Se puede afirmar que los centros están para aglomerar a la tipología de comercio minorista y mayorista los cuales conforman los formatos más imperantes

Tabla 1.

Tipologías de Centros según áreas

CENTROS COMERCIALES	ÁREA
Regionales	4 000 m ²
Grandes	15.001 m ² - 40.000 m ²
Pequeños	4.001 m ² – 15.000 m ²
Galerías comerciales	4.000 m ²

Fuente: (Suarez , 2002)



Criterios generales de diseño para centros comerciales

- “La localización de un centro define el éxito o fracaso del mismo. Está en función de la cercanía o lejanía del centro de la ciudad lo que regula el centro de la zona” (Bautista, 2006).
- “La planificación urbana de las ciudades grandes que tienen las zonas es próximas es muy importante, ya que es donde concurren la mayor cantidad de habitantes. Puede haber otros centros es en la periferia de la ciudad, los cuales por lo general son de categoría inferior” (Bautista, 2006).
- “Hay consideraciones económicas básicas que son importantes en la planeación de un centro. Estas deben ser tales que si se mantiene el nivel de ventas proporcionales no será necesario realizar ninguna remodelación, ampliación o modernización, en un tiempo mínimo de siete a diez años” (Bautista, 2006).
- “El estilo arquitectónico empleado en el diseño es factor determinante para que los usuarios disfruten la compra de los productos que necesitan o desean. Las modas arquitectónicas del momento pueden influir positivamente en las compras, pero debido a su corta permanencia dentro del gusto popular, puede provocar una baja en las ventas al pasar de los años, lo que significa tener que remodelar con todos los problemas que lleva la construcción. Se aconseja emplear diseños sencillos que tengan más permanencia dentro del gusto de los usuarios” (Bautista, 2006).
- “Existen prototipos de centros es de otros países que se pueden adaptar tanto al clima como a la idiosincrasia del comprador y comerciante. Es importante recordar que cada sitio es diferente, incluso dentro de la misma ciudad” (Bautista, 2006).



- “Las tiendas deben ser atractivas y tener mayor flujo de personas para aumentar sus ventas” (Bautista, 2006).
- “Desde los anteproyectos se considera como ha de funcionar una vez terminada la construcción. Los aspectos básicos de esta índole son: mantenimiento, tránsito peatonal y el estacionamiento” (Bautista, 2006).
- “El estacionamiento influye en el flujo de vehículos y cruces de un punto a otro. En caso de que un buen número de usuarios arriben en transporte público, se deben ofrecer paraderos de autobuses y de preferencia, en bocacalle, para evitar congestionamiento o conflicto vehicular” (Bautista, 2006).
- “Los centros es deben contar con una buena vialidad, con calles adyacentes que sean suficientes para el flujo de personas que se origine. Con respecto a los accesos vehiculares del terreno estos se analizan a partir de una escala urbana, considerando el flujo de automóviles (autobús, taxis, etc.) en horas pico” (Bautista, 2006).
- “El mobiliario urbano para estos edificios son muy importantes, tales elementos son: anuncios, letreros, señales de tránsito, tomas de agua, bancas, y macetones entre otros. Estos fungen como elementos que atraen al peatón e invitan a recorrer y entrar a conjunto” (Bautista, 2006).
- “Los servicios urbanos más comunes con los que debe contar un centro son: Drenaje pluvial y aguas negras, gas, agua potable, teléfono y energía eléctrica” (Bautista, 2006).

Escaparates

Es tan relevante que el 25% de los clientes de una tienda son gracias a los escaparates, ya que éstos transmiten ideas y traducen la belleza de un producto; buscan motivos, e informar con el fin de crear el deseo de compra. (Hernández Asmitia, 2012).

2.2.2. Centro especializado

Un centro es un conjunto de lugares destinados a actividades es y de ocio. Podemos considerar a la antigua Gran Ágora como el centro más antiguo, aunque el primer espacio creado específicamente como lugar para la actividad fue el esquema del mercado de San Luis Trajano del arquitecto Apolodoro de Damasko. II d.C. (Jaurrieta, s.f.)

Según (Luna Zhapa, 2017) los centros son se definen de la manera siguiente: “son edificios que reúnen de manera planificada varios locales, los cuales se unen al comercio detallista y de servicio ofreciendo al consumidor, la posibilidad de establecer comparaciones y adoptar decisiones en productos de calidad – precio”.

Por otro lado, se considera el carácter especializado tomando de referencia lo siguiente concepto; “Tienda especializada: Tienda detallista que se especializa en un tipo de mercancía dada, por marca o concepto. Permiten a los detallistas pulir sus estrategias de segmentación para ajustar su mercancía a mercados meta específicos. Los surtidos son limitados, pero de amplia profundidad. Se ofrecen altos niveles de servicio y de experiencia. Se identifica con un surtido que satisface pocas necesidades genéricas debido a las limitadas secciones que posee, pero oferta muchas posibilidades de elección en cada una de ellas” (Sliderhare, 2021).

2.2.3. Arquitectura

“Esta actividad es tan antigua como la sociedad misma, sus orígenes se remontan a finales del Neolítico, cuando la gente empezó a buscar alternativas para satisfacer sus necesidades. Al darse cuenta de que la caza no cumplía con todos sus requerimientos y sería solo un sistema de sobrevivencia a corto plazo, se dedicó a la agricultura, luego con el tiempo, el trueque se volvió más difícil, lo que obligó a las personas a adoptar arreglos más simples para intercambiar bienes. Esto dio lugar a varios sistemas monetarios que crearon el dinero tal como lo conocemos hoy. Por ahora, el comercio sigue siendo una actividad económica entre ciudades y pueblos, y seguimos implementando la moneda como medio para facilitar la compra y venta de bienes y servicios.” (Hernández Asmitia, 2012)



Para poder satisfacer las necesidades del ser humano como se dan desde tiempos inmemoriales dentro de ellas el comercio, es necesario poder contar con espacios ayuden a que estas actividades se desarrollen de la mejor manera con el confort adecuado, se considera actividades que guarden relación con el comercio, una de ellas por decir la más importante es la de recreación pasiva dentro de espacios donde se concentran gran cantidad de personas, las que acuden a los centros es, vemos cómo es que esta actividad se propicia la generación de espacios los cuales ayuden a reforzar la actividad , ya que los espacios de recreación pasiva ayudan a que las personas permanezcan más tiempo dentro de estos espacios de ización denominados centros es, teniendo así no solo un espacio de calidad en cuanto nos referimos al confort, sino también mejorando el espacio urbano dentro de la ciudad.

Por este motivo se menciona e investiga sobre la arquitectura la cual no solo conlleva al confort en el espacio propio de ización sino también en las actividades complementarias, como la recreación pasiva que ayudan a desarrollar de mejor manera esta actividad importante en la Ciudad de Juliaca. Vemos como la actividad evoluciona generando nuevas posibilidades para la generación de espacios adecuados para el ser humano.

2.2.4. Textilería

“El arte textil es quizás la manifestación artesanal más importante del Perú.” (Vega , 2004) cómo se puede leer en el libro póstumo “Historia y tradición: Ayacucho, Cusco y Puno”, manifiesta lo siguiente:

“Los antiguos peruanos realizan las piezas más asombrosas de la manufactura textil de todos los tiempos. Destaca la de Paracas, aunque es menos conocido el hecho de que allí el Perú alcanza una marca mundial; en uno de los mantos, rico en tonalidades, la conocida especialista, Lita O’Neil pudo reconocer 190 colores y matices, variedad inigualada en la historia mundial del arte. Por otra parte, el famoso investigador Junius Byrd logró contar 398 hilos por pulgada en un finísimo manto de la cultura Chincha.” (Vega, 2004).

Es por ello que los textiles incaicos están considerados entre las grandes maravillas de la antigüedad, por su gran riqueza en sus textiles. En estos textiles



se emplea diferentes tipos de materia prima, con lana de vicuña, alpaca, llama, vizcacha, murciélago, plumas de aves, oro, plata y chaquira de cobre, inclusive en algunos tejidos se emplea el cabello humano.

Sobre estos ropajes de procedencia inca, el cronista Martín de Murúa, nos describe que los que eran más notables constituían tejidos que mezclaban plumaje multicolor, lentejuelas de oro y plata, como también diversas chaquiras sobre tela de vicuña. Por otro lado, Cieza de León nos dice que, muchos de esos “uncos” o “unkus” (túnicas) lucían “argentería y esmeraldas y turquesas y otras piedras preciosas, todo bellamente dispuesto, con ese extraordinario gusto por la armonía de colores contrastados que todavía muestran los tejidos quechas en el Perú de nuestros días.

2.2.5. Artesanía Textil

Los textiles andinos son un testimonio del estilo de vida y la cultura, es un arte simbólico en el que los habitantes se identifican por comunidad, los símbolos se conservan en el tejido, algunas personas han perdido su significado o no los entienden, pero en gran parte son signos visibles de un determinado programa cultural. Los textiles hoy en día se sitúan en el espacio y el tiempo a través del mestizaje, la aculturación y la simbiosis, por lo que los textiles son un elemento híbrido que reconoce los valores ancestrales y sus mensajes, así como la belleza ancestral, los colores y texturas. (Aramburu Ecos, 2015)

Los textiles andinos son un testimonio del estilo de vida y la cultura. Los tejidos andinos son elaborados a mano por personas que expresan belleza en sus composiciones de colores y diseños, inspirados e incluso encarnados en su entorno espiritual, psicológico, esperanzas y aspiraciones, así como características que se alinean con sus características distintivas y el arte. (Arteaga, 2021).

2.2.6. Sobre el nuevo concepto de artesanía manual

Según (Boletín informativo de ADEX N° 45) “Hecho a mano o industria manual”, es una industria que tiene presencia en los mercados internacionales cuando son de calidad en los productos que se realizan estos representan "la capacidad y versatilidad de los artesanos peruanos de competir como un productor que puede ofrecer una excelente calidad de mano de obra competitiva a nivel

internacional”. Esta Asociación de Exportadores (ADEX- Perú) conceptualiza a la artesanía como un rubro que se puede insertar dentro de los mercados no sólo nacionales sino internacionales.

2.2.7. Producción Artesanal en América Latina

En su estudio realizado nos indica “que la producción artesanal ha sido abordada desde dos perspectivas diferentes: una de tipo reivindicativo, para la línea de la sindical para establecer una capacidad de negociación con el sector y otra de tipo empresarial, que ve la organización como un camino para que la producción se relacione, se expanda hacia el sector , y empiece un proceso de rescate de utilidades pérdidas por falta de una mentalidad adecuada” (Leur, 1990).

Dentro del estudio realizado nos indica que estas perspectivas no se deben asumir debido a la variedad de productores y producción, por ello es difícil que se pudiera alcanzar una perspectiva única para los impulsos asociativos.

Por este motivo los intentos de poder formar entidades asociativas hacen que en diversos países tenga este factor subyacente. Las asociaciones que se dan, son en torno a la ización de artesanías, los artesanos se asocian para poder compartir gastos de transporte, materias primas y la concurrencia a las ferias.

Sobre las ferias artesanales y tradiciones populares:

“Fiestas y ferias artesanales, exhibición del arte popular”

Nos menciona de las ferias, las cuales indica son eventos tradicionales de cada pueblo, en las cuales se muestra los productos típicos en diferentes fechas, los artesanos exhiben lo mejor de su producción, la cual prepara durante un tiempo determinado.

Muchas de estas ferias están asociadas a las festividades de cada localidad, dentro de las cuales hay bastante afluencia de personas, las cuales hacen posible que se pueda vender más productos, los artesanos se agrupan reuniendo su producción en un solo lugar, lo cual atrae mucho a las personas que confluyen en las festividades, dentro de estas ferias algunos artesanos elaboran sus productos ante el público espectador el cual va viendo cómo es que va tomando forma a través del proceso donde se puede ver la habilidad del artesano con sus manos, el

conocimiento en el empleo de los materiales que utiliza, teniendo una sinergia entre estos dos aspectos para poder ver el producto que puede adquirir el espectador.

La producción de los artesanos a vista y paciencia del espectador muestra la habilidad que tiene para poder elaborar el producto, la experticia en el diseño con una tecnología manual, sorprendiendo a los espectadores con objetos producidos de diferentes materiales.

“La artesanía, el arte de las tradiciones populares que se hace con las manos”

El hombre empezó a transformar diferentes elementos para poder tener elementos para satisfacer diferentes necesidades, es así como comienza a utilizar el fuego, adquiriendo así un cierto dominio sobre la naturaleza; logró endurecer la arcilla, transformando el metal en herramientas de mano y así logra transformar diferentes materiales provenientes de su entorno, para poder tener diferentes objetos necesarios para su subsistencia, y para el plasmado de las ideas.

La artesanía es así “un proceso en el que se atrapa una imagen en la mente y esta toma forma mediante las manos, de acuerdo a las habilidades adquiridas por la persona”. Se pueden producir una variedad de objetos provenientes de la cultura como una serie de productos que ayudan a tener una vida más cómoda.

Así, se producen la variedad de objetos de la cultura propia de un lugar y toda una gama de productos que hacen la vida más cómoda dando a las personas la capacidad de transformar su entorno inmediato.

2.2.8. La Artesanía en el Perú

En toda Latinoamérica el Perú es reconocido por poseer la mayor diversidad y riqueza artesanal y que a través de la variedad de sus líneas artesanales llevan un mensaje originario de cada pueblo y sus respectivas regiones. La tradición, creatividad, funcionalidad y demás atributos, hacen de la artesanía un gran atractivo artístico y un gran mercado turístico a potenciar.

Este sector contribuye al desarrollo económico descentralizado de las regiones, incorpora el trabajo de aproximadamente más de 2 millones de personas



de las zonas y comunidades más alejadas a través de sus líneas artesanales, siendo la textilera la actividad artesanal más representativa, seguida por la cerámica.

Principales líneas artesanales

Textilería, cerámica, joyería, cerería, imaginería, cestería, tallado, corioplastía, metalistería, arte plumario, cornuplastía y pintura.

Basándonos en la Guía Artesanal del MINCETUR podemos identificar las líneas artesanales de acuerdo a tres regiones:

En la zona amazónica del Perú

Tumbes, Piura, Lambayeque, La libertad, Cajamarca, Amazonas, San Martín, Loreto. Concentran una producción artesanal importante en cuanto a cerámica, metalistería, entre otras líneas de confección con fibras naturales, madera y restos marinos. Dentro de la región encontramos centros artesanales y lugares turísticos, CITES y museos que manifiestan la abundancia de su herencia cultural.

En la zona centro del Perú

Lima, Ancash, Pasco, Junín, Ucayali y Huánuco. Desarrollan actividades como la platería, imaginería, la producción de productos en cuero, tejidos y cerámica, siendo Junín la región de mayor desarrollo. Formando Lima como arte de esta región, aporta una cantidad de galerías y mercados artesanales, así como museos que acercan y fomentan cultura en la formación de la identidad nacional.

En la zona sur del Perú

Ofrece una mayor variedad de artesanías debido a la gran riqueza cultural que concentra en la mayoría de sus festividades, herencia de épocas ancestrales. Los grandes maestros de la Artesanía Peruana se encuentran en esta región y son reconocidos por la labor y legado que dejan sus pueblos y familias. Además de poseer lugares con gran valor histórico en ciudades como Cusco, capital del Imperio del Tahuantinsuyo; Arequipa, Patrimonio Cultural de la Humanidad; Puno como capital folklórica y Ayacucho denominada como la capital de la Artesanía.



Ica, Huancavelica, Ayacucho, Arequipa, Moquegua, Tacna, Cusco, Puno, Apurímac y Madre de dios

Según el Registro Nacional del Artesano (RNA) se tiene inscritos a 72,795 artesanos en 25 regiones del país (74% mujeres y 26% hombres), de las cuales 17% se encuentran en Cusco. La artesanía peruana no son sólo objetos bellos hechos a mano, conllevan el trabajo y arte irrepetible de las manos que la trabajan por lo que tienen un valor importante a nivel cultural y económico, actualmente se orienta a tres tipos de mercados: local, turístico y de exportación. Siendo el mercado local el más limitado.

Teniendo el mercado local una demanda reducida e indefinida se vienen haciendo esfuerzos y planeando estrategias de apoyo al sector para crear e impulsar una mayor exhibición de la producción artesanal en el mercado, a través de plataformas como: ferias, concursos, redes sociales, etc.; el sector no puede desaprovechar ningún tipo de mercado, considerando lo importante que resulta como actividad socio-económica para enfrentar la pobreza de algunas regiones. Siendo el comercio la actividad principal para el soporte del poblador.

2.2.9. Textilería andina

La textilería andina es testimonio de un modo de vida y de una cultura. Es un tipo de arte simbólico, con el cual los habitantes se identifican de acuerdo a las regiones, comunidades. Así en los tejidos se han ido reteniendo símbolos que para algunos han perdido su significado o no los comprenden, pero para un grupo muy numeroso de personas son señales visibles de un esquema cultural dado. Dentro del espacio y el tiempo se coloca la textilería que hoy en día se observa, con inicio del mestizaje, aculturación y simbiosis, por lo tanto, la textilería es un elemento mixto que llega a reconocer los valores ancestrales y su mensaje, así como la belleza el tejido, su cromática y su textura (Aramburu, 2015).

“El tejido andino es producido por la mano del hombre con expresión de la belleza en la composición de sus colores y diseños, inspirado en su medio ambiente espiritual, psíquico, incluso plasma en ellos sus aspiraciones y anhelos, características con que cumple a la definición del arte” (Ñontol, 2021).



2.2.10. Identidad cultural

La identidad cultural sirve como elemento cohesionador dentro de un grupo social, pues permite que el individuo desarrolle un sentido de pertenencia hacia el grupo con el cual se identifica en función de los rasgos culturales comunes. No obstante, la identidad cultural no es un concepto fijo sino dinámico, pues se encuentra en constante evolución, alimentándose y transformándose de manera continua de la influencia exterior y de las nuevas realidades históricas del pueblo en cuestión.” (Ruelas & Quispe , 2019)

2.2.11. Artesanía textil e identidad cultural

“La identidad cultural de una comunidad se define por medio de diferentes aspectos como la cultura, la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, costumbres, las relaciones sociales, ritos y ceremonias, o los comportamientos.” (Muchielli, 1986)

“Define como identidad cultural: “Al procedimiento de apreciación que se hace de los marcadores étnicos que posee un pueblo. Los idiomas vivos son uno de los indicadores objetivos de la presencia de una sociedad y uno de los elementos de su identidad cultural.” (Muchielli, 1986)

La indumentaria ha constituido a través de la historia una innegable marca de identidad y de pertenencia a un grupo social o étnico; es un elemento básico para la supervivencia. En la vestimenta a través de los colores y las formas se impregna nuestra manera de pensar, de sentir y nuestra historia.

El arte textil de los Andes de Bolivia y Perú es reconocido en todo el mundo. Los textiles andinos son expresiones de la identidad cultural de los pueblos y medios que transmiten información de distinta naturaleza relacionada con sus modos de vida.

Las características funcionales, espaciales y formales, nos ayudan a preservar el patrimonio de nuestro antepasados cuando hablamos del arte textil, en todas sus particularidades y variedades, además que brindan un buen desarrollo de las principales actividades como también en la evolución que ha caracterizado la historia del diseño del arte textil, por el tipo de materiales, las estrategias del



hilado, el teñido de los productos textiles, estas son las características que nos permiten ordenar cronológicamente los productos de arte textil, además se suma la capacidad de generar proyectos originales, la innovación en tecnologías o materiales y la vis de poder captar y representar la cultura y el gusto, de una época determinada, así poder desarrollar esta mencionada preservación del arte textil.

En nuestro análisis en el campo de la artesanía como un fenómeno específico y las conexiones que se tienen en relación con diversos los aspectos cotidianos de la vida cultural, social y económica , como se da en un contexto internacional como también en sí misma, sigue siendo en la actualidad un tema importante, su valor social se incrementa y se interconecta logrando una relación con nuevas ideas y perspectivas, como es la importancia de poder preservar la identidad cultural, el papel importante y ecléctico de los conocimientos que se heredan y que son tradicionales en el incesante cambio social y la inminente centralidad de la cultura como un factor importantes del desarrollo humano.

2.2.12. Arquitectura e identidad cultural

“Consideramos que la arquitectura es una parte preponderante de la expresión cultural de un país, una región o un pueblo determinado. En este sentido, antes de implementar proyectos de cooperación internacional, es necesario comprender profundamente las peculiaridades de la arquitectura local para preservar, y no cambiar sus características culturales específicas. La identidad está dada por todo el conjunto de formas, texturas y colores heredados de las tradiciones de su gente, e incluye también otros aspectos menos cuantificables, pero por tanto igualmente importantes, como son: las dimensiones antropomórficas de los diferentes espacios, su arquitectura jerárquica; características de las distribuciones de los edificios, la relación que establecen con el entorno urbano que crean y los aspectos relacionados con los materiales y sistemas constructivos utilizados en la edificación.”. (Sandoval, 2011)

Es importante poder resaltar la expresión cultural en este caso de la ciudad de Juliaca la que esta enmarca dentro de un contexto andino regional, si bien es cierto las características o el lenguaje arquitectónico no es preponderante en mencionada Ciudad sin embargo las características culturales son similares dentro de nuestra región y en este caso el patrimonio que nos dejan nuestro antepasados



el cual se define desde tiempos prehispánicos y su evolución hasta nuestros tiempos de los tejidos andinos, los cuales son de similares características dentro de nuestra región, el cual nos da una serie de formas, colores y texturas, las cuales serán implementadas dentro de la arquitectura como característica importante de para el desarrollo de la arquitectura dentro de un espacio de ización de artesanía textil.

“Según el sociólogo clásico Marx, comenta en la onceava tesis de Feuerbach, que la transformación del mundo implica darle una forma diferente que no tenía, dale la forma de la identidad del hombre que la transforma, de añadirle una significación que trasciende a la materia misma y al lograrlo el conjunto de las cosas materiales se constituye en reflejo de la identidad.” ... “El hombre tiene su identidad y conciencia en un contexto, en un entorno; no solo en la comunidad de hombres, sino en medio de un mundo construido y conformado de cosas materiales en las que se refleja.” (Rodriguez , 2017)

La identidad del ser humano se va alimentando constantemente y va mutando y transformándose con diferentes expresiones y características como un ser vivo que se alimenta del contexto y sus derivados, es por ello que la identidad se construye, en la arquitectura de igual manera, va tomando diferentes elementos y características de su entorno y de la propia identidad del que las habita, la arquitectura en nuestra ciudad de estudio Juliaca también está sujeta a estos procesos de transformación.

“La identidad cultural se va dejando de lado en los espacios a diseñar, mostrando edificaciones es actuales con poco grado de concepción de nuestra cultura, importando modelos de centros es extranjeros e implantándolos sin una adecuada reinterpretación de estos; ya que mayormente las empresas buscan la rentabilidad y así dejando muy de lado un adecuado diseño que vaya en armonía con el contexto en donde se emplaza un centro , restando importancia a los estilos arquitectónicos que enriquezcan el diseño y así ofrecer un espacio de calidad y que genere una buena experiencia para el usuario. Dentro de este marco debe señalarse también que la idea del espacio de uso privado como es un centro, es un punto de congregación social que ofrece espacios privados, pero de uso público.” (Subiría & Tinco, 2017)



“Los estilos arquitectónicos autóctonos son una expresión tangible de las tradiciones, los valores y las creencias arraigadas en una sociedad. La arquitectura es una parte viva de nuestra cultura y un fiel reflejo de las circunstancias y valores bajo los cuales se ha concebido. Los edificios cuentan historias y, al reutilizar y revivir elementos arquitectónicos tradicionales, mantenemos viva la narrativa que los ha acompañado durante su existencia.” (Iribarren, 2023)

Podemos concluir que el modelo arquitectónico debería ser un reflejo de su cultura y también del contexto demográfico y regional, además deberá tener una relación estrecha con el enriquecimiento cultural de los habitantes, por ende este importante proceso que se tiene de la recuperación de nuestras tradiciones, se redescubren partes importantes de nuestra identidad que en algún momento se consideraba olvidadas, además que debe lograr que el usuario se identifique con su cultura y su tradición. El estilo y lenguaje arquitectónico, debe de estar en armonía con el entorno donde se emplaza el centro, identificadas las variables arquitectónicas deben de poder matizar un diseño adecuado, y brindar un espacio con confort que brinde una buena experiencia en los espacios para los usuarios.

2.2.13. Arquitectura y comercio

El comercio es una actividad que ayuda a conectar al productor con el consumidor y estos a su vez con la arquitectura, que es una herramienta que nos da el escenario soporte para que se desarrolle mencionada actividad, en consecuencia, a los cambios económicos, sociales y tecnológicos a lo largo del tiempo, la actividad del comercio va evolucionado y juntamente con ella la arquitectura. En la actualidad la infraestructura arquitectónica es indiferente al contexto y cumple una función de poder enmarcar hábitos de consumo.

“El mercado como lugar de encuentro, se identifica a través de un proyecto de investigación que, al fomentar la sociabilidad del espacio, los mercados no solo son lugares de consumo, sino también de encuentro y nos ofrecen escenarios de vida cotidiana para la cohesión colectiva. Dentro de esta investigación se indaga el entrelazamiento entre el mercado y la ciudad, la implantación en el sitio, aspectos funcionales y de composición, así como innovaciones técnicas desarrolladas en algunas obras.” (Ferrer , 2015)



2.2.14. Arquitectura y Cultura

“Es necesario e importante poder considerar que, para el desarrollo de un proyecto, que la arquitectura compromete la realidad con relaciones en cuestión de técnicas antropológicas, sociológicas y las formas que se engloban en nuestro tiempo y lugar. La arquitectura expresa o debiera expresar lo que somos en realidad como cultura, en la arquitectura se encuentra hay una forma de arte que está conectada con la vida y la realidad, con cómo vivimos y nuestras actividades diarias.” (Mayne , 2009)

“La relación arquitectura y cultura debe dar, más allá de los espacios de cultura y arte, una herramienta para la sociedad de su tiempo, según dice el arquitecto. La actividad y el desarrollo del hombre está formada según por el medio en que vive. Su carácter, su personalidad, su inteligencia, su comportamiento y su cultura hacen las ciudades, las colonias, las calles, las plazas, los centros de reunión, los espacios de esparcimiento, su casa, sus espacios íntimos sociales o de servicio y según sus características arquitectónicas positivas o negativas, harán al ser humano positivo o negativo.” (Saldivar , 1998)

Este importante enfoque del espacio en relación con la cultura, nos hace ver que los el ejercicio de la arquitectura y quienes lo desarrollamos, debemos generar escenarios que nos ayuden a poder mejorar como sociedad a través de los espacios que se puedan proponer y las inferencias que tengan estos en las personas que lo habitan, está en una de las premisas importantes dentro del desarrollo de la investigación.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Qhatu

“El Qhatu o Qatu, es un mercado o feria, donde antiguamente durante el Incanato se realizaban actividades en las que, los pobladores compartían e intercambiaban insumos, alimentos, prendas de vestir, ganado, etc. Era un centro de reunión o punto de encuentro en donde las comunidades de diferentes lugares



se juntaban a departir. Una dinámica similar se da en el distrito de Chinchero, en la provincia de Urubamba, en el departamento de Cuzco.” (perú, 2023)

2.3.2. Centro

“Un centro (también conocido como mall o shopping) es una construcción que consta de uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que albergan servicios, locales y oficinas es aglutinados en un espacio determinado concentrando mayor cantidad de clientes potenciales dentro del recinto. Edificio o conjunto de ellos en los que se reúnen gran número de comercios minoristas, supermercados o grandes almacenes y que cuenta además con otros servicios auxiliares como prensa, restauración u ocio, que se crean con el fin de fomentar las ventas al ofrecer una gran variedad de productos en un área relativamente reducida y facilitar las compras a los consumidores, evitándoles que realicen grandes desplazamientos.” (Finanzas, 2002)

“Desde el punto de vista sociológico el consumo se articula como un modo de diferenciación sociales de estatus, exclusividad y de integración social. El aumento de diversificación de la subjetividad social ha venido a encontrar una estandarización de las formas de vida en tanto que consumo.” (Alonso, 1992)

“El mall surge como un espacio público ampliado donde se manifiestan los actos políticos contemporáneos de los ciudadanos, como son: pasear, mirar y consumir, aglutinando en su interior complejas circulaciones diferenciadas, posibilitando nuestro entendimiento de que estamos frente a una máquina de atrapar miradas y estructurar los desplazamientos de quienes lo recorren. Se constituye para los consumidores en una forma de habitarlo, pues de hecho, emula los espacios íntimos, pero sin ofrecer la clausura, por ejemplo las puertas ni la



opacidad” (Barros , Jara, Salinas, & Stange, 2005) el mall dentro de la sociedad postmoderna forma parte de un dispositivo, definido como “Un conjunto resueltamente heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, brevemente, lo dicho y también lo no-dicho. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos" (Foucault, 1977)

“El concepto de retail se asocia con un negocio que vende productos y/o servicios a consumidores para su uso personal o de su familia y con tiendas de ventas minoristas o al detalle. Siempre que existe un consumidor, existe un retail.” (Pizarro, 2008)

“En síntesis, puede entenderse que el mal es un palimpsesto cultural por cuanto los se da una interpretación y reinterpretación de esa realidad social por parte de los consumidores. Esto permite afirmar que el centro es un espacio público/mercantil que es transformado por las prácticas de apropiación simbólicas de quienes asisten, en una dimensión privada/simbólica.” (Bermúdez & Cornejo, 2001)

2.3.3. Identidad Cultural

“La identidad cultural es entendida como un proceso dinámico a partir del cual las personas que comparten una cultura se autodefinen y auto valoran como pertenecientes a ella; además, actúan de acuerdo a las pautas culturales que de ella emanan.” (Muchotrigo, 2006)

“La identidad cultural no es simplemente la expresión de la «verdadera historia» de cada grupo o nación, sino que puede ser entendida, como el relato a



través del cual cada comunidad construye su pasado, mediante un ejercicio selectivo de memoria.” (Hall, 1995)

“La identidad cultural es un conjunto de creencias, formas de pensar, valores, formas de percibir las cosas o incluso visiones del mundo que son comunes o compartidas por un grupo de personas en un lugar en particular. El problema metodológico es cómo reconocer las múltiples y complejas relaciones entre las dimensiones interna y social, política y cultural del individuo. Todos sabemos hasta el día de hoy que la psicología es la base de la identidad y sin psicología no hay identidad. Pero tratar de explicar la sociedad con psicología es otra cosa. Otra muy distinta es la afirmación de que la identidad como fenómeno sociocultural es una extensión de la psique individual (es decir, la suma de las identidades psicológicas). La identidad cultural no es la suma de las conciencias individuales, a pesar de que la identidad cultural no puede surgir sin estas conciencias individuales.” (Mendo, 2013)

Se puede comentar también lo siguiente:

Se entiende que la identidad cultural de un determinado lugar se viene definiendo históricamente a través de diversos aspectos en los que se puede plasmar su cultura, como su lengua que es el instrumento de comunicación entre las personas que habitan en este determinado lugar, las relaciones sociales, ceremonias propias y ritos, o los comportamientos que se dan de forma colectiva, estos configuran los sistemas de creencias y valores. Otro rasgo de que se considera importante y propio de estos mencionados elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial como también anónimo, pues estos son productos de la colectividad.



2.3.4. Artesanía Textil

“La palabra "artesanía" se deriva del latín "artis-manus", que significa: el arte de usar las manos. Esto se aplica tanto al trabajo artesanal (que generalmente es realizado manualmente por personas sin el uso de máquinas o automatización) como a los objetos o productos donde cada trabajo difiere del otro. La artesanía como actividad material a menudo se separa del trabajo en masa o industrial. Para definir la artesanía y distinguirla de la industria, son todas técnicas manuales y creativas para la producción individual de bienes y servicios.” (Tateishi, 2013)

Por una parte, se tiene que la Artesanía se define; “entiéndase por artesanía a la actividad económica destinada a la elaboración y producción de bienes, ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado principal sea compuesto por la mano de obra directa y esta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, sean estas utilitarias, estéticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, significativas en aspectos religiosos y sociales, y de valores simbólicos” (ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal - capítulo II).

2.3.5. Textiles Andinos

“Se entiende que los textiles andinos son definidos como: “Los textiles andinos son elementos con cualidades excepcionales. Aparte de ser objetos táctiles y, a la vez, medios de transmisión de informaciones socioculturales sobre el estado social y los valores estéticos, por ejemplo, transmiten datos sobre la

economía local e información histórica. Mediante estos tejidos se establecen relaciones que entrecruzan estos ámbitos” (Fischer, 2011)

2.3.6. Artesanía

Con respecto a este ítem se comenta lo siguiente:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.” (UNESCO, 1997)

2.3.7. Artesano

“Según La (ley, 29073, 2007), lo define como: “Un individuo que realiza la producción de objetos que reúnen las características determinadas en artesanía, y que desenvuelva una o más de las actividades que comprende el proceso productivo de las diversas líneas artesanales” (UNESCO, 1997)

2.3.8. Textilería

“Denominado así a la habilidad de tejer empleando perfectamente constituidos en un telar, esta actividad todavía es desarrollada en forma tradicional en las zonas rurales las que son producidas para el uso propio de los habitantes y en otro caso para la ización.” (Aramburu Ecos, 2015)

2.3.9. Textil

“Afirma que la materia se puede dividir en hilos y tejer, atribución relacionada con sustancias y actividades destinadas a producirlas o izarlas. Es la materia capaz de reducirse a hilos (trama y urdimbre) y ser tejida e izada en actividades de expendio.” (De la Puente, 2017).

Contenido: (simbólico, psicológico, ideológico), es un condicionante que se ofrece al escultor, y del que se desprende un tema, establece una secuencia, forma en la concepción y realización.

Teñido: “Es el arte de permitir dar un color distinto a los tejidos, aplicándose técnicas ancestrales para el preparado del tinte que se utiliza entre algunas plantas como el alfa, cochinilla, nogal chancaca, retama, etc.” (Aramburu, 2015).

Fibra: “Cuerpo elástico, flexible y resistente, de gran finura y longitud relativamente, que se utiliza para la fabricación de hilos y tejidos. Las fibras empleadas en la industria textil pueden ser naturales o artificiales.” (Aramburu, 2015).

“Es la acción y efecto de hilar una porción de hilo, seda, lana, algodón etc. reducida a un hilo a través del entrecruzamiento.” (Aramburu, 2015).

Hilado: “Acción y efecto de hilar porción de hilo, seda, lana, algodón etc. reducida a un hilo.” (REA , 2023)

Iconografía: “Es una forma de descripción de imágenes retratos, cuadros, estatuas o monumentos especialmente de los pasajes o formas antiguas” (Aramburu, 2015).



2.3.10. Artesanía en textilera

Es la actividad de tipo económica, con características excepcionales y particulares de acuerdo a la localidad en que se encuentra, cuyo fin será de la elaboración y producción de bienes, desarrollados a mano, que en el caso del proyecto investigativo son de carácter andino; es decir elaborado con fibras para el tejido, como son las de alpaca, vicuña, oveja, entre otras y también a través de estos se transmite la información sociocultural actual - histórico entre localidades.

2.3.11. Diseño Textil

“Se preocupa por productos para la industria textil, tales como fibras, hilos, tejidos, y no tejidos con propiedades características específicas, de acuerdo con el fin de satisfacer diversas necesidades humanas, como insumo para el desarrollo de otros productos en los campos de la confección y decoración. Así como los textiles técnicos, área en la que se desarrollan telas especializadas para la medicina, arquitectura, ingeniería, deportes etc.” (Hervías, 2016)

2.3.12. Diseño textil Artesanal

Con respecto a este ítem se comenta lo siguiente:

Se trata de productos textiles como fibras, hilos, telas y materiales no tejidos con propiedades especiales que satisfacen diferentes necesidades de las personas como insumo para el desarrollo de otros productos de vestuario; además de los textiles técnicos, este campo también desarrolla telas especiales para uso en medicina, arquitectura, ingeniería, deportes y más.

2.4. MARCO NORMATIVO

2.4.1. La Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible

Figura 20.

Representatividad de la agenda 2030



Nota: Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico:

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Promoviendo el trabajo y crecimiento económico. Metas:

Tabla 2.

Metas de trabajo y crecimiento económico

“Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados.”

Fuente especificada no válida.



“Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra.” **Fuente especificada no válida.**



Fuente: Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2018)

Industria, innovación e infraestructura: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

Tabla 3.

Metas en industria, innovación e infraestructura

“Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, haciendo hincapié en el acceso asequible y equitativo para todos.” **Fuente especificada no válida.**



- “Promover una industrialización inclusiva y sostenible, aumentar significativamente la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados.” **Fuente especificada no válida.**



“Modernizar todas las industrias e infraestructuras para que sean sostenibles.” **Fuente especificada no válida.**



Fuente: Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2018)

2.4.2. Reglamento Nacional de Edificaciones

A. Norma TH 020

Habilitaciones para uso

Capítulo I generalidades

Artículo.1.- “Son Habilitaciones para uso, aquellas destinadas predominantemente a la edificación de locales donde se izan bienes y/o servicios

y que se realizan sobre terrenos calificados con una Zonificación afín o compatible.” (RNE, 2023)

Artículo 2.- “Las Habilitaciones para uso se clasifican en: a) Habilitaciones para uso de Comercio Exclusivo b) Habilitaciones para uso de Comercio y otros usos. (Uso Mixto)” (RNE, 2023)

Artículo 3.- “Las Habilitaciones para uso de acuerdo a su tipo, podrán llevarse a cabo sobre terrenos ubicados en sectores de Expansión Urbana o que constituyan islas rústicas, con sujeción a los parámetros establecidos en el Cuadro Resumen de Zonificación y las disposiciones del Plan de Desarrollo Urbano.” (RNE, 2023)

Capítulo II generalidades

Artículo 4.- “Son Habilitaciones para uso las conformadas por lotes para fines de edificación de locales es.” (RNE, 2023)

Artículo. – “Las habilitaciones para uso con otros usos – Uso Mixto puede ser de 4 tipos.” (RNE, 2023)

Tabla 4.

Tipos de habilitaciones




TIP O	USO MIXTO COMPATIBLE	ZONIFICACION URBANA	NIVEL DE SERVICIO	RANGO DEL COMERCIO
3	VIVIENDA	C2 – C3	VECINAL Y SECTORIAL	USO DIARIO
4	VIVIENDA	C5 – C7 – C9 CE – Cn – CI	DISTRITAL/INTER DIST. METROPOL Y REGIONAL	GRAN COMERCIO COMERCIO ESPECIAL
5	INDUSTRIA	C2 – C3	VECINAL Y SECTORIAL	USO DIARIO
6	INDUSTRIA	C5 – C7 – C9 CE – Cn – CI	DISTRITAL/INTER DIST METROPOL Y REGIONAL	GRAN COMERCIO COMERCIO ESPECIAL

Fuente: (RNE, 2023)

Cuadro de resumen de zonificación

Tabla 5.

Resumen de Zonificación

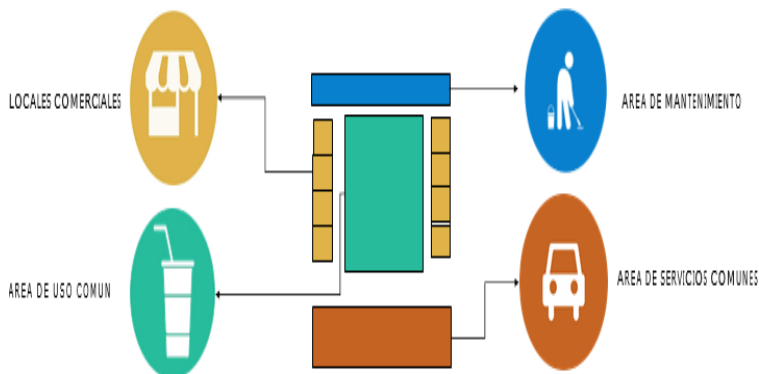
ZONIFICACIÓN	NIVEL DE SERVICIO	LOTE MINIMO	FRENTE MINIMO	ALTURA MÁXIMA
		400m ²	20.00ml	15 pisos o 45.00m
C-9	Comercio metropolitano	300 m ²	12.00 ml	12 pisos o 36.00m
 CE	Comercio Especializado	200 m ²	10.00 ml	10 pisos o 30.00m
		180 m ²	8.00 ml	07 pisos o 21.00 m
		160 m ²	6.00 ml	05 pisos o 15.00 m
 C-5	Comercio Distrital	200 m ²	.00 ml	10 08 pisos o 24.00m
 C-3	Comercio vecinal y Servicios	160 m ²	00 ml	6. 05 pisos o 15.00 m

Fuente: (RNE, 2023)

Organización

Figura 21.

Organización de Centros Comerciales



Fuente: (RNE, 2023)

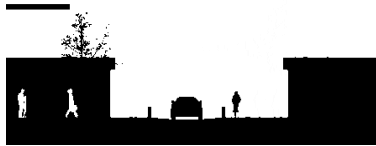


B. NORMA TH 020

Condiciones de habitabilidad y funcionalidad

Debe contar con:

Tabla 6.

Condiciones de habitabilidad y funcionalidad

Estudio de impacto vial	
Iluminación natural o artificial	 Mínimo 10% de la Edif.
Sistemas de detección de incendios	

Fuente: (RNE, 2023)

Accesos y pasajes de circulación:

Artículo 25.- “Los pasajes para el tránsito de personas deberán cumplir con las siguientes características:” (RNE, 2023)

a) “Tendrán un ancho libre mínimo calculado en función del número de ocupantes a los que sirven.” (RNE, 2023)

b) “Los pasajes que formen parte de una vía de evacuación carecerán de obstáculos en el ancho requerido, salvo que se trate de elementos de seguridad o cajas de paso de instalaciones ubicadas en las paredes, siempre que no reduzcan en más de 0.15 m el ancho requerido.” (RNE, 2023)

“El cálculo de los medios de evacuación se establece en la norma A-130”

(RNE, 2023)

Figura 22.

Dimensiones mínimas del ancho de los pasajes

- Interior de las viviendas	0.90 m.
- Pasajes que sirven de acceso hasta a dos viviendas	1.00 m.
- Pasajes que sirven de acceso hasta a 4 viviendas	1.20 m.
- Áreas de trabajo interiores en oficinas	0.90 m.
- Locales comerciales	1.20 m.
- Locales de salud	1.80 m.
- Locales educativos	1.20 m.

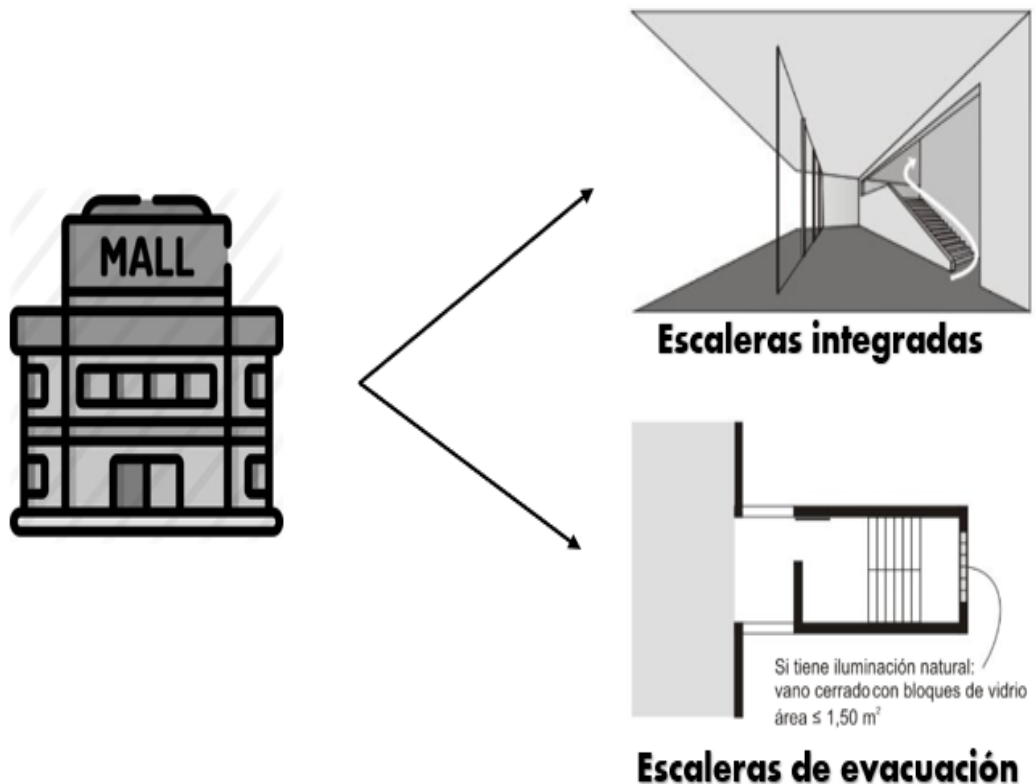
Fuente: (RNE, 2023)

Escaleras:

Artículo 26.- “Las escaleras pueden ser:” (RNE, 2023)

Figura 23.

Tipos de escaleras para CC

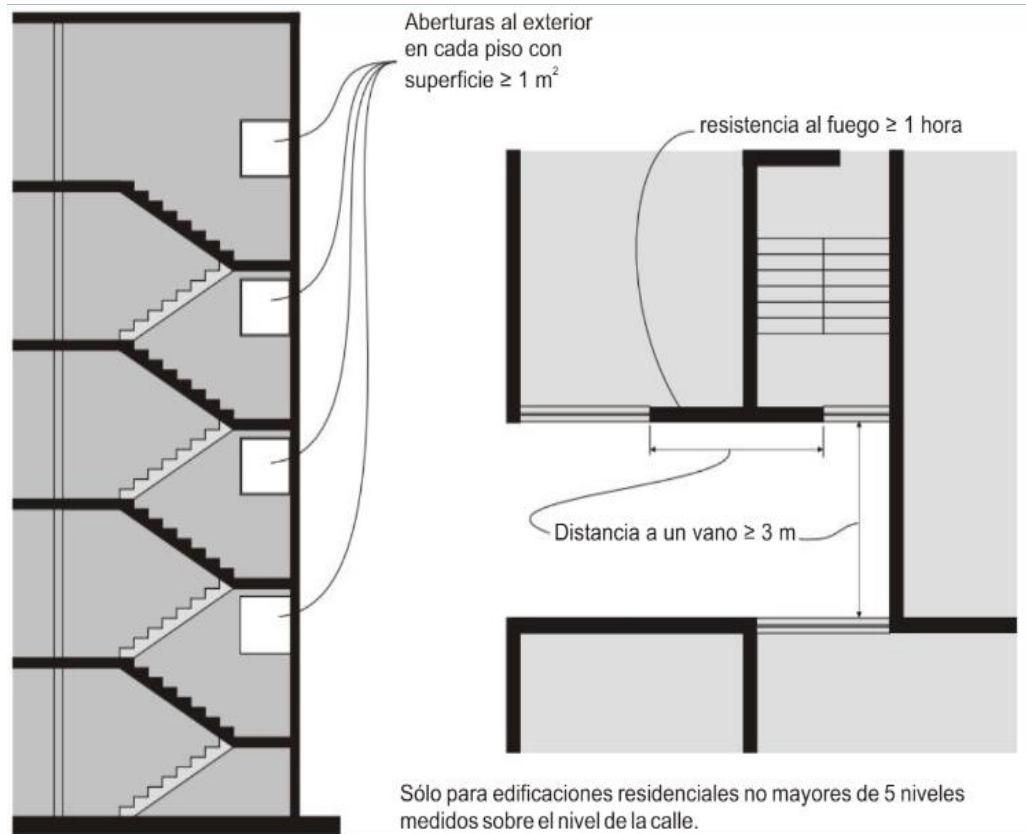


Nota: (RNE, 2023)

Según sus características:

Figura 24.

Escaleras Abiertas



Nota: (RNE, 2023)

C. COMERCIO A 070

“La norma A.070 COMERCIO del Reglamento Nacional de Edificaciones determina al Centro como un conjunto de locales es que, integrados en un edificio o complejo de edificios, bajo un proyecto planificado y desarrollado con criterio de unidad, donde se realizan actividades diversas de consumo de bienes y servicios de forma empresarialmente independiente también cuenta con bienes y servicios comunes.” (RNE, 2023)

“**DETERMINACIÓN DE AFOROS:** El número de personas de una edificación se determinará de acuerdo con la siguiente tabla en base al área de venta:” (RNE, 2023)

Tabla 7.

Determinación de aforo

CLASIFICACION	AFORO
Tienda independiente en primer piso (nivel de acceso)	2.8 m ² por persona
Tienda independiente en segundo piso	5.6m ² por persona
Tienda independiente interconectada de dos niveles	3.7m ² por persona
Locales de expendio de comidas y bebidas	
Restaurante, cafetería (cocina)	9.3 m ² por persona
Restaurante, cafetería (área de mesas)	1.5 m ² por persona
Comida rápida, comida el paso (cocina)	5.0 m ² por persona
Comida rápida, o al paso (área de mesas, área de atención)	1.5 m ² por persona

Fuente: (RNE, 2023)

“Para centros es, el número máximo autorizado de personas que puede admitir se determina en base a la sumatoria de la superficie de venta de los establecimientos que lo conforman.” (RNE, 2023)

Dotación de servicios sanitarios

“La dotación de aparatos sanitarios en el Centro se determina en base a la sumatoria del área de venta de los locales que empleen los servicios higiénicos colectivos.” (RNE, 2023)

Tabla 8.

Dotación de servicios sanitarios (Centro Comercial)

NÚMERO DE PERSONAS	HOMBRES	MUJERES
Hasta 200 personas	2L, 2u, 2l	2L, 2l
De 201 a 500 personas	3L, 3u, 3l	3L, 3l
Por cada 300 personas adicionales	1L, 1u, 1l	1L, 1l

Nota: (RNE, 2023)

“Los servicios higiénicos para personas con discapacidad serán obligatorios a partir de la exigencia de contar con tres artefactos por servicio, siendo uno de ellos accesibles a personas con discapacidad. En caso se proponga servicios separados exclusivos para personas con discapacidad sin diferenciación de sexo, este deberá ser adicional al número de aparatos exigible según las tablas indicadas en los artículos precedentes.” (RNE, 2023)

Cercos

Figura 25.

Cercos para CC



Nota: (RNE, 2023)

Características de los componentes

Dimensión de los Vanos:

Altura mínima = 2.10 m

Figura 26.

Altura mínima de CC

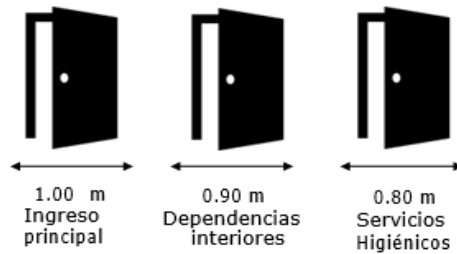


Nota: (RNE, 2023)

Ancho mínimo de vanos:

Figura 27.

Ancho mínimo de Centros Comerciales

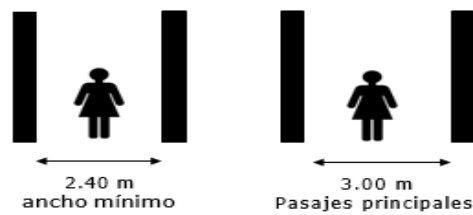


Nota: (RNE, 2023)

Ancho de pasajes de circulación del público

Figura 28.

Ancho de pasajes de circulación

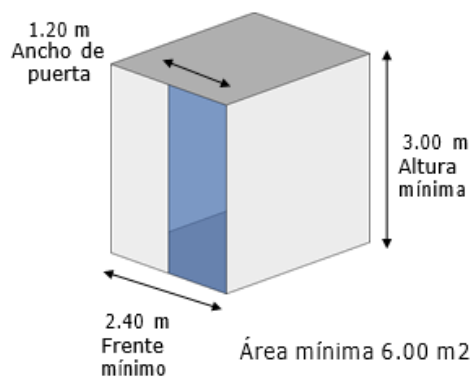


Nota: (RNE, 2023)

Dimensión de locales es:

Figura 29.

Dimensiones mínimas de locales comerciales



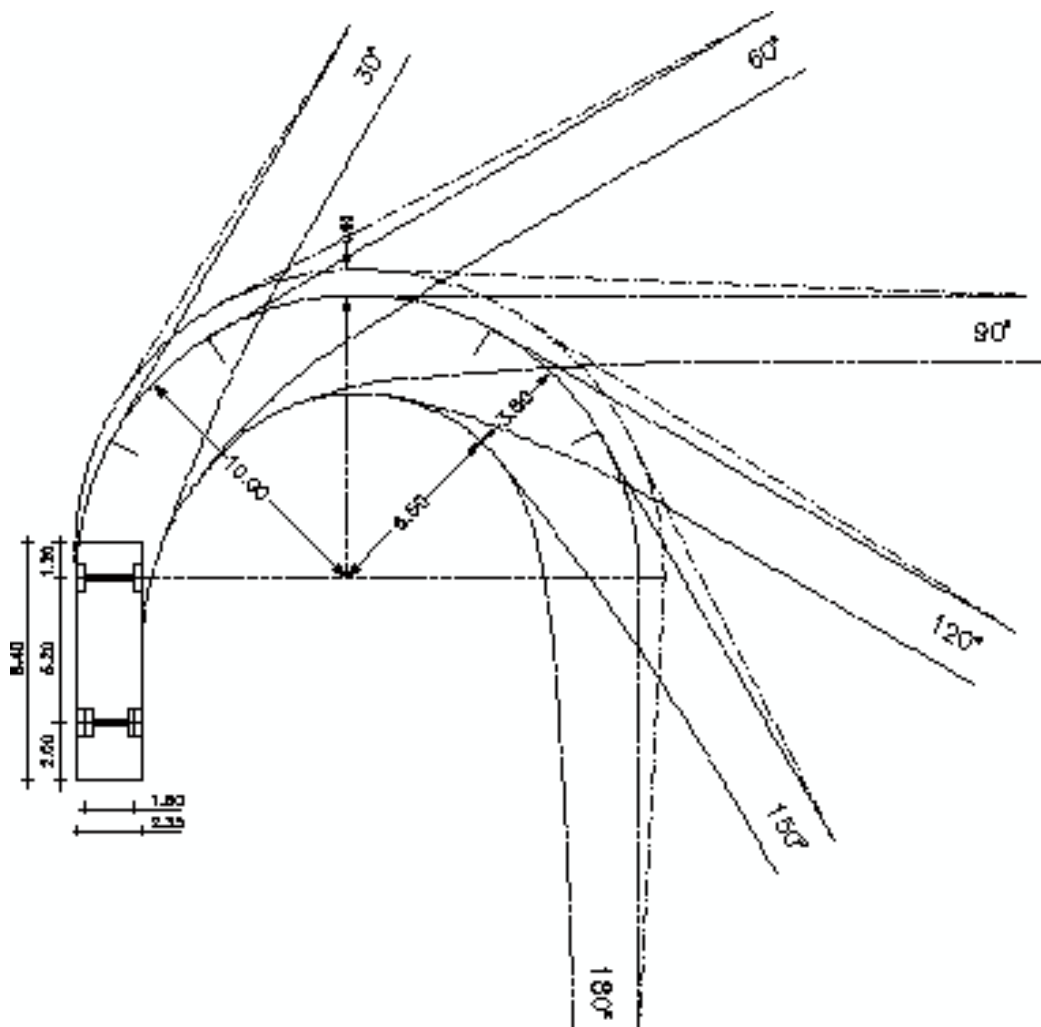
Nota: (RNE, 2023)

“Patio de maniobras:” (RNE, 2023)

- “Pistas o accesos de ingresos y salidas, ancho mínimo = 6.00 m” (RNE, 2023)
- “Radio de giro para vehículos de carga = 14.00m” (RNE, 2023)
- “Radio de giro para vehículos particulares = 6.50m” (RNE, 2023)

Figura 30.

Radios para patio de maniobras



Nota: (RNE, 2023)

- “Los ángulos de las entradas y salidas de los vehículos deben ser de 45° como máximo de 30° como mínimo” (RNE, 2023)

“Estacionamiento

Los Centros es deberán contar con estacionamiento dentro del predio, o en predios máximo a 200 m de distancia de los accesos al CC.” (RNE, 2023)

Tabla 9.

Número de estacionamientos según área techada

Hasta 1500 m ² de área techada	1 estacionamiento
De 1500 a 300 m ² de área techada	2 estacionamiento
Cada 3000 m ² adicionales	1 estacionamiento

Fuente: (RNE, 2023)

D. Accesibilidad para personas con discapacidad y personas adultas

mayores a.120

Accesos y circulaciones:

- “El ingreso a la edificación deberá ser accesible desde la acera correspondiente. En caso de existir diferencia de nivel, además de la escalera de acceso debe existir una rampa.” (RNE, 2023)
- “El ingreso principal será accesible, entendiéndose como tal al utilizado por el público en general.” (RNE, 2023)
- “Los pasadizos de ancho menor a 1,50 m. deberán contar con espacios de giro de una silla de ruedas de 1,50 m. x 1,50 m., cada 25 m. En pasadizos con longitudes menores debe existir un espacio de giro.” (RNE, 2023)

Rampas:

- “El ancho libre mínimo de una rampa será de 90 cm. entre los muros que la limitan y deberá mantener los siguientes rangos de pendientes máximas:” (RNE, 2023)

Se especificará con la siguiente tabla:

Tabla 10.

Pendientes máximas

PENDIENTES MAXIMAS	
Diferencias de nivel de hasta 0,25 m.	12% de pendiente
Diferencias de nivel de 0,26 hasta 0,75 m.	10% de pendiente
Diferencias de nivel de 0,76 hasta 1,20 m.	8% de pendiente
Diferencias de nivel de 1,21 hasta 1,80 m.	6% de pendiente
Diferencias de nivel de 1,81 hasta 2,00 m.	4% de pendiente
Diferencias de nivel mayores	2% de pendiente

Fuente: (RNE, 2023)

Ascensores:

- “Las dimensiones interiores mínimas de la cabina del ascensor en edificaciones de uso público o privadas de uso público, será de 1,20 m de ancho y 1,40 m de profundidad. Sin embargo, deberá existir por lo menos uno, cuya cabina no mida menos de 1,50 m de ancho y 1,40 m de profundidad.” (RNE, 2023)
- “Los pasamanos estarán a una altura de 80cm; tendrán una sección uniforme que permita una fácil y segura sujeción.” (RNE, 2023)
- “Las botoneras se ubicarán en cualquiera de las caras laterales de la cabina, entre 0,90 m y 1,35 m de altura. Todas las indicaciones de las botoneras deberán tener su equivalente en Braille” (RNE, 2023)
- “Las puertas de la cabina y del piso deben ser automáticas, y de un ancho mínimo de 0,90 m. con sensor de paso. Delante de las puertas deberá existir un espacio que permita el giro de una persona en silla de ruedas.” (RNE, 2023)

- “En una de las jambas de la puerta deberá colocarse el número de piso en señal braille. Señales audibles deben ser ubicadas en los lugares de llamada.” (RNE, 2023)

E. Requisitos de seguridad a.130

puertas cortafuego para un centro:

Artículo 47: “Cerramientos resistente al fuego requeridos para distintas áreas dentro de una edificación” (RNE, 2023)

Tabla 11.

Cerramientos resistentes al fuego

a) Los cerramientos que separen distintas áreas en edificaciones de uso	<p>almacén comercio industria</p>	<p>tendrán resistencia al fuego</p>	Mínima de 1 hora
b) Las áreas que contengan materiales de alto riesgo	- Los pasajes de acceso al área	<p>Tendrán resistencia al fuego</p>	<p>Sistema de cierre automático mínima hor</p>
c) Las edificaciones de comercio	- Estarán separadas del área de estacionamiento	<p>resistencia al fuego</p>	Mínima de 2 horas

Fuente: (RNE, 2023)

Tabla 12.

Tiempo de resistencia al fuego mínima para los elementos estructurales pórticos muros arcos losas

USOS DE LA EDIFICACION	SISTEMAS DE ROCIADORES	TIEMPO DE RESISTENCIA AL FUEGO MINIMO EN MINUTOS PARA:					
		SOTANOS		FISOS SUPERIORES			
		PROFUNDIDAD DEL SOTANO MAS BAJO (NPT)	ALTURA DEL PISO SUPERIOR SOBRE EL NIVEL DE DESCARGA DE OCUPANTES	</= 5m	</= 21m	</= 60m	> 60m
TIENDA CONJUNTA DE TIENDA GALERIA COMERCIAL	NO	NP	NP	90	90	120	NP
	SI	NP	NP	60	60	90	180
TIENDA POR DEPARTAMENTOS	NO	NP	NP	90	90	120	NP
	SI	NP	NP	60	60	90	180
SUPERMERCADO, MERCADO MAYORISTA/MINORISTA	NO	NP	NP	90	90	120	NP
	SI	NP	NP	60	60	90	180
CENTRO COMERCIAL COMPLEJO COMERCIAL	NO	NP	NP	90	90	120	NP
	SI	NP	NP	60	60	90	180

Fuente: (RNE, 2023)

Tabla 13.

Señalización, extintores portables, sistemas de rociadores, etc para CC

TIPO DE EDIFICACION	Señalización e iluminación de emergencia	Extintores portátiles	Sistema de Rociadores	Sistema Contra Incendios	Detección y Alarma Centralizado
Tienda					
Tienda de área techada total menor a 100 m ²	–	obligatorio	–	–	–
Tienda de área techada total mayor a 100m ² y menor a 750m ²	obligatorio	obligatorio	–	–	obligatorio (1)
Tienda de área techada total mayor a 750m ² y menor a 1500m ²	obligatorio	obligatorio	obligatorio (2)	–	obligatorio
Tienda de planta techada de área mayor a 1500m ²	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Conjunto de tiendas					
Conjunto de tiendas de un solo nivel y menor a 500m ² de área techada	obligatorio	obligatorio	–	–	obligatorio
Conjunto de tiendas de un solo nivel y área techada de entre 500m ² y 1000m ²	obligatorio	obligatorio	–	obligatorio	obligatorio
Conjunto de tiendas de un solo nivel y área techada mayor a 1000m ²	obligatorio	obligatorio	obligatorio (2)	obligatorio	obligatorio
Conjunto de tiendas entre dos y tres niveles, con área menor a 1000m ² en total	obligatorio	obligatorio	–	–	obligatorio
Conjunto de tiendas entre dos y tres niveles, con área mayor a 1000m ² en total	obligatorio	obligatorio	–	obligatorio	obligatorio
Conjunto de tiendas de mas de tres niveles	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Galería comercial (7)	obligatorio	obligatorio	–	–	obligatorio
Tiendas por departamentos	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Centro comercial					
Centro comercial de área menor a 500m ² por piso y no mas de 3 niveles	obligatorio	obligatorio	–	–	obligatorio
Centro comercial de área menor a 500m ² por piso y mas de 3 niveles	obligatorio	obligatorio	–	obligatorio	obligatorio
Centro comercial de área mayor a 500m ² y menor de 1500 m ² por piso y no mas de 3 niveles	obligatorio	obligatorio	–	obligatorio	obligatorio
Centro comercial de are mayor a 1500 m ² , por piso	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Complejo comercial	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio

Fuente: (RNE, 2023)

Artículo 28:

- a. “Las tiendas por departamentos, supermercados, no deben aportar evacuantes al interior del centro cuando no consideren un pasadizo protegido contra fuego entre la tienda por departamento y las tiendas menores, de manera que colecte la evacuación desde la puerta de salida de la tienda por departamentos al exterior del centro.” (RNE, 2023)

Figura 31.

Figura de evacuación en locales comerciales



Nota: (RNE, 2023)

b) Número de salidas:

Número de ocupantes menor o igual a 500 personas, no menor a 2 salidas

Figura 32.

Número de salidas menor igual a 500



Nota: (RNE, 2023)

Número de ocupantes mayores de 500 y no más de 1000 personas, no menor a 3 salidas.

Figura 33.

Número de salidas mayor a 500 personas



Nota: (RNE, 2023)

Número de ocupantes mayor a 1000 personas, no menos de 4 salidas

Figura 34.

Número de salidas mayor a 1000 personas



Nota: (RNE, 2023)

Artículo 90

Figura 35.

Separaciones para Contra fuegos no más de 3 niveles

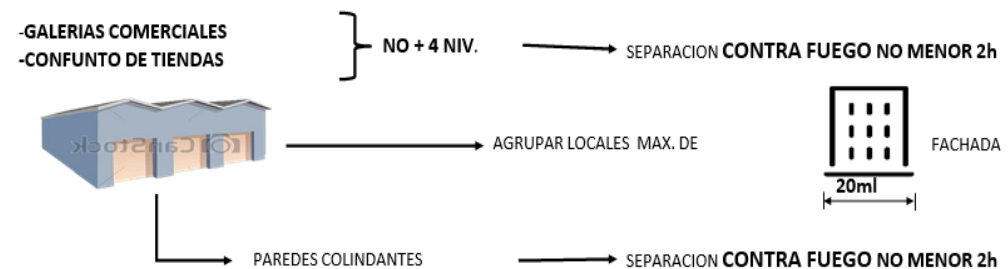


Nota: (RNE, 2023)

Artículo 90:

Figura 36.

Separaciones para Contra fuegos no más de 4 niveles



Nota: (RNE, 2023)

2.4.3. SISNE Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo

Equipamiento:

El equipamiento comprende de instalaciones públicas para el expendio de bienes de consumo directo, ya sea al por mayor o menor.

- Ciudad Mayor Principal: Juliaca El rol de esta ciudad se ve reflejado en la diversidad de la oferta de equipamiento ubicado principalmente en el área



central. Este equipamiento está conformado por los mercados de abastos, plataformas es, centros es y ferias semanales, que en su mayoría presentan infraestructura de carácter provisional. Una característica notable es la subutilización de los puestos, pues muchos de los comerciantes han optado por expender sus productos ocupando las veredas y vías aledañas a estos. (SISNE, 2011)

Otras referencias normativas revisadas

- Plan de Desarrollo Urbano de Juliaca 2016 – 2025
- D. S, N° 058-2007 Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Defensa Civil.
- Normas Técnicas Peruana NTP 350.043-1 Extintores.
- Normas Técnicas Peruana NTP 399.009 Colores patronos utilizados en señales y colores de seguridad.
- Normas Técnicas Peruana NTP 399.010 Colores y señales de seguridad.
- Código de seguridad de Vida Humana NFPA – 101

2.5. MARCO REAL: FASE DIAGNÓSTICA

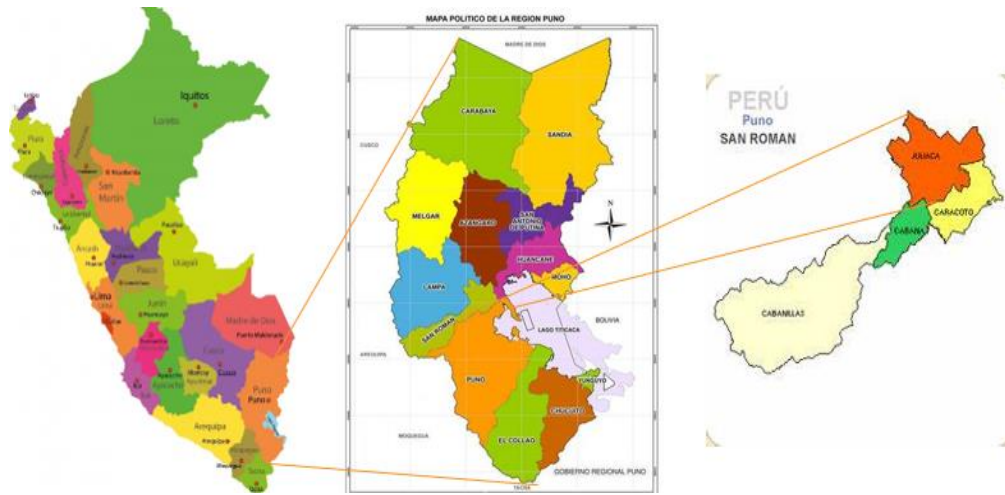
2.5.1. Análisis de contexto

Con respecto a este ítem se comenta lo siguiente:

“La propuesta investigativa es emplazada en la región de Puno, en la provincia de San Román y en el distrito de Juliaca.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Figura 37.

Localización de la propuesta

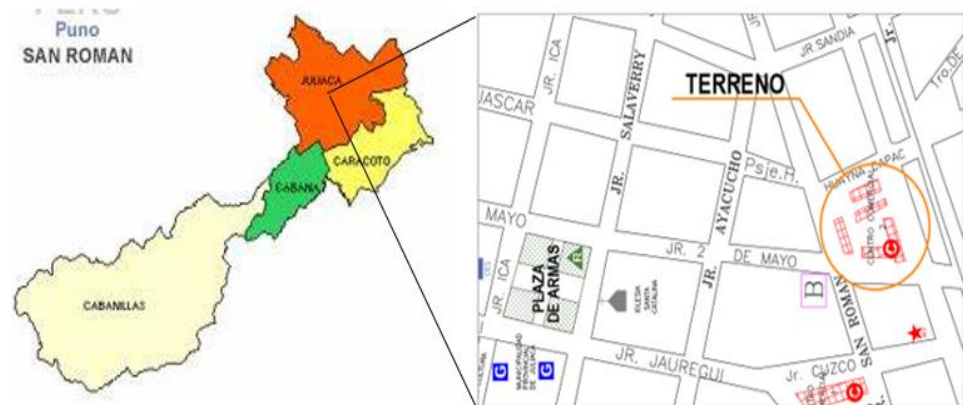


Nota: Elaboración propia

2.5.1.1. Ubicación geográfica

Figura 38.

Ubicación geográfica



Nota: Elaboración propia

2.5.1.2. Ubicación

Región : Puno
 Provincia : San Román
 Distrito : Juliaca
 Urbanización : Cercado

2.5.1.3. Altitud

La ciudad de Juliaca se ubica a una altitud de 3.824 metros sobre el nivel del mar.

2.5.1.4. Clima

Dichas características del clima fueron denotadas según el Plan de Desarrollo Urbano de la provincia de San Román.

“Según los estudios del Proyecto Especial Lago Titicaca, el clima de la ciudad de Juliaca está clasificado como semilluvioso y frío, con otoño, invierno y primavera secos, y está descrito como frío y seco. La temperatura fluctúa entre los 19°C y -7°C, siendo la temperatura promedio anual de 8.4°C. Los meses más cálidos son de noviembre a marzo y los más fríos de junio a agosto. El promedio anual de precipitaciones pluviales es de 610.3 mm, donde los meses de mayor precipitación son de enero a marzo.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 14.

Indicadores climatológicos

INDICADORES CLIMATOLÓGICOS OBSERVADOS EN EL 2001												
Estación Juliaca.- Coordenadas geográficas Latitud 15°28' S. Longitud 70°09' O. Altitud 3824 m.s.n.m.												
INDICADOR	ENERO	FEBRE	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPT	OCTUB	NOVIE	DICIE
Temperatura máxima (°C)												
Normal	16.6	16.5	16.3	16.7	16.3	15.9	15.8	16.7	17.4	18.6	18.8	17.5
Promedio	16.6	17.0	16.8	18.2	17.6	17.4	17.5	16.9	18.3	19.5	20.5	19.2
Temperatura mínima (°C)												
Normal	3.2	3.4	2.7	-0.2	-4.2	-7.6	-7.8	-6.0	-1.9	-0.4	-0.1	2.6
Promedio	4.3	4.9	4.3	2.3	-2.4	-4.2	-5.6	-3.8	-0.1	2.1	2.2	3.2
Precipitación (mm)												
Normal	118.8	104.0	98.7	30.0	8.8	1.1	1.8	5.1	22.5	42.8	49.6	90.0
Acumulado	382.0	164.0	168.8	21.0	2.0	12.0	23.3	82.1	35.0	80.6

Nota: Atlas Departamental del Perú: Puno y Tacna. – La Republica / Universidad Ricardo Palma.
– SENAMHI

“Juliaca ha sido denominada innumerables veces como la “ciudad de los vientos”, hecho que se confirma con los datos de velocidad y dirección de los vientos. Las mediciones muestran una intensidad máxima de 6 m/seg y un promedio anual de 3.4 m/seg, proveniente de las cuatro direcciones, principalmente la noroeste – sureste, desde el Lago Titicaca y la Laguna de Arapa. Los vientos se intensifican de julio a setiembre, sobrepasando los 7.3 nudos, dando origen a “vientos huracanados” que transportan polvo y otros contaminantes que cruzan toda la ciudad, causando destrozos en viviendas precarias.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 15.

Otras características climatológicas

OTRAS CARACTERISTICAS CLIMATICAS DE LA CIUDAD DE JULIACA	
ELEMENTO	DATO
Humedad Relativa	Promedio anual de 54%
Presión Atmosférica	645 mb
Radiación Solar	Promedio 462cal/cm ² .día
Insolación	3,005 horas de sol al año
Evaporación	1,450 mm de promedio anual

Nota: SENAMHI

2.5.1.5. Geología

“La ciudad de Juliaca ocupa 3330 Has, de las cuales alrededor del 74.61% (2429.16 Has son ocupadas por manzanas y 155.15 Has por vías asfaltadas) ha sido cambiada, de suelo natural a suelo construido, impermeabilizándolo. Esto significa que hasta para una pequeña lluvia le es difícil el escurrimiento natural, dificultando la evacuación natural de las aguas (por escurrimiento hacia los causes naturales, por evapotranspiración hacia la atmósfera o por absorción del subsuelo hacia

la napa freática) que incrementa los frecuentes empozamientos que la ciudad sufre. Si a esto le sumamos la predisposición natural del suelo de Juliaca a la acumulación de agua por la presencia de humedales, concluimos que Juliaca ha aumentado sus posibilidades de sufrir inundaciones, que están afectando las infraestructuras existentes y disminuyendo la calidad de vida de grandes sectores de población.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.1.6. Geomorfología

“La localización de Juliaca en la meseta de Huata, un espacio relativamente plano sin grandes accidentes geográficos, ha favorecido el crecimiento horizontal de la ciudad durante los últimos años a través de una trama regular de manzanas que se han ido anexando a las ya existentes, sin dejar los grandes espacios necesarios para la formación de áreas verdes y otros tipos de equipamiento necesarios para el desarrollo sostenible de la ciudad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Según los datos obtenidos, el 94.67% del área urbana de Juliaca está localizada en terreno plano llamado de Meseta, el 3.04% se asienta en las zonas de “valles” que forman los cerros aledaños y sólo el 2.29% está localizado en los cerros circundantes. Presenta una pendiente entre 0% y 5%, lo que explica la limitada capacidad del territorio para la evacuación natural de las aguas, ya sean las originadas por precipitación o las generadas por la actividad urbana y, asimismo, la instalación de desagües encuentra problemas en varios sectores de la ciudad, debido principalmente a la baja pendiente del territorio, hecho que obligará a las



autoridades correspondientes a adoptar medidas creativas para abastecer de red pública de desagües a toda la ciudad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.1.7. Biodiversidad

Flora

“La vegetación es más o menos homogénea, cuya composición principal es a base de gramíneas que se presentan formando manojos que conforman una cubierta más o menos densa. Entre las principales especies tenemos: Queñua, Quishuar, Kolli, Puya, Tola, Cantuta, Yareta, Paipa, Mutuy, Roque, entre otras.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Asimismo, la riqueza genética y calidad de muchas de las especies de flora existentes en la zona es una fortaleza muy importante, debido a la cantidad de especies disponibles con un enorme potencial de uso medicinal.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Fauna

“La fauna encontrada en el sector es de una enorme variedad acuática y terrestre, representativa de esta zona ecológica. Mucha de ella habita en los alrededores de Juliaca, aunque son muchas las especies de aves que aprovechan los basurales a cielo abierto y los empozamientos de agua producidos después de las lluvias como espacios de alimentación y refugio. Existen especies de mamíferos, anfibios, reptiles, aves y fauna acuática, tanto en la ciudad como en sus inmediaciones.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.1.8. Área

Área: 4 953.15 m²

Perímetro: 290.10 ml

Figura 39.

Área del emplazamiento



Nota: Elaboración propia.

2.5.2. Predominio demográfico y económico de Juliaca

“Esta tendencia está determinada por su tamaño poblacional y urbano y por las importantes actividades económicas realizadas en su estructura urbana en comparación con las otras ciudades de la región.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.2.1. El crecimiento demográfico de Juliaca

“Socialmente es una ciudad de marcados contrastes culturales, cuyas manifestaciones son expresiones de comportamientos o patrones culturales que tienen raíz histórica. También contribuyeron a ello, la oleada de los migrantes de primera generación desde décadas atrás y que



corresponden a pobladores originarios quechuas y aimaras, quienes han contribuido ostensiblemente, en términos de ocupación espacial y dinámica demográfica, a lo que es Juliaca actualmente. Por otro lado, migrantes extra regionales y extranjeros han estado presentes en los diferentes periodos de crecimiento urbano.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Por estas razones, la evolución de la población ha mostrado un crecimiento demográfico sostenido desde principios del siglo pasado, pasando de un patrón de asentamiento rural en los primeros años del siglo XX hasta la urbanización acelerada de las décadas de los 80’s y 90’s, donde en 1993, Juliaca superó la barrera de los 100 000 habitantes y consolidó su condición de subcentro del sistema urbano regional. Desde entonces Juliaca había sido centro de un acelerado crecimiento poblacional, donde incrementa porcentualmente su población urbana en el orden de 3.0%, 5.5% y 8.5% en los diferentes periodos intercensales.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 16.

Proyecciones de población de la provincia de San Román

PROYECCIONES DE POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SAN ROMÁN Y DISTRITO DE JULIACA 2004 – 2015												
LOCALIDAD	POBLACIÓN PROYECTADA / AÑOS											
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PROVINCIA SAN ROMÁN	235.160	238.559	244.770	251.128	257.654	264.369	271.230	278.281	285.520	292.948	300.565	308.671
DIST. JULIACA	215567	222034	228695	235556	242623	249901	257398	265120	273074	281266	289704	298395
CIUDAD JUL. ¹	202245	208312	214562	220999	227629	234457	241491	248736	256198	263884	271800	279954

Nota: Instituto Nacional de Estadística INEI Puno

“Como producto de la situación señalada, la Tasa de Crecimiento Poblacional (3,0% para los 90’s y 2000 en adelante) se mantiene todavía en niveles altos en relación al promedio nacional y regional. Se considera

que esta tendencia se mantendrá durante los tres primeros lustros del presente siglo, debido a que no se observa cambios importantes en los factores que inciden en este comportamiento poblacional y la presencia de factores favorables al crecimiento de la economía juliaqueña, como son el mantenimiento del dinamismo comercial como consecuencia de mayor fluidez de la circulación mercantil producto del mejoramiento vial que une Juliaca con los principales centros económicos de la Macro región Sur, la región altiplánica y prospectivamente, la influencia positiva de la futura carretera Interoceánica, además de la consolidación del eje turístico Cusco-Tinajani-Pucará-Lampa-Puno-Desaguadero-La Paz.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 17.

Tasas de crecimiento de la población por periodos intercensales

TASAS DE CRECIMIENTO DE POBLACIÓN POR PERIODOS INTERCENSALES					
ÁMBITO	1940 – 61	1961 - 72	1972 - 81	1981 - 93	1993 - 2002
Región Puno	0,6	1,0	1,3	1,6	1,5
Prov. San Román	2,5	3,3	4,8	4,2	2,6
Dist. Juliaca	6,0	6,1	7,9	4,7	3,0

Nota: Instituto Nacional de Estadística INEI Puno

2.5.2.2. Condiciones de empleo de Juliaca

“Según información del INEI, la Población Económicamente Activa (PEA) de Juliaca, en el año 1993 llegó a las 48,946 personas. Transcurrida una década, en la actualidad se estima que debe estar bordeando las 70,000 personas, cifra que representa casi la tercera parte de la población total del Distrito (32.21%). Otros datos muestran que Juliaca absorbe 91.07% de la PEA provincial, es decir que 9 de cada 10 personas

en condiciones de trabajar lo hacen en Juliaca.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Otra característica de la PEA urbana es la predominancia de ocupación en actividades terciarias como: comercio, servicios sociales y personales e institucionales. Similar situación se observa en la PEA ocupada no pobre, donde además de las actividades terciarias, participan en agricultura, construcción y actividades manufactureras. Esta situación se refleja en la forma que se está ocupando el espacio en la ciudad, donde un gran porcentaje del suelo urbano está dedicado al comercio, la manufactura y los servicios, existiendo demandas de un sector poblacional para aumentar la disponibilidad de espacios en estos rubros. Si bien es cierto que estas actividades pueden convivir convenientemente en el espacio urbano junto con otras de diverso tipo, actualmente Juliaca no ha podido ordenar y controlar convenientemente la localización de las mismas, hecho que hoy se ha convertido en uno de los principales problemas urbanos. (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 18.

Población económicamente activa

OCUPACIÓN PRINCIPAL	DISTRITO JULIACA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 6 AÑOS Y MÁS, POR SEXO, GRANDES GRUPOS DE EDAD, SEGÚN OCUPACIÓN PRINCIPAL, 1993 (Estructura Porcentual)							
	POBLACION			GRANDES GRUPOS DE EDAD				
	TOTAL ABSOL.	HOMBR	MUJER	6 A 14 AÑOS	15 A 29 AÑOS	30 A 44 AÑOS	45 A 64 AÑOS	65 Y MÁS
Dpto. PUNO	330669	210486	120183	10752	112360	104680	76159	25718
Prov. SAN ROMÁN	63747	34608	19139	1357	21078	19696	9688	1928
% Respecto a Departamento	16.25	16.44	15.92	12.62	18.76	18.82	12.72	7.50
Dist. JULIACA	48946	31386	17560	1234	19515	18387	8403	1407
% Resp. a Prov. S. Román	91.07	90.69	91.75	90.94	92.58	93.85	86.74	
Miembros P. Ejec. y Leg., Dir. Adm. P[ub. Y Empleados	0.51	0.61	0.32	0.00	0.25	0.62	0.93	0.71
Profes., Científ. e Intelectual.	10.26	10.45	9.91	0.00	8.43	13.87	9.27	3.20
Téc. Niv. Med. y Trab. Asmil	2.96	3.43	2.11	0.32	2.92	3.62	2.30	1.14
Jefes y Empleados de Oficina	3.01	2.90	3.22	0.64	2.96	3.67	2.33	1.28
Trabaj. Serv. Pers. y Vend. del Comercio y Mercado	17.95	13.67	25.61	9.24	16.82	19.01	19.43	18.55
Agricul. Trabaj. Calif. Agrop. y Pesqueros	3.04	4.68	2.31	2.11	2.40	2.97	7.24	15.99
Obreros y Oper. Minas, Cant., Ind. Manuf. y Otros	16.97	18.33	14.59	12.48	17.91	15.87	17.42	19.62
Obreros Construi., Conf. Papel, Fabr. Instrui. Musical.	10.05	14.68	1.79	4.54	7.35	11.48	14.16	9.17
Trabaj. No Calif. Serv., Peón, Vend. Ambul. y Afines	19.38	11.25	22.68	27.63	20.77	18.25	18.01	15.99
Otra	0.93	1.41	0.06	0.00	1.01	1.14	0.55	0.14
Ocupación No Especificada	7.96	6.08	11.34	37.93	8.20	5.92	6.63	13.08
Busca Trab. Por Primera Vez	6.19	6.26	6.06	5.11	10.98	3.60	1.74	1.14
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Nota: Instituto Nacional de Estadística INEI Puno



“Según las últimas Encuestas de Hogares a nivel nacional, el desempleo de las áreas urbanas de la sierra, como es el caso de Juliaca, observaría tasas de desempleo, entre 7.0 y 8.0%, similares a las del promedio nacional, siendo la PEA la que estaría en situación de pobreza, al presentar tasas superiores al 9.0%, no así la no pobre, cuyas tasas son inferiores al 7.0%. De acuerdo a quintiles de ingreso, el desempleo afecta más al I Quintil, estrato más pobre que presenta tasas superiores al 10.0%; así como al II Quintil que presenta tasas entre 8.0 y 9.0%. El menos afectado es el V Quintil, estrato de mayores ingresos, cuya tasa de desempleo es inferior al 6.0%.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Esta situación de desempleo ha originado la transformación acelerada en los usos de suelo en los últimos años, obedeciendo a la necesidad de un gran sector de la población de procurarse autoempleo, utilizando para ello su propia vivienda. Este hecho ha motivado incompatibilidades en los usos de suelo, así como ocupación desordenada de los espacios públicos de la ciudad, situaciones que disminuyen la calidad del espacio urbano.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.2.3. Comercio y la manufactura - soporte económico de Juliaca

Actividad primaria

“Porcentualmente, esta actividad no es significativa en la estructura económica de la ciudad de Juliaca, aunque el área rural concentra el 43.71% de los productores de la provincia.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)



“Las principales actividades primarias son la crianza de ganado vacuno, la producción de leche y el cultivo de quinua, que son los productos que tienen mayor rentabilidad. En el caso específico de la actividad pecuaria, su preponderancia se explica porque ofrece mayor garantía de trabajo y proporciona un ingreso estable al agricultor.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Actividad industrial

“A nivel regional, la actividad industrial está concentrada en la Provincia de San Román en un 57.53% y, en menor medida, en Puno, 26.00%. Ello se explica por la localización estratégica de Juliaca, lo que permite ubicar a las fábricas cerca de los lugares de venta, con un ahorro importante de costos de transporte.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Actividad Artesanal

“Es otra de las grandes actividades de la estructura económica de la ciudad, a pesar de que el 73.90% de artesanos se encuentran en la informalidad. Según estadísticas del sector, existen 18 gremios artesanales de diferentes rubros en Juliaca, cuyas características son: debilidad en su organización y su vida orgánica, se encuentran dispersos trabajando con marcado individualismo, lo que limita su participación en la comercialización, las finanzas, la capacitación, la participación en ferias nacionales e internacionales, entre otros.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)



“Las principales líneas de producción artesanal son: tejidos de punto, cerámica, hojalatería, bordados, alfombras y tapices y fabricación de máscaras folklóricas de yeso y latón, lo que confirma la gran presencia del componente étnico y cultural expresado en todos los aspectos de la vida de la población.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Se estima que, en promedio, cada empresa artesanal está constituido de 2.5 miembros (padre, madre, hijos), donde el 63% consideran esta actividad como secundaria y de apoyo a otras actividades económicas familiares. Asimismo, utilizan el 90% de materia prima proveniente de la región, el 60% de los productos artesanales se realiza a mano, el 56% corresponden a la actividad de tejidos de punto a mano y a máquina, el 8% a la producción de gallardetes y estandartes, el 5% a la actividad de bordados, el 4% a la actividad de artículos de piel y artículos de material transable, entre otros.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“De acuerdo al directorio actualizado al mes de agosto 2002, 662 empresas artesanales declaran sus impuestos a SUNAT, y se estima que, durante el año de 1999, el valor de la producción artesanal ascendía a S/. 77.437 miles de soles. La importancia económica que está actividad está tomando se refleja en una creciente demanda de los productos de tejidos en los mercados internacionales como México, Inglaterra, Italia, Canadá, España, Japón, Estados Unidos y Ecuador, a pesar de su baja inversión (99% utiliza recursos propios) y su poca capacitación.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)



“Por ello es indispensable que la ciudad otorgue espacios especiales con las condiciones adecuadas, para la realización de esta actividad, de manera tal que de alguna manera se asegure su existencia y su rol en la economía familiar de Juliaca.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

La actividad comercial

“El Comercio es la actividad más importante de la ciudad de Juliaca, donde según datos obtenidos, existían al año 2000, 14,429 empresas formales, de las cuales el 70% corresponden a las actividades de comercio mayorista, minorista y servicios.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Espacialmente, estas actividades no presentan marcadas especializaciones en su localización en la ciudad, donde los centros comerciales ofrecen productos diversos como: confecciones, perfumería, dulcería, zapatería, artesanía, utensilios de cocina, etc.; salvo raras excepciones, como el Mercado Manco Cápac, donde se ofrecen productos agropecuarios y otros.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“La actividad comercial en Juliaca presenta características singulares, debido a la enorme importancia económica de la actividad y de la presencia de un gran porcentaje de comercio informal. Este último es realizado como un medio de subsistencia por las personas y familias provenientes de los estratos sociales de bajos ingresos y se localiza principalmente en lugares poco apropiados, como las calles, plazas y parques de la ciudad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)



“Los datos obtenidos muestran que en el período comprendido entre los años de 1992 – 1999, han sido inscritos en el Sistema de Registro Unificado, 8,159 establecimientos comerciales y de servicios, mientras que se estima que aproximadamente 35,000 establecimientos operan dentro de la informalidad. Estos realizan sus actividades en tres centros comerciales, tres mercados de abastos, dos mercados de ferias semanales (Domingo y Lunes, en donde se realiza la venta de productos importados de varios países) y establecimientos ubicados en diferentes arterias de la ciudad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Los centros comerciales más importantes son: San José, Tupac Amaru y Manco Cápac, que no sólo utilizan su infraestructura para la realización de actividades comerciales, sino también sus calles adyacentes, llegando a conformar un gran “triángulo comercial” de gran congestión vehicular y peatonal, aparte de la enorme cantidad de residuos sólidos que producen.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“Por otro lado, destacan las grandes Ferias Comerciales de productos de la Región que se realizan principalmente en Cerro Colorado (los días sábados), en el Mercado Dominical (a unas pocas cuadras del Mercado Central) y la compra-venta de vehículos de todo tipo en la Avenida Circunvalación (los días lunes). Finalmente, la zona céntrica de la ciudad es el lugar donde mayormente se realiza el comercio formal, principalmente en las avenidas Mariano Núñez, San Román, Moquegua, Huancané, Lambayeque y Huáscar. Aunque Juliaca es considerada un centro comercial a nivel del sur de País, carece de infraestructura de apoyo y dinamización de la comercialización de productos que eleven la

competitividad y productividad de estas actividades, por lo que es necesario la creación de centros de comercialización especializada, por líneas de productos, procedencia y/o mayores volúmenes de producción industrial, artesanal y aquellos de importación, descentralizados hacia los principales ingresos de la ciudad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Actividad Turística

“Juliaca cuenta con una diversidad de recursos turísticos en su entorno inmediato, que no son adecuadamente explotados, por la poca conciencia de lo que esta actividad significa en las economías urbanas. Entre estos recursos tenemos:” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 19.

Actividad turística

INTERNOS	EXTERNOS
<ul style="list-style-type: none">- Templo colonial Santa Catalina.- Templo Nuestra Señora de la Merced.- Convento Franciscano.- Cristo Blanco – Mirador Huaynaroque.- Museo de Arqueología y paleontología.- Galería de las calceteras- Mercadillos locales	<ul style="list-style-type: none">- Laguna de Chaccas, Kokan, Capachica y Cheefrom.- Lago Titicaca- Ciudad de Lampa- Chullpas de Sillustani

Nota: Elaboración propia

“Paralelamente, en los últimos cinco años, el arribo de turistas nacionales a Juliaca ha sido creciente. De registrarse 65,916 arribos, en el año 1999, en el año 2003 se tuvieron 79,394; lo que representa un incremento de 20.45%. Hacia el mes de febrero del presente año, se tenía un acumulado de arribos que llegaba a 11,766. Diversas circunstancias han llevado a este comportamiento; entre ellas podemos señalar la mejora y modernización de las vías de acceso a la ciudad, el incremento en el número de establecimientos de hospedaje, el hecho de que la ciudad sea



un sitio de paso y de descanso que une a diversas ciudades y pueblos de nuestro país.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“De continuar esta tendencia, la ciudad debe prepararse para ofertar los servicios y equipamientos adecuados a los turistas, si es que quiere convertirse en un centro de infraestructura turística. Para ello debe mejorar sus infraestructuras básicas, sus vías y la calidad de sus construcciones, tarea en la deben intervenir conjuntamente la población y sus instituciones públicas y privadas.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.2.4. La economía informal y su expresión en el espacio urbano

“La economía informal en Juliaca, está expresada: el comercio informal, basado en la actividad del contrabando en su mayoría. Según estimaciones, el número total de personas dedicadas a esta actividad en Juliaca asciende a más de 16 mil personas, que comercializan diversos productos provenientes de Argentina, Bolivia, Brasil, Corea, Taiwán y China, en diversos lugares de la ciudad, como: la Plataforma San José Aconfia, la Feria Dominical y en los alrededores de la Plaza San José I Etapa, la Plataforma Comercial 24 de Octubre, en el Mercado las Mercedes y Explanada, el Centro Comercial Túpac Amaru y sus alrededores, el Mercado Santa Bárbara y sus alrededores, el Mercado de Cerro Colorado, la Plataforma y sus alrededores, entre otros.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

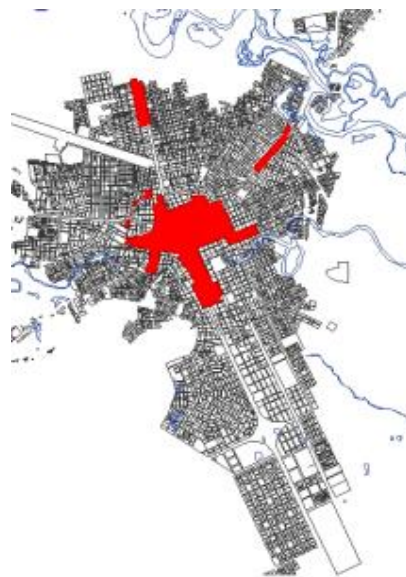
“De acuerdo a las estimaciones, el 69.28% de los comerciantes informales se dedican a la venta de prendas de vestir (artículos de consumo esencial de la población) por sus bajos precios en relación a la producción

nacional; en segundo lugar, están los comerciantes que se dedican a la venta de zapatos, dulces, perfumes, cristalería, artículos eléctricos y de pan llevar, con un nivel de participación que oscila entre el 3 y el 6%.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“El capital invertido por la mayoría de comerciantes (aproximadamente el 60.0% del total), oscila entre los 3,001 y 5,000 nuevos soles, unos 27’208,800 aproximadamente, el siguiente rubro (cerca del 30%) tiene invertido en conjunto un capital de 2’250,000 nuevos soles y el tercer segmento (cerca del 9%) tiene invertido en conjunto un capital de más de 5’101,650 nuevos soles. Este cálculo nos indica una inversión global de alrededor de los 35 millones de nuevos soles en la actividad de comercio ambulatorio, de allí su importancia en la economía de la ciudad y familiar, en donde cerca del 35% de la población depende directa o indirectamente de esta actividad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 20.

Ubicación del comercio informal ambulatorio



Nota: (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Tabla 21.

Numero de comerciantes dedicados al comercio ambulatorio

NUMERO DE COMERCIANTES DEDICADOS AL COMERCIO AMBULATORIO		
Sector o Zona Comercial	N° de Comerciantes (1)	%
Santa Bárbara-Sandia, Huascar, Lampa, Junín	576	3.57
Zona Centro Comercial N° 2, Jr. 2 de Mayo, H. Roque, M. Núñez	508	3.15
Zona Tupac Amaru, Jr. Moquegua y adyacentes	134	0.83
Jr. Huancané y calles adyacentes	266	1.65
Calles adyacentes a Zona Tupac Amaru	522	3.23
Comerciantes diferentes calles de Juliaca	1285	7.96
Comerciantes aledaños a la Plaza San José I Etapa	1852	11.47
Plataforma el Altiplano San José Aconfla	2973	18.42
Plataforma comercial 24 de Octubre	1338	8.29
Mercado Zonal Cerro Colorado	96	0.59
Exteriores del Mercado Cerro Colorado	97	0.60
Plataforma Comercial Cerro Colorado	166	1.03
Mercado Pedro Vilcapaza	89	0.55
Explanada de Mercado P.V.A.	232	1.44
Aledaños del Mercado P. Vilcapaza	159	0.99
Comerc. Ubic. En diferentes parques, plazas y calles	211	1.31
Comerc. Ubicados en Av. Circunvalación G.U.E.J.A.E.	219	1.36
Mercado Las Mercedes y Explanada	1251	7.75
Plataforma Mi Perú	252	1.56
Kioskos en A. Jorge Chávez y en Jr. San Juan de Dios	87	0.54
Comercio Ambulatorio Salida a Cusco	210	1.30
Feria Dominical	3000	18.59
Comedor Popular San Ana	105	0.65
Plaza Manco Capac	415	2.57
Mercado Zonal San Luis	99	0.61
Total	16,142	100.0

Nota: (Román, Plan Director de Juliaca , 2004)

2.5.3. Accesibilidad y vías

Comprendidas de la siguiente manera:

2.5.3.1. Estructuración del sistema vial

Vías regionales

“Denotadas por ser las vías más importantes del sistema, porque une la ciudad con la Macro Región y el país, articulando áreas productivas y asentamientos humanos. Estas vías regionales se encuentran determinadas por las carreteras: Juliaca – Cuzco, Juliaca – Arequipa, Juliaca – Puno – Moquegua – Tacna, y la segunda circunvalación que se comporta como un elemento catalizador del tráfico y discrimina los modos de transporte.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Figura 40.

Vías regionales de la ciudad de Juliaca

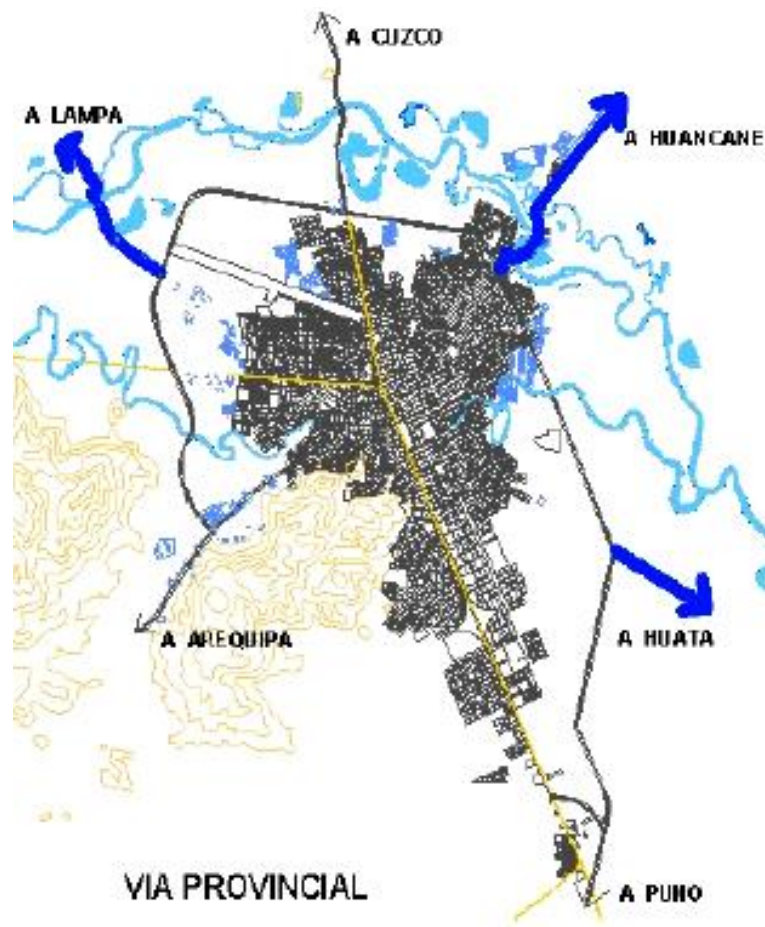


Nota: (Román, Plan Director de Juliaca , 2004)

- Vías provinciales: “Son las vías que articulan la ciudad con las Provincias y estas son: por el Noroeste con Lampa, por el Noreste Huancané y por Sureste con Huata (Puno). Son de carácter comercial, turístico, paisajístico e Histórico.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Figura 41.

Vías provinciales de la ciudad de Juliaca



Nota: (Román, Plan Director de Juliaca , 2004)

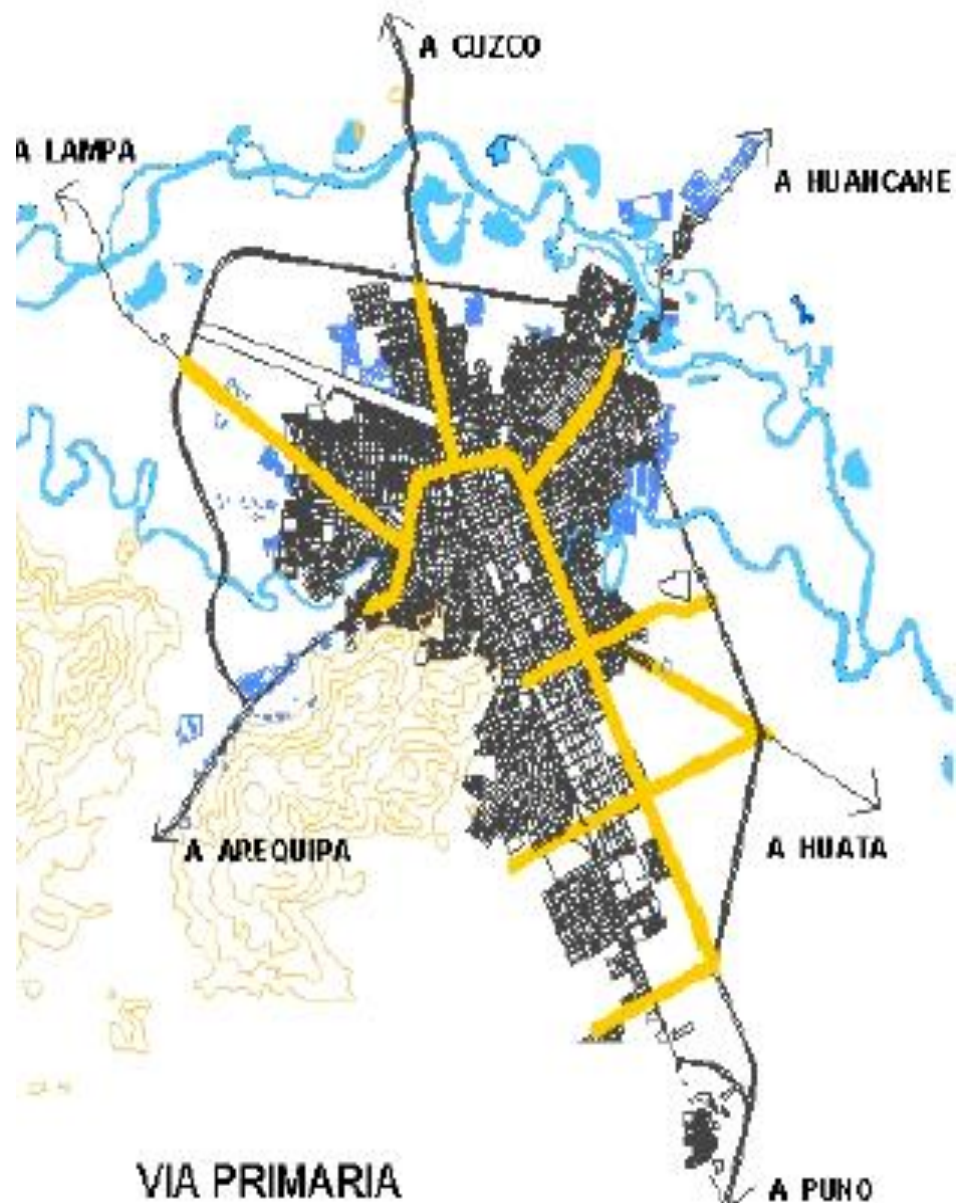
- **Vías urbanas:**

“Primarias: Son vías de carácter urbano que se articulan a las vías Regionales y Provinciales, permitiendo la accesibilidad y fluidez del tráfico al interior de la ciudad, estableciendo asimismo flujos entre los sub centros importantes de la ciudad, configurando una ciudad radial y concéntrica. Estas vías admiten el tránsito a velocidades medias y altas. Se caracteriza por presentar vías de servicios laterales, tener secciones viales entre 25.00 m. y 111.00 m. y está compuesta por las siguientes vías: La Av. Huancané, Av. Nueva Zelandia, Av. Juliaca, Av. Independencia, Av.

APIRAJ, Av. Modesto Borda y la Primera Circunvalación.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Figura 42.

Vías principales de la ciudad de Juliaca



Nota: (Román, Plan Director de Juliaca , 2004)

“**Secundarias:** Son vías de carácter urbano que en conjunto determinan una malla que articula al sistema vial primarios y que permiten la accesibilidad y fluidez del tráfico al interior de los sectores urbanos.



Constituye el soporte básico para el transporte masivo y privado a las zonas residenciales, comerciales, industriales y recreacionales. Tiene una sección variable de 11.00 m. a 13.00 m. Se encuentra configurada por las siguientes vías: Av. San Martín, Av. Tacna, Av. Marañón, Av. Andrés Avelino Cáceres, Av. Ferrocarril, Av. Infancia, Jr. Asunción, Jr. Jorge Chávez, Jr. Mariano Núñez, Jr. Calixto Arestegui, Jr. Cuzco, Jr. Palmera, Jr. Abrahán Váldelomar, Jr. Santiago Giraldo, Jr. San Agustín y otras no habilitadas.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

“**Locales (mayores):** Conformadas por aquellas vías de menor jerarquía que complementan la red vial principal canalizando los flujos residenciales de los sub. Centros de la ciudad y articulándose con las vías secundarias. En su mayoría son vías de un solo carril, admitiendo velocidades medias y bajas. Las secciones viales son variables, en función a las existentes de 9.00 ml. a 32.10 ml. Se encuentran conformadas por las siguientes vías: Av. Ucayali, Av. Amazonas, Jr. Orinoco, Av. Industrial, Jr. Cabana, Jr. 4 de Noviembre, Jr. Melgar, Av. Santa Rosa, Jr. Lima, Jr. San Román, Jr. Bracesco, Av. Ferial, Av. Jorge Chávez, Av. Normal, Jr. Serafín Firfo, Jr. Ricardo Palma, Jr. José Olaya, Av. Héroes de la Guerra del Pacífico, Av. Leónidas Hallasi, Av. José Carlos Mariátegui, Jr. Rufino Cuba Paredes, Jr. Castro Virreyña, Jr. Amadeo Lambaeta, Jr. Yahuar Huaca, Jr. 6 de Agosto, Jr. 9 de Octubre, Jr. Raúl Porras, Av. Manco Cápac, Av. Perú, Jr. San Francisco, Jr. Mama Ocllo, Jr. Chachani, Jr. Revolución, Jr. Ciudad de Dios, Jr. Pedro Vilcapaza, y otras vías aun no habilitadas.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Figura 43.

Vías locales de la ciudad de Juliaca



Nota: (Román, Plan Director de Juliaca , 2004)

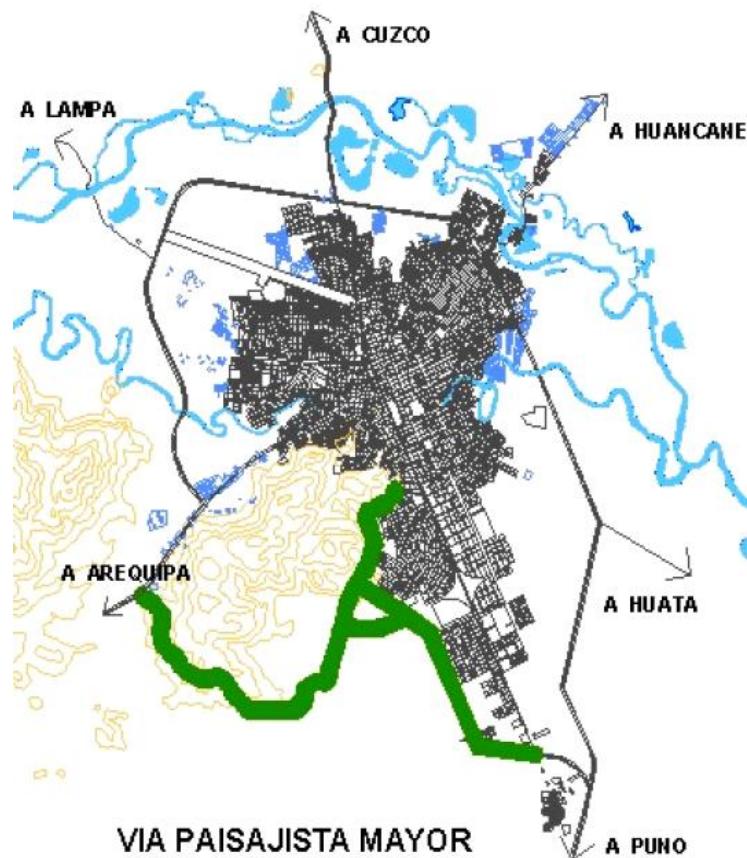
“Locales (menores): Todo el resto de vías, que definen el tejido urbano de la ciudad.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Vías paisajistas:

“Mayor: Estas vías están consideradas como unas vías para el transporte de carga pasajeros y vehículos particulares que estén de paso y que no requieran ingresar a la ciudad parte del intercambio vial de la Vía Regional y Av. Héroes de la Guerra del Pacifico (salida a Arequipa), bordea los cerros: monos, Chilliquin, Herolane y se empalma con la vía regional en la zona sur (salida a Puno). Tiene una sección de 30 ml. Se caracteriza por ser vías afirmadas de buena calidad con un diseño especial de arborización y mobiliario.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

Figura 44.

Vías paisajistas mayor de la ciudad de Juliaca



Nota: (Román, Plan Director de Juliaca , 2004)

“**Menores:** Son vías de interés turístico y medio ambiental, que articula la ciudad con el contexto rural y las fuerzas motrices como, el río Juliaca, las lagunas Chacas, Korihuata, Collpami, Cojoncha y los humedales. También une a los asentamientos humanos como Kokan, Caminaca, Quecochupa, Huasalara y otros. El material de las vías será afirmado de buena calidad con una sección de 6.00 ml.” (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

2.5.4. Infraestructura existente

La infraestructura existente, es la edificación que en la actualidad es denominada como Centro Comercial N° 02, la cual cuenta con los siguientes espacios los cuales son tiendas comerciales:

Tabla 22.*Componentes actuales del Centro Comercial N° 02*

Item	Rubro y/o especialización	Cantidad
01	Cerrajero (llaves)	2
02	Snack	20
03	Óptica	7
04	Agente	3
05	Fotocopias e impresiones	32
06	Venta de frazadas	1
07	Venta de lana	2
08	Librería	4
09	Venta de zapatos	6
10	Internet	19
11	Casa naturista	1
12	Venta de telas	8
13	Locutorio	1
14	Zapatero	1
15	Compra de oro	4
16	Joyería	1
17	Venta de encajes y demás	6
18	Cafetería	4
19	Sastrería	3
20	empastadora	5
21	Salón de belleza	3
22	Escuela de docentes	1
23	Gigantografías	3
24	Estudio de contabilidad	1
25	financiera	1
26	Alquiler y venta de vestidos	3
Total, de locales comerciales		142

Tenemos una cantidad total de 142 locales comerciales, en la mayoría de los locales comerciales de esta edificación son de carácter de arrendamiento, es decir, que los que ejercen la especialidad de los locales existentes son inquilinos.



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se utilizará método hipotético – deductivo de investigación (Sampieri & Mendoza, 2018) , análisis y síntesis que a partir de la formulación y conceptualización del problema que nos permita conocer las características y relaciones, utilizando procedimientos de observación y medición (cualitativo y cuantitativo). De esta manera podemos obtener la síntesis teórica que nos va a permitir formular el modelo teórico, el programa de necesidades arquitectónicas luego poder a través de los instrumentos técnicos y acto creativo de diseño, se pueda sistematizar la propuesta arquitectónica que será el resultado.

3.1.1. Tipo de investigación

Esta investigación tiene un enfoque mixto cuando nos referimos a la investigación en arquitectura. En el enfoque cuantitativo es el que se utiliza para validar las necesidades y los requisitos del proceso de diseño arquitectónico de un centro comercial especializado, mediante los datos estadísticos recopilados y analizados a través de cuestionarios aplicados a los usuarios como también a los comerciantes que desarrollan actividades especializadas. El enfoque cualitativo se utiliza en la formulación de la propuesta de diseño arquitectónico para el centro comercial especializado.

3.1.2. Nivel de Investigación

Para la presente investigación su nivel adopta el carácter descriptivo-explicativo. Esta nuestra elección es fundamentada en la necesidad de poder



cumplir con nuestro objetivo general de la investigación, el cual consiste en la formulación de la propuesta de centro especializado de artesanía textil. Por lo que buscamos poder detallar en la descripción la aplicación y el proceso de nuestro diseño arquitectónico cuyas características urbano arquitectónicas puedan responder a las necesidades físico-espaciales, sociales y de comercio de artesanía textil andina.

Nuestra investigación tiene un enfoque cualitativo que es de tipo descriptivo-explicativo, el cual al detallar el proceso de diseño arquitectónico cuando nos referimos a la aplicación de la observación y la síntesis para poder tener la propuesta de un centro comercial especializado de artesanía textil andina.

La inminente necesidad y el requerimiento de un centro comercial especializado se realiza mediante un análisis estadístico descriptivo, que nos proporciona una visión de forma cuantitativa de las demandas y expectativas de la población en la ciudad de Juliaca, contribuyendo de esta manera a la fundamentación argumentada de una propuesta arquitectónica este es el diseño de la Investigación el cual se fundamenta.

Nuestra base de planteamiento de este estudio es la aplicación integral de los principios ordenadores del diseño arquitectónico que se lleva a cabo en el desarrollo de un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca. Este tiene su génesis con la definición clara de los requerimientos y los objetivos, consecuentemente de una investigación de tipo exploratorio esto con el afán de poder identificar tendencias actuales y como también contextos locales, que contribuyan al diseño propiamente dicho. Donde tenemos la metodología integrada para el diseño arquitectónico, donde se enfatiza



la creatividad, imaginación y diferentes elementos propios del que hacer arquitectónico.

3.1.3. Diseño de la Investigación

En el diseño de la investigación como base fundamental para el desarrollo de la presente investigación esa aplicación integrada de los principios de diseño arquitectónico en el desarrollo de un centro comercial especializado en artesanía textil en la ciudad de Juliaca. Este inicia con poder definir los objetivos y requerimientos, de una forma clara, consecuentemente la investigación exploratoria para así poder identificar las tendencias actuales como también los contextos locales. Teniendo así la metodología integrada de diseño arquitectónico, donde se enfatiza la creatividad, la imaginación, la proyección, entre otros.

3.1.4. Ámbito y Tiempo Social de la Investigación

El ámbito de nuestra investigación se inserta dentro de la ciudad de Juliaca, en la cual se desarrolla la propuesta de diseño arquitectónico de centro comercial especializado de artesanía textil andina. Cuando hablamos del aspecto geográfico se justifica por la necesidad de este teniendo en cuenta las particularidades del entorno local, teniendo aspectos climáticos, características culturales, sociales y económicas.

En cuanto al aspecto social, nuestra investigación se desarrolla para este tiempo presente con una proyección como su impacto en un futuro a medio plazo. Además de la interacción que este tenga con la población de la ciudad de Juliaca, además de la recopilación de los datos y la implementación de una propuesta que responda a dinámicas sociales contemporáneas. Como también la evolución del entorno urbano sujeta al tiempo, teniendo en cuenta los cambios como las



tendencias a futuro que se desarrollen en el aspecto de la viabilidad por lo que se propone el diseño propuesto.

3.1.5. Población

Para población ciudad

Esta investigación al ser de naturaleza mixta, en su aspecto cuantitativo presenta una población de 307,417 habitantes la cual corresponde a la ciudad de Juliaca, la cual al hacer uso de estos espacios por la necesidad que esta conlleva a la creación de este centro comercial especializado de artesanía textil andina, el cual pueda cumplir los las necesidades y requerimientos para que pueda ser habitada de manera óptima tanto por los comerciantes de la misma como de los pobladores, así pueda contribuir a su confort.

Cuando nos referimos al aspecto cualitativo no tiene necesariamente una población estadística, sin embargo si una “población de interés” ya que la creación de este centro comercial especializado de artesanía textil andina, tiene como sustento el poder satisfacer las necesidades no solo de los que se dedican a la comercialización de estos productos sino también a la población que requiere de estos espacios de encuentro, el cual contribuirá a tener un modelo de este tipo de comercio, cumpliendo con los estándares de diseño de centros comerciales además de tener en armonía y contribuir con desarrollo urbano de la ciudad de Juliaca.

La investigación se basará en la población actual.

Para área usuaria (de acuerdo a nuestro rubro enfocado)

Será denotada por la población de área usuaria de artesanía textil andina en una cantidad total hasta el año 2023 de 98 comerciantes de tipo especializado para nuestro rubro desarrollado.

3.1.6. Muestra

Para población ciudad

En cuanto al componente cuantitativo de la presente investigación el cual pretende validar las mencionadas necesidades de la población y conocer sus requerimientos, se obtiene 69 pobladores a los que se le aplica un cuestionario.

Para obtener el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

Fórmula para la muestra:

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

Dónde:

n = número de la muestra

Z = Nivel de Confianza

N = número de la Población

q = Probabilidad de fracaso

P = Probabilidad de éxito

E = Error de estimación

El tamaño de muestra para la realización de las encuestas; se calcula con los siguientes datos:

N = El tamaño de la población de la ciudad de Juliaca es de 307,417 habitantes.

Z = El nivel de confiabilidad, el cual se representa en un 90% con una puntuación de 1.65 como valor estadístico.

Tabla 23.

Cuadro de puntuación Z al nivel de confianza

Nivel de confianza deseado	Puntuación Z
80%	1.28
85%	1.44
90%	1.65
95%	1.96
99%	2.58

Nota: Imagen tomada del sitio web – Survey Monkey (2021)

Luego de reemplazar valores:

$$n = \frac{307417(1.65)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{((0.10)^2 \times (307417 - 1) + (1.65)^2 \times (0.50) \times (0.50))}$$

$$n = 68.05$$

$$n = 69$$

Se tendrá un tamaño de muestreo de 69 pobladores.

Para población de área usuaria

Se tienen los mismos criterios de los párrafos que anteceden, por tanto, se tendrá:

$$n = \frac{98(1.65)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{((0.10)^2 \times (98 - 1) + (1.65)^2 \times (0.50) \times (0.50))}$$

$$n = 40.41$$

$$n = 41$$

Se tendrá un tamaño de muestreo de 41 pobladores con respecto al área usuaria.

3.1.7. Unidad de Análisis

Unidad de análisis: Propuesta de Diseño Arquitectónico del Centro Comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca.



3.2. RECOLECCIÓN DE DATOS

3.2.1. Técnicas de Recolección de los Datos

En consecuencia, y dada la orientación específica de la presente investigación, se implementan diversas técnicas para la recolección de datos así garantizar la obtención de la información completa y además precisa.

a. Para el 1er objetivo

Revisión bibliográfica:

Orientada a generar espacios adecuados para el expendio de artesanía textil en la ciudad e Juliaca, para los criterios de diseño, se tomará en cuenta los antecedentes en la revisión bibliográfica y como es que estos aportan en el desarrollo del conocimiento para la investigación; las premisas de diseño formal, se desarrollaran tomando en cuenta el marco teórico conceptual el cual nos da la idea del proceso de generación de la artesanía textil generadora de la parte formal del diseño; la síntesis de diseño se obtendrá de los antecedentes y como estos aportan en su referencia a la integración sociocultural del contexto donde se desarrollan, además de las relaciones inherentes existentes entre la artesanía y la identidad cultural que se encuentra en el marco teórico, concepto arquitectónico o el proceso de la forma, se dará bajo la idealización del proceso de hilado abstrayendo una puská esta generadora de las formas dando tres ejes principales los cuales son la generatriz del volumen principal, los volúmenes representaran ovillos de lana los cuales generan formas ojivales los cuales se van desarrollando a través de estos mencionados tres ejes principales, y las envolventes o la piel en concepción del proceso terminado en formas que se generan en el producto final del proceso de hilado como es la chompa, en consecuencia del marco teórico y el



proceso del hilado; los principios ordenadores, serán el resultado de la referencia bibliográfica en cuanto nos referimos a los antecedentes los cuales nos muestran cómo es que a través de su arquitectura puedan generar no solo una apropiación del espacio que integre a las características del contexto sino también generar características únicas que respondan al entorno e identidad propia de una zona; el asoleamiento se puede tomar del nuestro marco real el cual nos indica cuales son las premisas correspondientes para la ideación de la dirección de este desarrollo arquitectónico comercial además de iluminación; los materiales con los que se proyectará son una referencia al marco normativo el cual nos proporciona información de los materiales adecuados en diferentes superficies que encontraremos, como también a los colores a poder utilizarse propios o acordes de la textilería que nos pueda inducir a poder verla en superficies abstraídas dentro del centro comercial .

Todas orientadas a poder generar una relación íntima con a la identidad, extrayendo de una costumbre de ancestral como es la Artesanía Textil Andina la cual será analizada desde un punto de vista cualitativo.

Observación del entorno local:

Mediante observación directa del entorno local, se busca comprender cómo se utiliza el espacio y cómo se debe integrar el nuevo centro comercial del tipo especializado de expendio de artesanía textil andina.

Observación Directa Mediante el Dibujo CAD:

La etapa del proceso de dibujo y concepción de planos se lleva a cabo con precisión utilizando programas como AUTOCAD, ARCHICAD, SKETCH UP,



LUMION, para representar tanto la visión tridimensional como bidimensional de los elementos físico – espaciales, formales.

b. Para el 2do objetivo

Encuestas:

Se diseñan encuestas que abordan cuantitativamente las preferencias de la población de la ciudad de Juliaca estas están relación con las necesidades que presenten y los requerimientos cuando nos referimos al diseño del centro comercial especializado de artesanía textil andina.

Observación Estructurada del Diseño Arquitectónico valorados respecto a sus actividades y funciones:

Se realiza a través de una observación estructurada de la programación arquitectónica, y lo que contiene esta, de la estructura jerárquica del sistema arquitectónico del modelo, evaluando requerimientos de actividades, funciones y además el cumplimiento de la normativa vigente. Es importante poder revisar la documentación urbana y las regulaciones locales que complementan este proceso, proporcionando un contexto normativo esencial para la etapa concepción del proyecto.

Para poder determinar las actividades y funciones nos apoyaremos en la revisión bibliográfica dentro de la cual en el marco normativo nos da las condiciones y funciones para las actividades que se realicen en este desarrollo arquitectónico en este caso el de un centro comercial el cual además de su actividad principal que es la del comercio tiene actividades que son anexos y a esta como es la de la recreación pasiva como también se muestra en los

antecedentes de nuestra revisión bibliográfica para lo cual se realiza una observación de la programación arquitectónica, además de la estructura jerárquica del sistema arquitectónico, evaluando los requerimientos de actividades, funciones y el cumplimiento de la normativa. Además de revisión y cumplimiento de documentos urbanos, regulaciones locales, proporcionando así un contexto normativo esencial para el desarrollo de la propuesta.

Observación Directa:

Esta etapa del proceso de dibujo y concepción de la forma y elementos arquitectónicos físico se lleva a cabo por la observación directa a través de la concepción del concepto con que se trata, como la concepción de espacios adecuados utilizando programas como AutoCAD, Archicad, Sketch Up, Lumion, entre otros para poder representar tanto la visión bidimensional como la tridimensional en los aspectos formales de los elementos físico – espaciales.

c. Para el 3er objetivo

Revisión bibliográfica:

Los espacios sociales, considerados como áreas de recreación pasiva es un ítem importante dentro del desarrollo de la investigación el cual se toma de la referencia bibliográfica y dentro de esta de los antecedentes donde se encuentra la importancia de estos espacios para la permanencia de los compradores dentro de estos espacios, además del adecuado confort que se tiene que tener en estos espacios de comercialización de productos, esto hace que las personas que puedan habitar en estos espacios puedan tener un espacio adecuado para la interacción social y disfrute del espacio, también poder tener los conceptos necesarios para poder desarrollar espacios que se integren con el entorno que trata d generar la

identidad cultural, que se puede dar con la apropiación del espacio a través de espacios de recreación pasiva y de esparcimiento.

Observación Directa Mediante el Dibujo CAD:

En la etapa del proceso de dibujo y concepción de planos esta se lleva a cabo con precisión para lo cual utilizamos programas como AutoCAD, Archicad, Lumion, entre otros para representar tanto la visión tridimensional como bidimensional de los elementos físico – espaciales como también los formales

3.2.2. Instrumentos para la recolección de los Datos

a. Para el Primer objetivo

Revisión bibliográfica:

Instrumento: Se podrá tomar consideración de una lista de verificación a nivel cualitativo para premisas, criterios, limitantes, para la concepción de la propuestas físicas-espaciales y formales.

Observación del entorno local

El Instrumento: dentro de este se considera poder contar con una lista que ayude a la verificación para la observación directa, registrando dentro de ella los aspectos culturales de la población y las características propias del entorno en que se desarrolla.

Observación Directa Mediante el Dibujo CAD

Instrumento: Creación de archivos de software CAD como AutoCAD, Archicad y Lumion para la representación bidimensional y tridimensional del diseño propuesto.



b. Para el segundo objetivo

Encuestas:

Instrumento: Tener un cuestionario estructurado con preguntas específicas condicionales a nivel cuantitativo y cualitativo sobre las actividades, funciones necesidades y requerimiento de la población, en referencia al centro comercial o la necesidad de este cuando hablamos de artesanía textil andina.

Observación Estructurada del Diseño Arquitectónico valorados respecto a sus actividades y funciones:

Instrumento: La estructuración para el seguimiento del del proceso de diseño arquitectónico, como el programa arquitectónico cualitativo y cuantitativo, los diagramas de flujos, los diagramas de circulación y un organigrama en donde además se pueda verificar el cumplimiento de la normativa vigente.

Observación Directa Mediante el Dibujo CAD:

Instrumento: Creación de archivos de software CAD como Autocad, Archicad y Lumion para la representación bidimensional y tridimensional del diseño propuesto.

c. Para el tercer objetivo

Revisión bibliográfica:

Instrumento: Contar con una lista de verificación para premisas, criterios, limitantes, para la concepción de las propuestas para espacios sociales

Observación Directa Mediante el Dibujo CAD



Instrumento: Creación de archivos de software CAD como AutoCAD, Archicad, y Lumion para la representación bidimensional y tridimensional del diseño propuesto.

3.3. PROCESAMIENTO, PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Estará dada por el procesamiento de datos, presentación de resultados, análisis e interpretación de datos y procedimiento de la investigación.

3.3.1. Procesamiento de Datos

El procesamiento de datos es una fase crítica que se ejecuta de manera rigurosa y sistemática, empleando herramientas especializadas para cada tipo de información recopilada. (Beltran, 2011).

Encuestas:

Los datos cuantitativos que provienen de los cuestionarios que se realizan, se ingresan en el programa Excel, luego se realiza un análisis descriptivo para poder identificar las tendencias y los patrones en las preferencias de la población muestra con respecto al diseño del centro comercial especializado de artesanía textil andina.

Revisión bibliográfica

La bibliografía revisada verifica las consideraciones que se toman para realizar un marco contextual cual se sistematiza en una memoria descriptiva de los lineamientos a tomarse en cuenta.

Observación del Entorno Local:



Los registros que se obtienen de la observación ayudan a verificar las consideraciones que se toman para poder realizar un marco del contexto el cual se sistematiza en una memoria descriptiva que nos da los lineamientos culturales del lugar como también del contexto urbano en el cual se emplaza entre otros elementos.

Observación Estructurada del Diseño Arquitectónico:

La recopilación de la información que se recopila durante la observación, se organiza de manera tal que se tienen listas de verificación la cual se complementa con los datos de los documentos de la normativa vigente, se evalúa también el cumplimiento de normas arquitectónicas como los requisitos para la programación arquitectónica, proporcionando una base de datos para la toma de decisiones en la propuesta.

Observación Directa Mediante el Dibujo CAD:

Con respecto a este ítem estará desarrollado de la siguiente manera:

Los archivos de diseño generados en programas CAD se utilizan para crear representaciones visuales bidimensionales y tridimensionales del centro comercial especializado. Estas representaciones son esenciales para la presentación y análisis del diseño propuesto.

3.3.2. Presentación de resultados

En la presente investigación consiste en poder exponer el resultado de este proceso de investigación y generación de conocimiento, reflejado en un Centro de Artesanía Textil Andina en la Ciudad de Juliaca, para tal efecto se empleará instrumentos que nos ayuden a expresar este resultado:



Informes Detallados:

Consecuente a la metodología se genera informes detallados por objetivos de la investigación estas, a través de la recolección de la información y datos, teniendo así mediante la información tanto cualitativa como cuantitativa y el análisis e interpretación de estos datos la necesidad de poder requerir en centro comercial de artesanía textil en la ciudad de Juliaca.

Representaciones Visuales del Diseño:

Se desarrolla representaciones de forma visual del diseño arquitectónico del centro comercial especializado en artesanía textil andina, mediante imágenes en tercera dimensión que podemos llamar perspectivas además generar planos a partir de los programas CAD. Estas mencionadas representaciones visuales permiten una mayor comprensión del proyecto.

Comparación y Contrastación:

Se realizan comparaciones entre los criterios establecidos en los objetivos de la investigación de los resultados obtenidos. La constatación también se pueda dar en la evaluación del cumplimiento de los requisitos y necesidades propios de la población de la ciudad de Juliaca, como también los elementos arquitectónicos que nos ayuden a la percepción del espacio, generando así la apropiación en los estándares de identidad cultural. La interpretación contextual en cada resultado se puede insertar en el contexto en el que se emplaza, las condiciones propias locales, normativas urbanas, normativa vigente en la construcción y los requisitos y necesidades de la población. Esta interpretación contextual nos proporciona una visión más integral y real de los resultados propuestos.



3.3.3. Análisis e interpretación de Datos

Cuando hablamos de la interpretación de datos, se realiza a partir del contexto de los objetivos que se tienen en la investigación, cuando nos referimos al enfoque cualitativo y cuantitativo mencionado anteriormente (enfoque mixto):

a) Análisis Cuantitativo:

Para este análisis se realiza un análisis estadístico descriptivo para poder interpretar los datos cuantitativos que se generan en las encuestas tomadas. Con el mencionado enfoque de la estadística descriptiva nos ayuda a poder identificar los patrones y tendencias de la población que se encuentran inmersas en el comercio de artesanía textil andina, teniendo de manera integral los requerimientos y necesidades para la proyección del centro comercial especializado en artesanía textil andina.

b) Análisis Cualitativo:

Para poder analizar los datos cualitativos, que provienen propiamente de la observación y análisis que se toman del contexto en donde se realiza la investigación, además del análisis de documentos técnicos normativos y la observación de los antecedentes para la creación de la propuesta arquitectónica y por último de nuestra base teórica conceptual, estas se pueden contrastar y verificar con las de los requerimientos de la programación arquitectónica. Concerniente en el desarrollo de un contexto propio de la ciudad de Juliaca.

c) Comparación con Criterios Establecidos:

Para la comparación de criterios establecidos se podrá determinar en base a la verificación de criterios preestablecidos en alineamiento con el proceso de



diseño arquitectónico y lo que ello conlleva, con las necesidades y premisas de la población que se toma como muestra cuando se quiera establecer como una variable preponderante la identidad cultural. Poder llegar a una sinergia entre la normativa vigente, la función, y las necesidades propias de población.

d) Identificación de Mejoras:

Para poder contar con mejoras, tomamos como premisa importante las necesidades de la población cuando nos referimos a un centro comercial especializado de esta naturaleza, y como es que se puede optimizar los espacios que se generan, después del análisis que conlleva este, se pueden identificar los espacios específicos en el diseño arquitectónico que requieran mejoras. Estas mejoras surgen después de un análisis de datos provenientes de la población, como también de la programación para el desarrollo del proceso de diseño arquitectónico, asegurando un diseño con confort óptimo en base a la normativa vigente.

e) Contextualización Cultural y la Normativa:

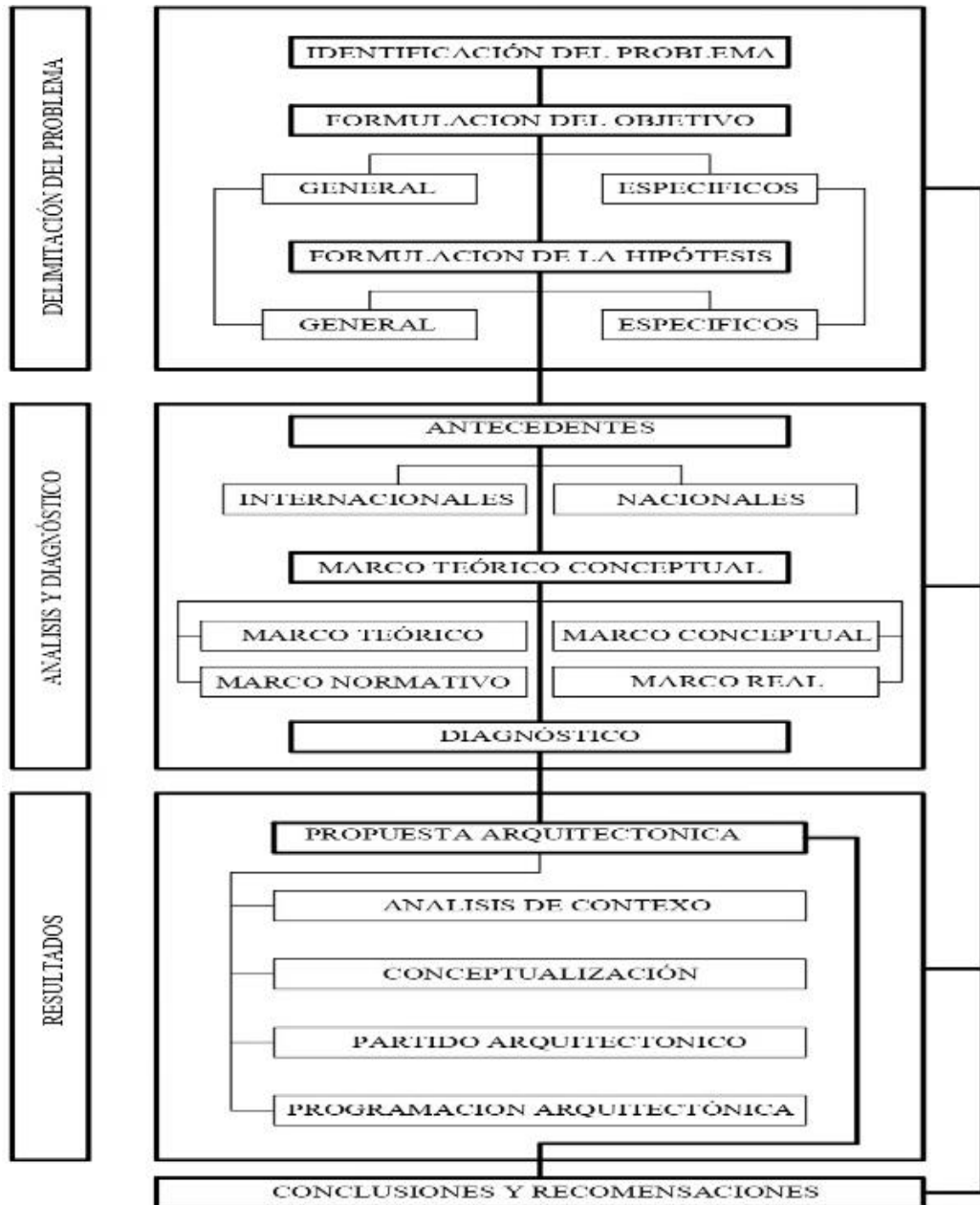
Con respecto a este ítem se comenta lo siguiente:

Como premisa importante en el desarrollo de la investigación engloba la identidad cultural y esta como se relaciona con la normativa vigente. Se puede analizar cómo es que los resultados se pueden ajustar a las expectativas culturales o de identidad cultural y si es que cumplen con las regulaciones urbanas y normativa vigente, con este enfoque garantizamos que el diseño estéticamente agradable, sino también contextualmente apropiado en donde se desarrolla.

3.3.4. Procedimiento de la Investigación

Figura 45.

Procedimiento de la Investigación



Nota: Elaboración propia

3.3.5. Matriz de consistencia

En nuestra matriz de consistencia se puede denotar todo en cuanto a la actividad investigativa correspondiente a la propuesta enfocada.

Tabla 24.

Cuadro de Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES
<p>Problema general ¿Qué características urbano - arquitectónicas debe tener el centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca?</p>	<p>Objetivo general. Desarrollar el diseño arquitectónico del centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, cuyas características, urbano arquitectónicas respondan a las necesidades físico-espaciales, sociales y de producción de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca.</p>	<p>Hipótesis general. Las características urbano arquitectónicas del centro comercial están relacionados a particularidades físico-espaciales y formales óptimas, actividades y funciones acordes al comercio especializado, espacios sociales idóneos y la conexión de esquemas tradicionales de comercialización con las nuevas tendencias modernas en la ciudad de Juliaca.</p>	
<p>Problemas específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué características físico-espaciales y formales se deben considerar para un centro comercial especializado en artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca? 2. ¿Qué actividades y funciones se deben considerar para el centro comercial especializado en artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca? 3. ¿Qué espacios sociales se deben considerar para un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca? 	<p>Objetivos específicos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, considerando elementos arquitectónicos físico-espaciales y formales, que minimicen la fricción entre la actividad comercial, el consumidor, las vías y el entorno urbano circundante. 2. Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando actividades y funciones vinculadas a la artesanía textil andina, que respondan a las necesidades del centro comercial especializado. 3. Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando espacios sociales, que respondan a las necesidades recreativas, de ocio y de interrelación social. 	<p>Hipótesis específicas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las características físico-espaciales y formales se denotan por espacios óptimos, dinámicos, fluidos y con características formales de diseño acordes a nuestro tiempo y que genera una percepción sensorial adecuada que impulse la fluidez de esta actividad comercial. 2. Las actividades y funciones adecuadas se enmarcan por la exhibición y venta de artesanía textil andina propias de la localidad, revaloriza el tejido artesanal y a su vez la identidad cultural. 3. Los espacios sociales son considerados de tipo recreacional y de interacción social y mejora las condiciones espaciales del centro comercial y por ende a la comercialización de los productos artesanales textiles. 	<p>Variable Dependiente: Diseño de Centro Comercial</p> <p>Variable Independiente: Características Urbanas</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25.

Operacionalización de Variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Índices
Variable Dependiente: Diseño de Centro Comercial	- Espacio - Función - Forma	- Criterios de diseño	- Tamaño - Jerarquía - Ritmo
		- Síntesis de diseño	- Concepto arquitectónico - Proceso de creación de forma
		- Principios ordenadores	- Centralizada - Radial - Agrupada
		- Asoleamiento y/o iluminación	- Recorrido del sol
		- Materiales	- Textura - Color
		- Premisas de diseño funcional	- Diagrama de funcionales - Relaciones funcionales - Programación arquitectónica
		- Premisas de diseño de espacios sociales y/o ambientales.	- Jardinerías y/o áreas verdes internas - Vegetación - Aterrazamiento de áreas verdes - Sistema de recolección de agua de lluvias
Variable Independiente: Características Urbanas	- Comercial	- Tipos de centros comerciales	- Regional - Compras y entretenimiento - Mixto - Especializado - Encuestas
		- Clasificación de centros comerciales	- Local - Edificio - Tiendas Hileras - Bajar - Conjunto - Encuestas
	- Identidad Cultural	- Artesanía textil	- Artesanía en el Perú - Artesanía Amazónica - Artesanía región Centro - Artesanía Región sur - Encuestas
	- Aspecto social	- Identidad cultural	- Identidad cultural y textilera - Identidad cultural y cultura - Encuestas

Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ESTUDIOS PRELIMINARES

4.1.1. Análisis de las necesidades y requerimientos de la población

4.1.1.1. Análisis de las necesidades

En el Plan director de la ciudad de Juliaca, se designa el terreno identificado para el presente trabajo de investigación donde se emplaza, como Comercio Central (C5), dentro del caso urbano, el mencionado proyecto tiene como intención poder utilizar este emplazamiento, para su desarrollo con una superficie de 4953.15 m².

Con una población actual estimada de aproximadamente 307, 417 habitantes aproximadamente, se lleva a cabo un análisis mediante encuestas a la población, para poder comprender las necesidades y requerimientos que se tienen.

Los resultados que arrojan estas encuestas tomadas concluyen en poder mejorar el aspecto urbano identificado en la zona, enfocado básicamente en la necesidad de poder establecer un centro comercial de carácter especializado, que ayude a ordenar el comercio. Este mencionado centro comercial especializado deberá proveer servicios necesarios para la artesanía textil andina, como también espacios destinados a la recreación pasiva.

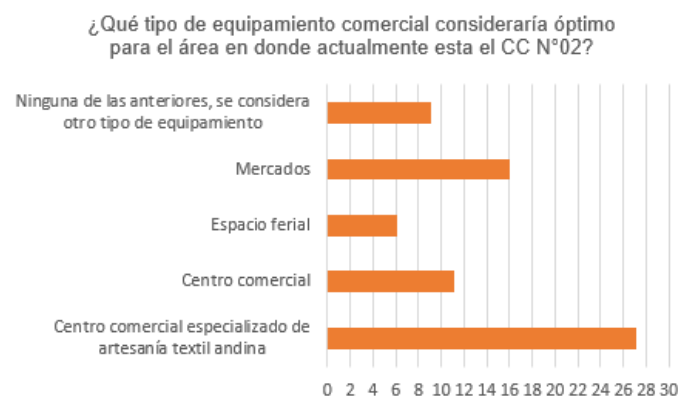
4.1.1.2. Análisis de los requerimientos

Este ítem es descrito de la siguiente manera:

Los resultados de las encuestas realizadas a los pobladores de la ciudad de Juliaca revelan las necesidades y requerimientos principales además de las características esenciales para el diseño arquitectónico del mencionado centro comercial. Los usuarios enfatizan la importancia de un diseño adecuado que pueda reflejar la identidad cultural o poder tener una además de resaltar la identidad arquitectónica que se desarrolla en la ciudad de Juliaca la cual es moderna, se enfatiza la necesidad de un orden, un diseño funcional, con elementos con solo modernos sino también tradicionales.

Figura 46.

¿Qué tipo de equipamiento comercial consideraría óptimo para el área en donde actualmente está el CC N°02?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede destaca la información proporcionada por los pobladores indicando el interés preponderante por la creación de

una infraestructura de centro comercial especializado de artesanía textil andina que satisfaga las diversas necesidades. Denotadas por 27 respuestas de carácter positivo de un total de 69 encuestas que fueron realizadas, esto refleja una gran cantidad de apoyo al trabajo de investigación que se desea realizar, incrementando los estándares debida del poblador y los estándares de rentabilidad para los usuarios de este.

Figura 47.

Si se realizara un centro comercial especializado de artesanía textil andina en el área de referencia ¿Qué espacios considerarías para las necesidades de dicha infraestructura?



Fuente: Elaboración propia

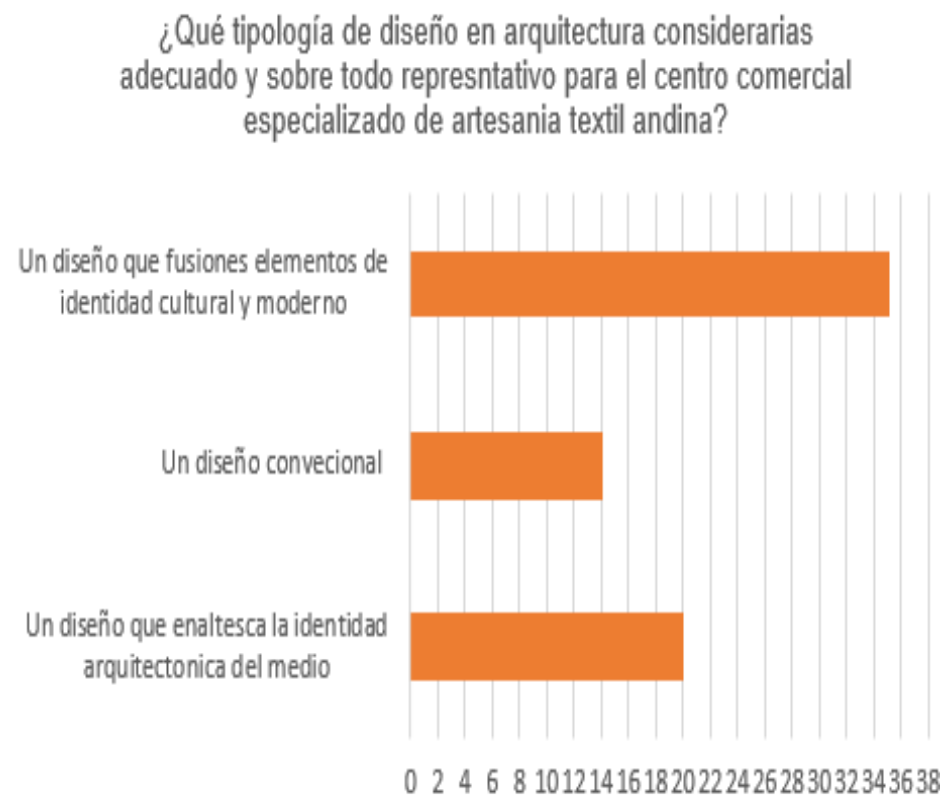
Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que los servicios de mayor demanda por los encuestados son los servicios de tiendas de artesanías textiles andinas, no obstante el resto de espacios están considerados y no descartados. Teniendo mayor aceptación los espacios de índole comercial

especializado con aceptación positiva de 24 y 18 encuestas. Esta información es de carácter preponderante puesto que nos ayudara con la planificación de la propuesta de investigación.

Figura 48.

¿Qué tipología de diseño en arquitectura considerarías adecuado y sobre todo representativa para el centro comercial especializado de artesanía textil andina?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que los pobladores de Juliaca sugieren un diseño que fusione los elementos de Identidad cultural y moderno, y esto es una condicionante para realizar y/o desarrollar el diseño del centro comercial especializado de artesanía textil andina.

Figura 49.

¿Cómo crees que el proyecto de centro comercial especializado de artesanía textil andina contribuirá al desarrollo económico y social en la ciudad de Juliaca?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, específicamente 30 de un total de 69 encuestados, tienen la opinión de que el proyecto fortalecerá el rubro de la artesanía textil andina, creando así desarrollo económico, social. Incrementando la actividad económica en la ciudad de Juliaca, creando así oportunidades laborales mejor rentables.

4.2. RESULTADOS RESPECTO AL PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN

OE1: Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, considerando elementos arquitectónicos físico-espaciales y formales,



que minimicen la fricción entre la actividad comercial, el consumidor, las vías y el entorno urbano circundante.

Desarrollo de elementos físico-espaciales y formales

Se desarrollará de la siguiente manera:

4.2.1. Criterios de diseño

En este ítem se desarrollarán los parámetros y criterios que definan el diseño arquitectónico del tema de investigación presente, las cuales parte de:

Premisas de diseño físico-espacial, premisas de diseño formal entre otros.

4.2.2. Premisas de diseño formal

La forma definirá los diferentes espacios de la propuesta arquitectónica.

Tamaño

Las dimensiones de la propuesta arquitectónica de centro comercial especializado de artesanía textil andina estarán definidas en términos de ancho, largo, y profundidad, por ende, determinarán sus proporciones de su formalidad, la escala estará definida por su tamaño en comparación con otros elementos del mismo contenido.

Jerarquía

En la propuesta de investigación desarrollaran zonas de jerarquía, como son los ingresos, salidas, espacios de preponderancia ya sean principales o de índole secundario.

Ritmo



Se contemplará con la repetición regular además armónica de líneas curvas y rectas según lo que amerite que se verán en los contornos de la forma.

Luz

Transmitirá a las superficies y formas que ilumina todos los cambios y/o tonalidades de color y de disposición que acontecen desde su fuente y origen, como el cielo la atmosfera y el sol.

Posición

La ubicación de la propuesta de investigación de centro comercial artesanal, está desarrollado respecto al entorno y a su campo de visión.

Transformación

En la propuesta de investigación de índole arquitectónico se estudian formas geométricas ordinarias, que se transformarán modificando sus dimensiones, pero esto no significa que pierdan su identidad.

Formas aditivas

En la propuesta de investigación arquitectónica se agregarán formas geométricas, este proceso aditivo conjeturará la preservación o modificación de la identidad de la forma.

Contorno

Es la primordial cualidad distintiva de la propuesta investigativa, el contorno es la configuración de las formas regulares (circulares, ovoides, cuadrados, rectángulos, entre otros) para lograr la armonía visual.

4.2.3. Síntesis de Diseño

El resultado esperado es el diseño arquitectónico del centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, cuyas características, urbano arquitectónicas respondan a las necesidades físico-espaciales, sociales y de producción de artesanía textil andina, para que la propuesta sea integra al contexto sociocultural de la de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román.

4.2.3.1. Concepto arquitectónico

La propuesta de diseño tomará como concepto el proceso de hilado hasta la concepción del tejido. El punto de partida de los textiles andinos se inicia con el hilado de la lana de ovinos o auquénidos con el uso de la pushka, para nuestra investigación se iniciará con la abstracción de 03 pushkas, estas simbolizan los 03 ejes preponderantes de la zona, las cuales son el eje comercial, eje natural y eje cívico cultural, pasando posteriormente a la etapa de obtención de ovillos y culminando en la obtención del textil. También se hará presente la modernidad y/o la intervención del ser humano que no está desligado con la identidad de índole cultural del tema de investigación.

Figura 50.

Hilado con Pushka



Nota: Wikipedia

Figura 51.

Ovillos después de hilado



Nota: Wikipedia

Figura 52.

Ovillos de lana



Nota: Wikipedia

Figura 53.

Textil artesanal de la ciudad de Juliaca



Nota: Wikipedia

Figura 54.

Ejes preponderantes de la zona de investigación



Nota: Elaboración propia

En la imagen se muestra los ejes de preponderancia de la zona de investigación, así pues, se tiene el eje comercial (línea roja), representado por el Jr. Moquegua, continuando hacia el mercado Tupac Amaru, por otra parte, se tiene el eje cívico cultural (línea morada), que es el trayecto de la ubicación de la propuesta hacia la plaza de Armas, Convento, y se tiene también el eje natural (línea verde), el cual es representado por el trayecto hacia el cerro Huayna Roque.

4.2.3.2. Proceso de forma

El proyecto de investigación estará con respecto este ítem estará constituido de la siguiente manera:



Primeramente, se dará inicio con la abstracción de 03 pushkas o qapu la cuales son:

- A1: Pushka que representa el eje natural de la ciudad.
- A2: Pushka que representa el eje comercial.
- A3: Pushka que representa el eje cívico cultural.

Estas pushkas serán los centros generatrices de distribución de la propuesta arquitectónica.

Por otra parte, se tendrán complementos espaciales formales de distribución, que serán representados por:

- B: Representará la presencia del ser humano, es también la representación de la modernidad, la cual está inmiscuida armoniosamente con la propuesta investigativa.

También, se tienen elementos espaciales formales y/o de distribución la cual es:

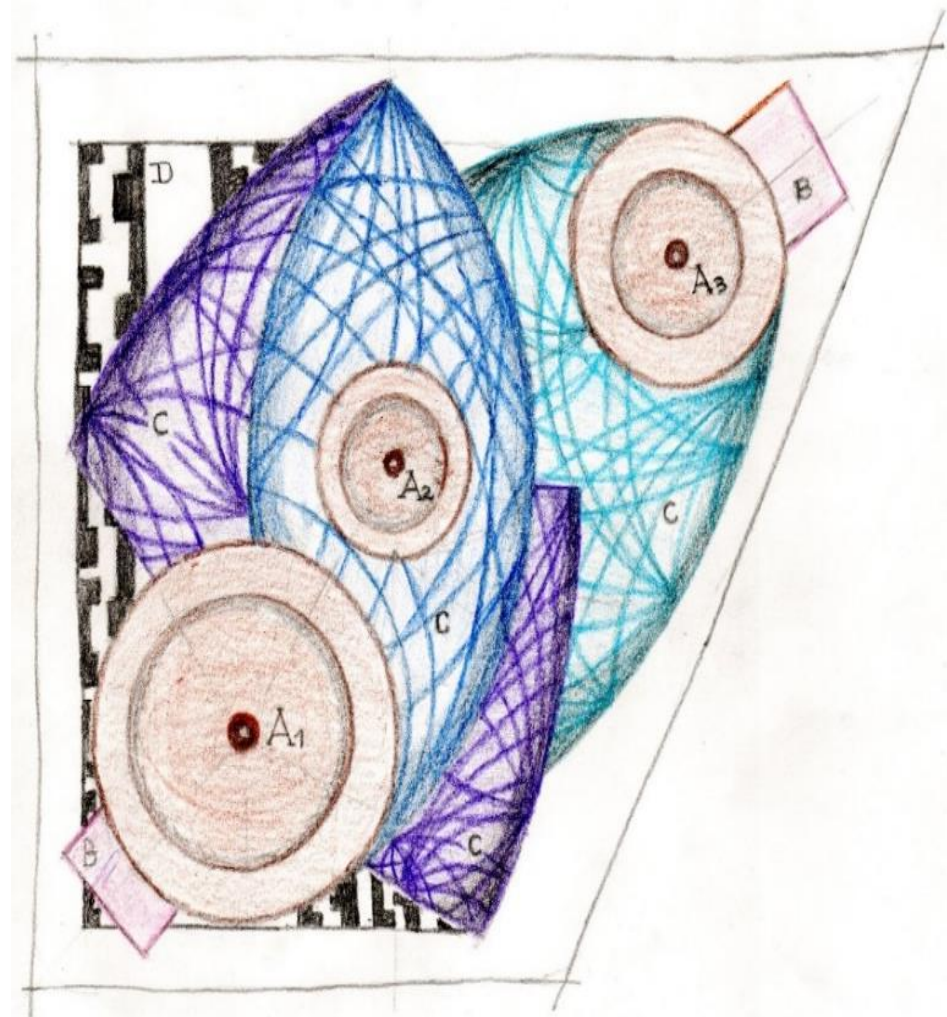
- C: Representará la formación de los ovillos y la aglomeración de los mismos los cuales nos aportan sustento de las formas propuestas, las cuales complementan la manera de distribuir y denotar nuestras formas propuestas, puesto que al momento de hilar las lanas estos tienen características formales entrecruzadas, realizar formas circulares, semicirculares, ovoidales, formas con terminaciones en puntas entre otros.

Y por último se tiene el elemento siguiente:

- D: Es la representación de la formación del textil, la cual es parte esencial de la identidad cultural de la zona, esta complementa la justificación físico espacial de la propuesta a desarrollar.

Figura 55.

Abstracción de concepto 2D

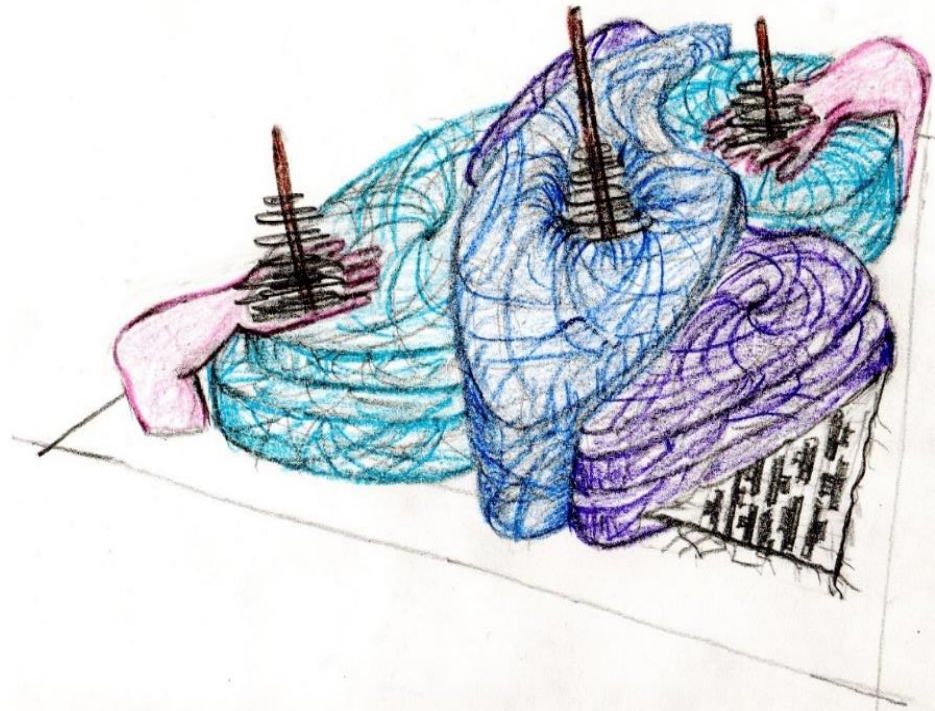


Nota: Elaboración propia

La propuesta investigativa también será plasmada en la volumetría y no solamente en la planta, considerando los tres elementos (pushkas), como generatrices de distribución y demás elementos los cuales se complementan para generar la propuesta urbano arquitectónica de investigación

Figura 56.

Abstracción de concepto 3D



Nota: Elaboración propia

4.2.3.3. Principios ordenadores

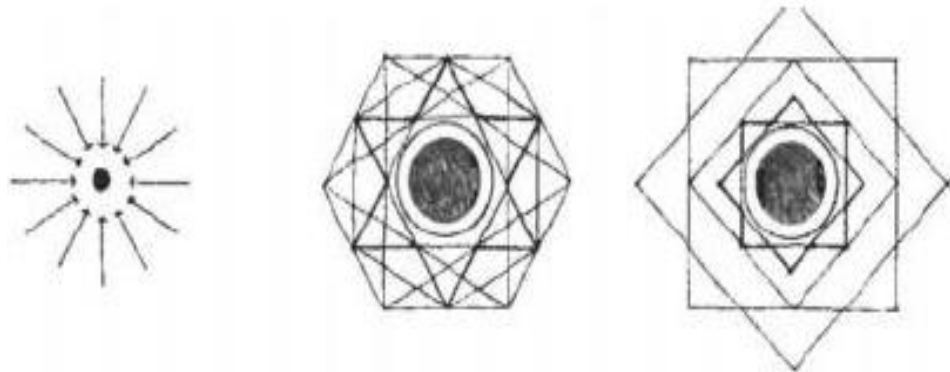
Se quiere generar espacios con particularidades únicas, el cual pretende crear un hito artificial a nivel de ciudad, así mismo elevar los estándares de calidad de vida de los que habitan y/o visitan dicha propuesta de investigación, con características de fluides a nivel espacial y formal, la cual ordene el comercio especializado (compra y venta).

Centralizada

Se utilizarán en varios núcleos y estos a su vez servirán de aglomeradores de la organización colectiva, y tendrán tamaños acordes al área de emplazamiento y así permitan la reunificación de espacios conectores de segundo orden con son congregados a razón de ejes.

Figura 57.

Representación de elementos centralizados



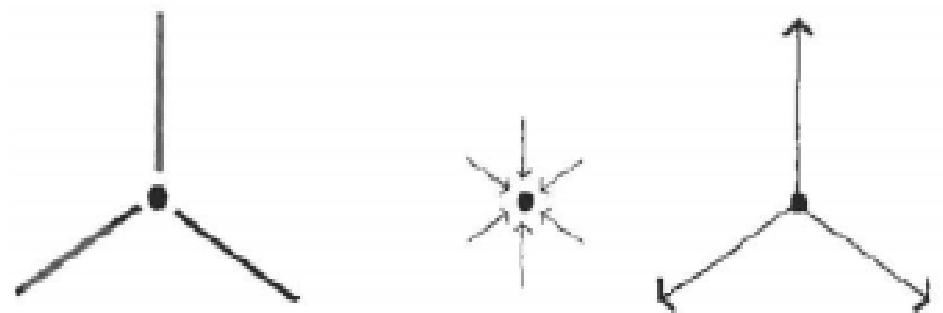
Nota: Plazola

Radial

Comprenderá las áreas de distribución de espacios como también de recreación como espacios centralizados del cual se originarán más organizaciones de tipo radial.

Figura 58.

Representatividad de elementos radiales



Nota: Plazola

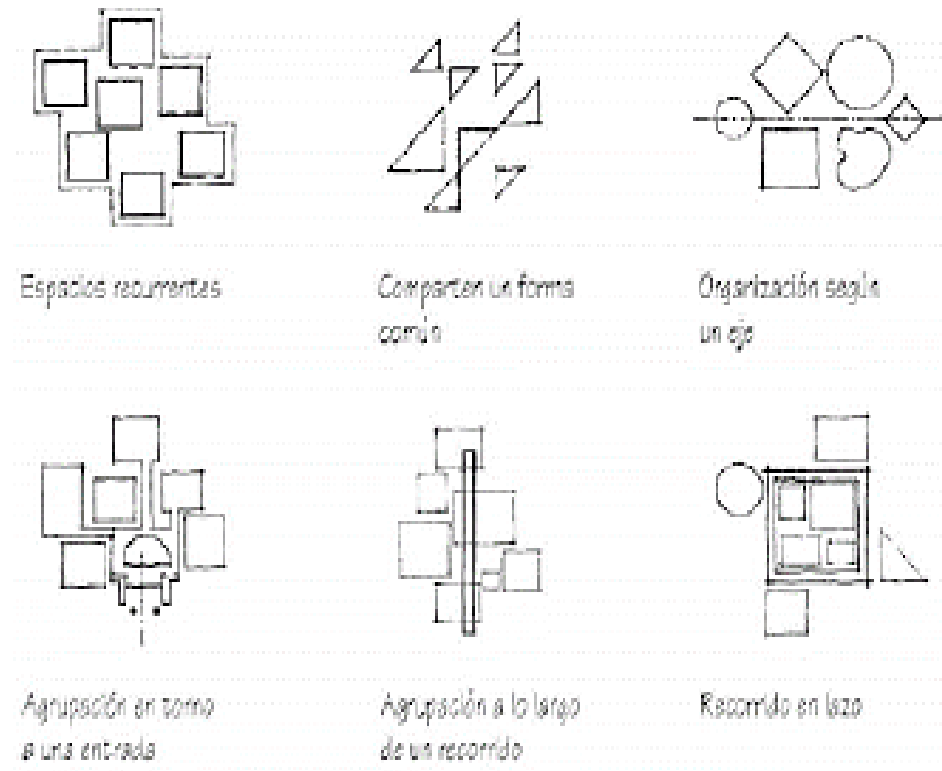
Agrupada

La aglomeratividad de la propuesta será basada en la cercanía de espacios que cumplirán varias funciones, como las zonas de comercio

especializado, de servicios, de administración, de recreación y de difusión cultural.

Figura 59.

Representatividad de elementos agrupados



Nota: Plazola

4.2.3.4. Asoleamiento e iluminación

Con respecto a este ítem del proyecto de investigación se usarán varios sistemas los cuales se denotan de la siguiente manera:

Trayectoria solar

La propuesta de investigación este compuesto por fachadas, las cuales están denotadas por lo siguiente, la fachada noreste (fachada de índole principal) será la primera en recibir la luz solar durante el día y por consiguiente la fachada sureste la recibirá en la tarde.

Figura 60.

Representatividad la trayectoria solar en la propuesta



Nota: Elaboración propia

4.2.3.5. Materiales

Con respecto a este ítem se utilizará la madera, piedra, vidrio, concreto armado, y también estructuras metálicas. El material de madera puede ser utilizado en pisos, mobiliarios y cualquier superficie que lo amerite. El material de piedra puede utilizarse para el tratamiento de los pisos y/o superficies que lo ameriten. El material de vidrio ser utilizado en los vanos para su captación solar, tabiquerías y/o superficies q lo ameriten.

Textura

Las superficies estarán denotadas por características suaves, rugosas, las cuales tendrán que ser acordes a una propuesta de índole comercial especializada, dicha textura afectara tanto la tactilidad como el reflejo de la luz en dichas superficies de las formas planteadas.

Color

Las características del color tanto el matiz, intensidad, tonalidades, serán acordes a la infraestructura de índole comercial especializada, la cual, tendrá que ser de tipo distintiva en torno a la identidad cultural a la cual se quiere proyectar. Se utilizarán colores alusivos a los textiles (café, plomizos, verdes, blancos entre otros)

4.3. RESULTADOS RESPECTO AL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN

OE2: Diseñar una edificación de centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando actividades y funciones vinculadas a la artesanía textil andina, que respondan a las necesidades del centro comercial especializado.

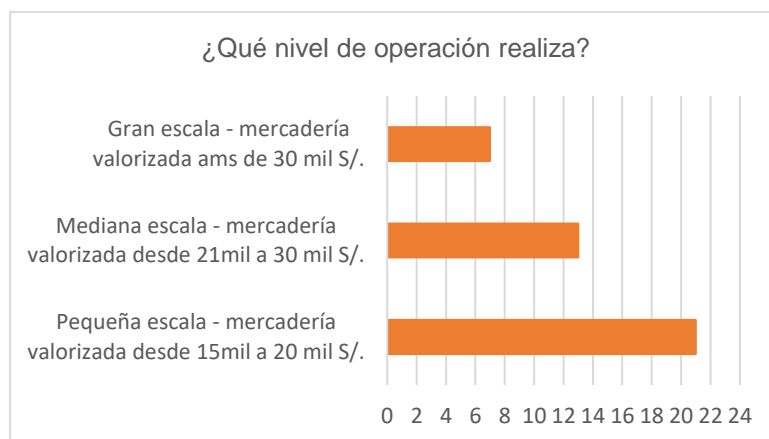
Desarrollo considerando actividades vinculadas a la artesanía textil andina.

Se desarrollará de la siguiente manera:

4.3.1. Análisis de la información (encuesta)

Figura 61.

¿Qué nivel de operación realiza?



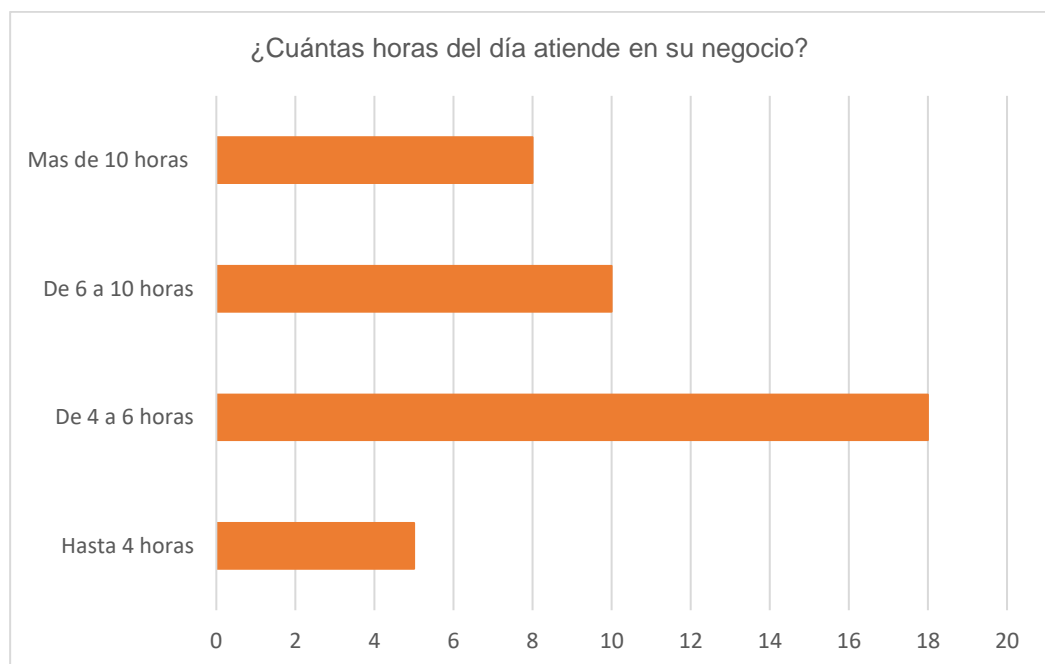
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca afirman que su nivel de operación es pequeña escala, pudiendo fortalecer esta limitante con la propuesta de investigación. Esto es aplicado a una muestra de 41 comerciantes del rubro enfocado.

Figura 62.

¿Cuántas horas del día atiende en su negocio?



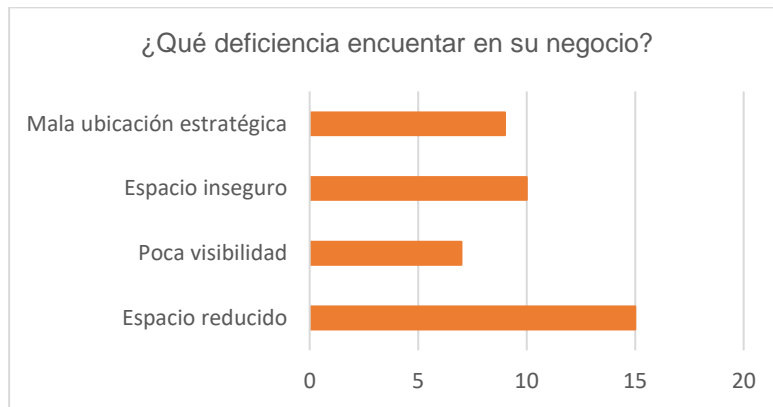
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca afirman que sus horas trabajadas son de 4 a 6 horas, esto refleja la no fluides y preferencia de los consumidores, lo que indica que hace falta una propuesta de índole especializado para su mejor aprovechamiento del rubro ofertado.

Figura 63.

¿Qué deficiencia encuentra en su negocio?



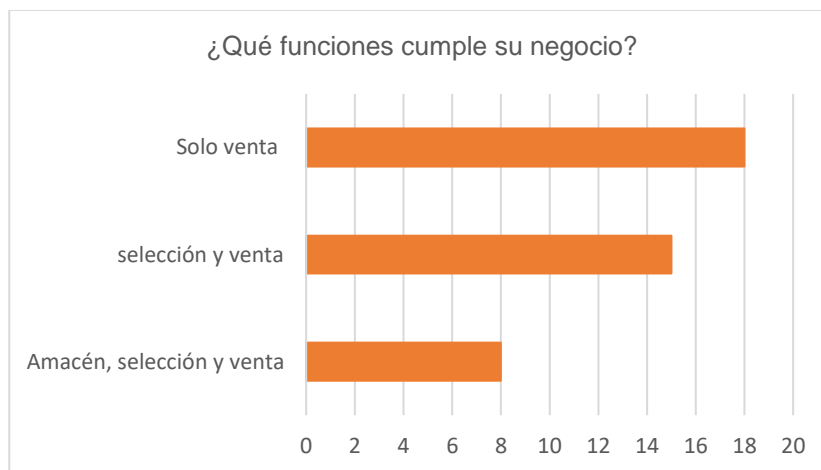
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca afirman que la mayor carencia de establecimientos existentes dedicados al rubro enfocado es la de espacios muy reducidos. Por lo tanto, se necesita una infraestructura de que cuente con las condiciones óptimas de funcionalidad.

Figura 64.

¿Qué funciones cumple su negocio?



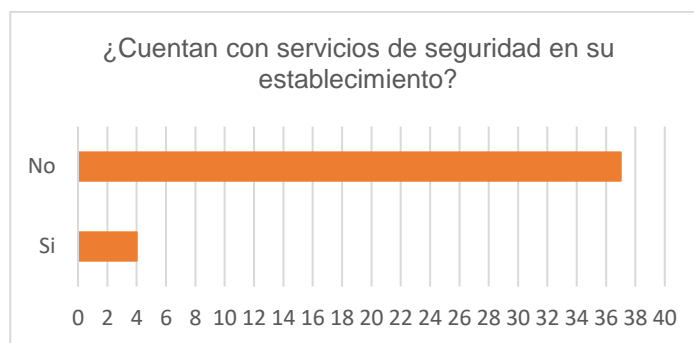
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca afirman que los actuales establecimientos de comercio especializado carecen de las condiciones adecuadas para el desarrollo de funciones y actividades que realizan.

Figura 65.

¿Cuentan con servicios de seguridad en su establecimiento?



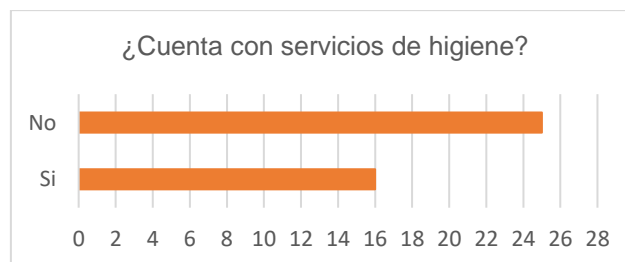
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca confirman que los establecimientos necesitan servicios de seguridad para el correcto desarrollo de las funciones y actividades.

Figura 66.

¿Cuenta con servicios de higiene?



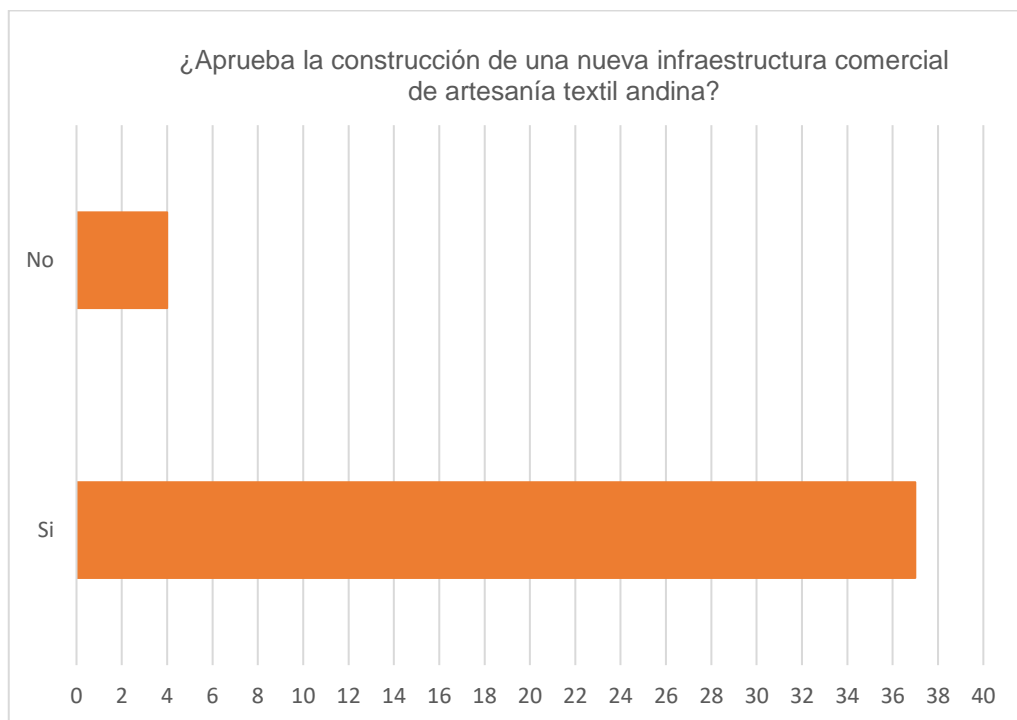
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca aseveran que cuentan con los servicios de higiene limitado, por tanto, esto deberá ser optimizado en la propuesta de investigación.

Figura 67.

¿Aprueba la construcción de una nueva infraestructura comercial de artesanía textil andina?



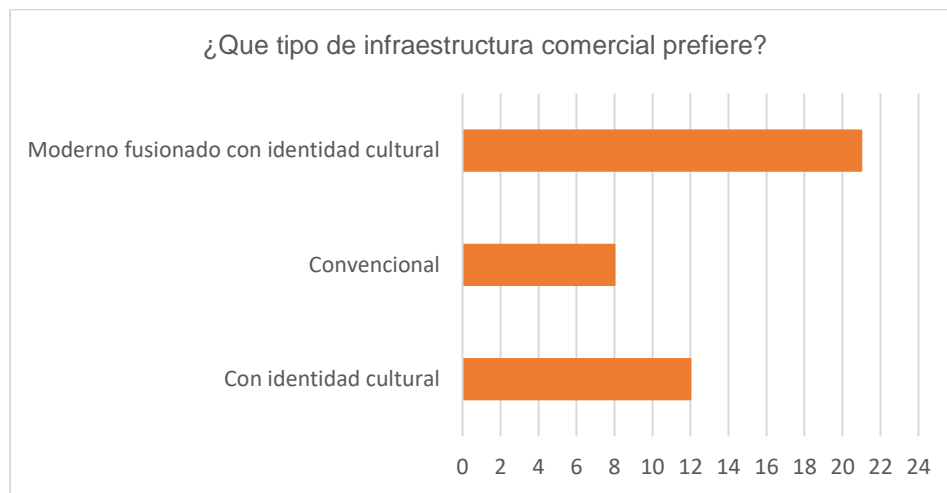
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca aseveran que están en la mayor parte de acuerdo que se proyecte una propuesta de centro comercial especializado de artesanía textil andina.

Figura 68.

¿Qué tipo de infraestructura comercial prefiere?



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

La figura que nos antecede nos indica, que el área usuaria (comerciantes de artesanía textil andina) de Juliaca nos aseguran que tienen la preferencia de una infraestructura con características de identidad cultural combinadas con el modernismo. Lo cual es una tendencia en el área de estudio.

4.3.2. Premisas de diseño funcional

Diagrama de funcionamiento

Se utilizará para crear diagramas funcionales y relaciones directas, como también indicadores arquitectónicos que están conectados por líneas o flechas que representan los diversos tipos de relaciones que pueden ocurrir.

Relaciones funcionales

Espacios conexos; Una relación entre dos espacios se forma cuando sus respectivos campos se superponen para formar un espacio compartido.

Espacios contiguos; La relación espacial más común es la continuidad; esto permite una clara identificación de los espacios, sus requerimientos funcionales y simbólicos, y el grado de continuidad espacial y visual que se puede establecer entre dos espacios contiguos.

4.3.3. Programación arquitectónica

4.3.3.1. Cálculo del área usuaria de la propuesta

El siguiente ítem será desarrollado de la siguiente manera:

Se utilizará datos obtenidos de la dirección zonal de Comercio exterior y Turismo Juliaca.

Por otra parte, se calculará una proyección de usuarios contemplados hacia 10 años en un futuro. El método utilizado es el Modelo de regresión simple lineal en series de tiempo.

Tabla 26.

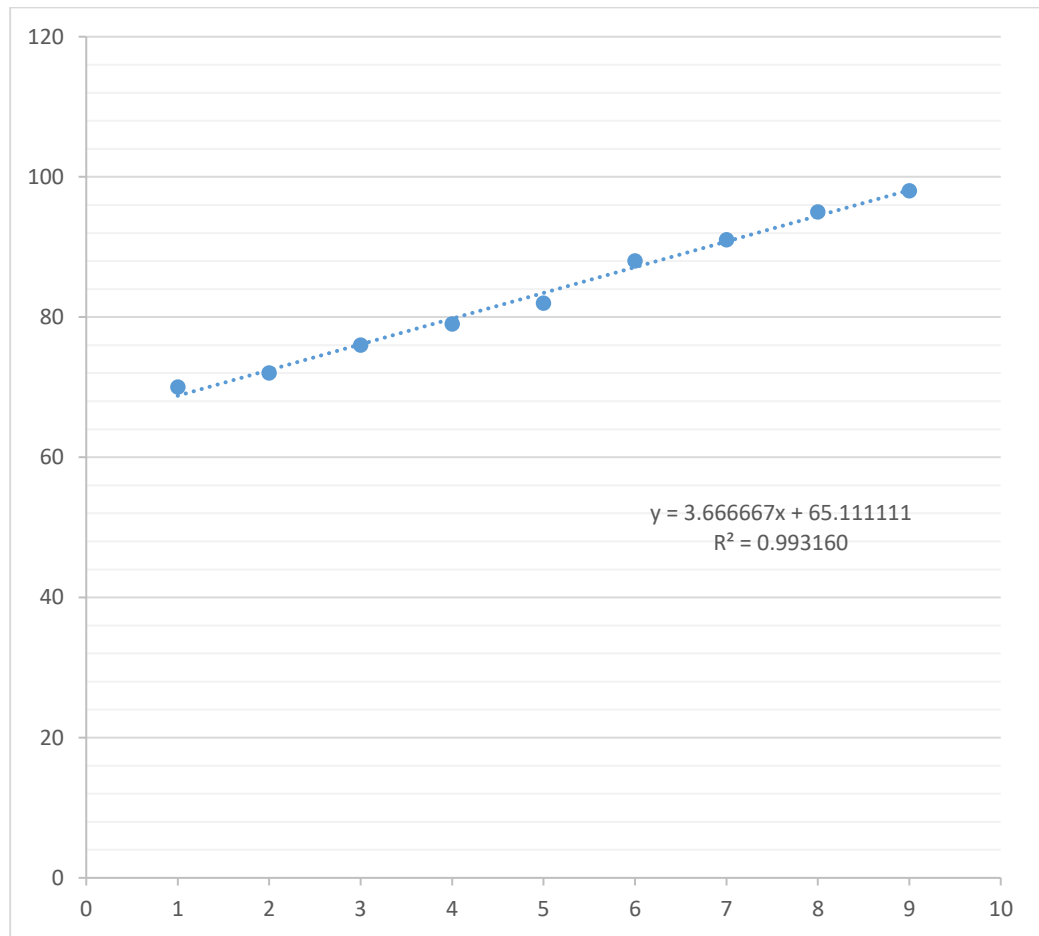
Cuadro de población usuaria de comerciantes artesanales textiles

Años	x	Área usuaria (población)
2015	1	70
2016	2	72
2017	3	76
2018	4	79
2019	5	82
2020	6	88
2021	7	91
2022	8	95
2023	9	98
2024	10	
2025	11	
2026	12	
2027	13	
2028	14	
2029	15	
2030	16	
2031	17	
2032	18	
2033	19	

Fuente: elaboración propia

Figura 69.

Gráfica para formar ecuación para cálculo de población usuaria



Fuente: elaboración propia

Figura 70.

Cálculo de población usuaria

	Y=A+BX		A=	65.111111		
			B=	3.666667		
			R2=	0.9946659	Rango óptimo 0.9 a 1.0	
Proyección para el año 2033						
	Y=65.111111+3.666667X					
	Y= 134.777784					

Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, se tendrán que proyectar 135 tiendas mínimamente en la propuesta arquitectónica



Programación cualitativa y cuantitativa

Tabla 27.

Programación cualitativa y cuantitativa zona de servicios

AMBIENTE	ZONA DE SERVICIOS			ESCALA ANTROPOMÉTRICA			
	ACTIVIDAD	Nº DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	Nº	ALTURA	ÁREA UNITARIA	TOTAL (ÁREA M2)
GARITA DE CONTROL	Controlar ingreso / egreso vehicular	01	2 sillas, 2 mesas, 2 radios, 2 teléfonos	01	4.00	12.00	12.00
ESTACIONAMIENTO	Maniobras, circulación y estacionamiento de vehículos	55	Postes de alumbrado, señalización, basurero	55	4.00	14.00	770.00
ALMACENES	Resguardo de productos	01	Anaqueles	09	4.00	20.00	180.00
ÁREA DE CARGA Y DESCARGA	Abastecer, carga y descarga de productos	01	Varia	01	4.00	400.00	400.00
AMBIENTE DE LIMPIEZA	Almacenamiento de encerres	01	Botes, palas, rastrillos, escobas, basureros	01	4.00	12.00	12.00
S.S.H.H.	Lavado de manos, cara y necesidades fisiológicas	2	Inodoros, lavatorios, bidel	04	4.00	12.00	48.00
AMBIENTES DE COMIDA RÁPIDA	Atención, preparación, y venta de alimentos	03	Mesas, sillas, mobiliario de cocina, vitrina, refrigeradora	08	3.50	16.00	128.00
PATIO DE COMIDAS	Atención, preparación, y venta de alimentos. Brinda diferentes agrupaciones de restaurantes	100	Mesas, sillas, mobiliario de cocina, vitrina, refrigeradora	01	3.50	100.00	100.00
RESTAURANTE	Atención, preparación, y venta de alimentos	30	Mesas, sillas, mobiliario de cocina, vitrina, refrigeradora	01	3.50	40.00	40.00
CAJEROS AUTOMATICOS	Retiro de dinero	3	Maquina dispensadora, transacciones	01	3.50	14.00	14.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28.

Programación cualitativa y cuantitativa zona de comercial

ZONA COMERCIAL				ESCALA ANTROPOMÉTRICA			
AMBIENTE	ACTIVIDAD	Nº DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	Nº	ALTURA	ÁREA UNITARIA	TOTAL (ÁREA M2)
ESPACIO DE INGRESO Y EGRESO	Distribución, circulación, acceso hacia centro comercial	Varia	2 maceteros	04	3.50	Varia	Varia
TIENDA	Atención, almacenamiento y venta de productos	01 (por local)	Estantería, recepcionero, maniqués, perchero especial	127	3.50	14.00	1778.00
TIENDAS AMPLIAS	Atención, almacenamiento y venta de productos	02 a 03 (por local)	Estantería, recepcionero, maniqués, perchero especial	06	3.50	35.00	210.00
BOULEVARD	Paseo vegetal y divisor de espacios	Varia	Sillones, bancos, espejo de agua	01	3.50	Varia	Varia
SERVICIOS SANITARIOS	Lavado de manos, cara y necesidades fisiológicas	Varia	Inodoros, urinarios, lavamanos, secadora de manos	01	3.50	250.00	250.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29.

Programación cualitativa y cuantitativa zona administrativa

ZONA ADMINISTRATIVA				ESCALA ANTROPOMÉTRICA			
AMBIENTE	ACTIVIDAD	Nº DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	Nº	ALTURA	ÁREA UNITARIA	TOTAL (ÁREA M2)
GERENCIA	Atender, administrar, informar, y controlar el CC	01	Escritorio, silla, sofá, librero	01	3.50	15.00	15.00



SECRETARIA	Atender, informar, escribir, archivar	01	Escritorio, silla, computadora, reloj (control de tarjeta), teléfono, impresora	01	3.50	15.00	15.00
ARCHIVO Y TESORERÍA	Atender, administrar, informar, contabilizar, archivar, control de bodega, cobros y compras. Archivar documentos y papeleras	01	Escritorio, sillas, computadoras, teléfonos, archivador. Archivadores metálicos y estantería	01	3.50	15.00	15.00
SEGURIDAD	Controlar, informar, revisión de equipo de trabajo, reportar, primeros auxilios	01	Escritorio, silla, radio transmisor, teléfono, archivador, mesa, locker	01	3.50	12.00	12.00
SERVICIOS SANITARIOS	Lavado de manos, cara y necesidades fisiológicas	Varia	Inodoros, urinarios, lavamanos, secadora de manos	01	3.50	20.00	20.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30.

Programación cualitativa y cuantitativa zona recreativa

ZONA RECREATIVA				ESCALA ANTROPOMÉTRICA			
AMBIENTE	ACTIVIDAD	Nº DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	Nº	ALTURA	ÁREA UNITARIA	TOTAL (ÁREA M ²)
JUEGOS PARA NIÑOS	Diversión, despejarse, recrear, entrenamiento, distracción, jugar	10	Máquinas de juego	01	3.50	60.00	60.00
AMBIENTE DE PROYECCIONES	Entretenimiento, comunicación, transmisión	50	Iluminación, cámara, proyector, equipos de	01	3.50	90.00	90.00

			sonidos, butacas				
TALLERES	Diversión, despejarse, recrear, entretenimient o, distracción.	10	Equipos de sonido, mesa, sillas	01	3.50	30	30.00
ÁREAS VERDES	Diversión, despejarse, recrear, entretenimient o, distracción	Varia	Archivador es metálicos y estantería	01	3.50	Varia	Varia
SERVICIOS SANITARIOS	Lavado de manos, cara y necesidades fisiológicas	Varia	Inodoros, urinarios, lavamanos, secadora de manos	01	3.50	16.00	16.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31.

Programación cualitativa y cuantitativa zona difusión cultural

ZONA DE DIFUSIÓN CULTURAL				ESCALA ANTROPOMÉTRICA			
AMBIENTE	ACTIVIDAD	Nº DE USUARIOS	MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO	Nº	ALTURA	ÁREA UNITARIA	TOTAL (ÁREA M2)
AMB. DE EXHIBICIÓN	Exhibición de proceso de hilado y tejido	Varia	Sillas, maquinas, mesas, anaqueles	02	3.00	80.00	160.00
MUSEO	Exhibición de reliquias textiles	Varia	Sillas, mesas, anaqueles	01	3.00	40.00	40.00

Fuente: Elaboración propia

4.3.4. Estructura Jerárquica del Sistema Arquitectónico

Con respecto a este ítem será desarrollado en función a un organigrama general y posteriormente será desarrollado por nivel de piso.

4.3.4.1. Organigrama general

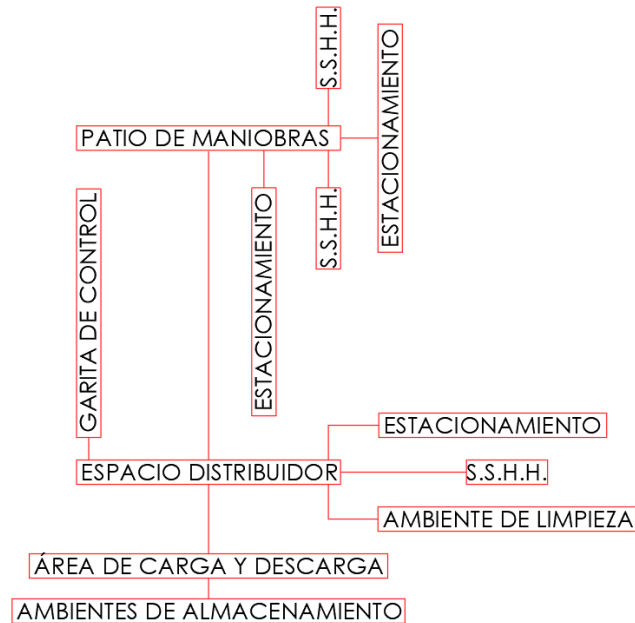
Estará desarrollado a razón de los espacios planteados en la programación, y a razón de los niveles proyectados.

4.3.4.2. Diagrama de relaciones

Sótano

Figura 72.

Diagrama de relaciones – sótano

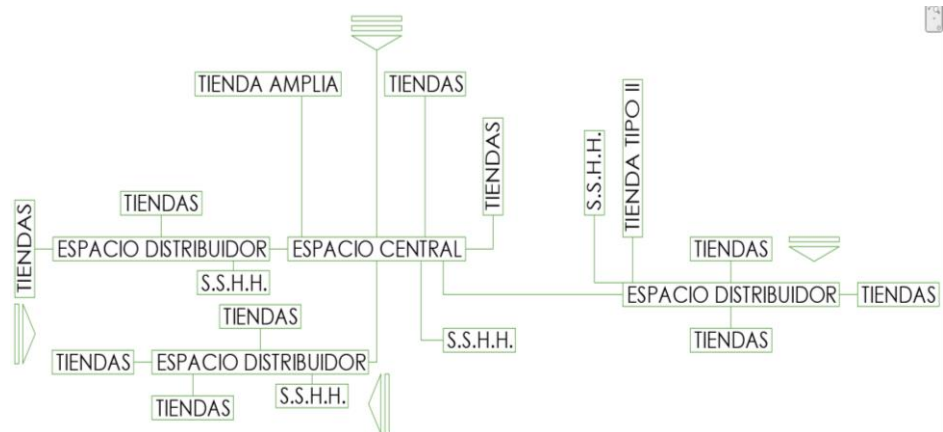


Nota: Elaboración propia

1er nivel

Figura 73.

Diagrama de relaciones - 1er nivel

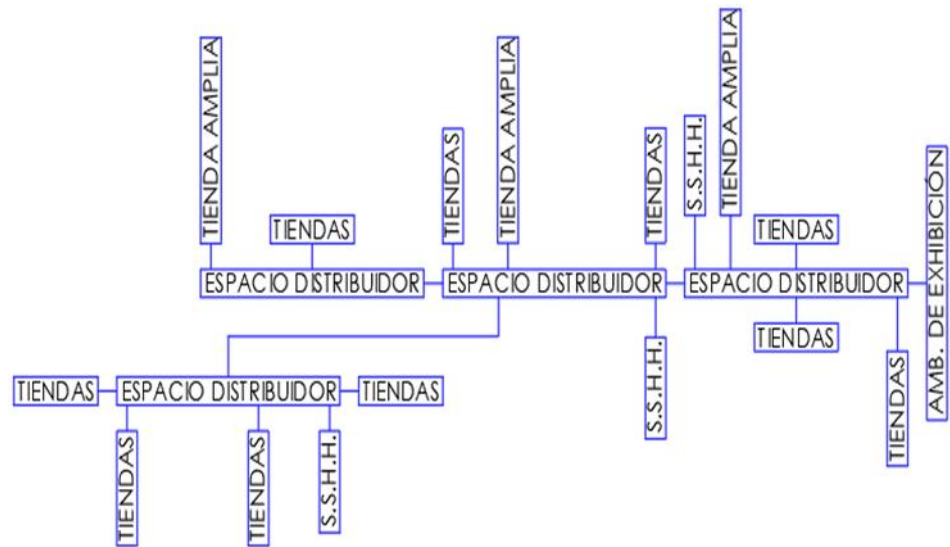


Nota: Elaboración propia

2do nivel

Figura 74.

Diagrama de relaciones - 2do nivel

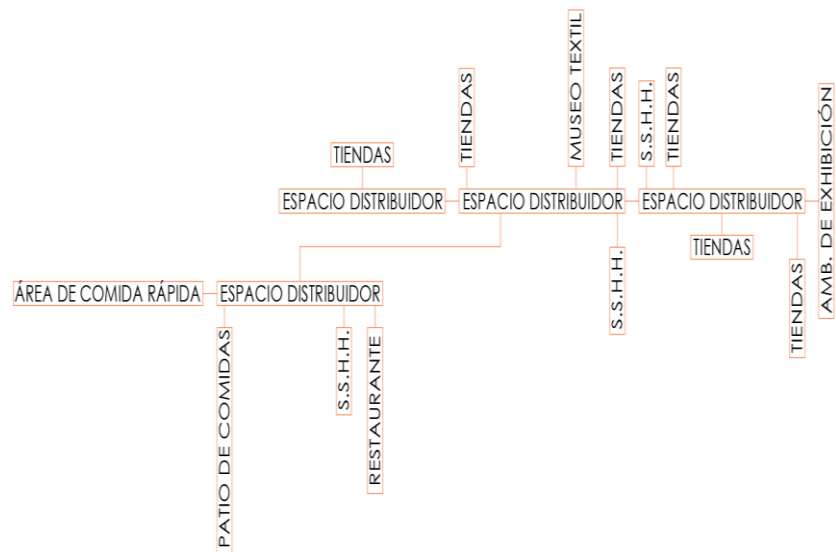


Nota: Elaboración propia

3er nivel

Figura 75.

Diagrama de relaciones - 3er nivel



Nota: Elaboración propia

4.3.4.4. Matrices, diagramas de circulaciones y flujos

Matriz de relaciones

Sótano

Figura 78.

Matriz de relaciones - sótano



Nota: Elaboración propia

1er nivel

Figura 79.

Matriz de relaciones - 1er nivel



Nota: Elaboración propia

2do nivel

Figura 80.

Matriz de relaciones - 2do nivel

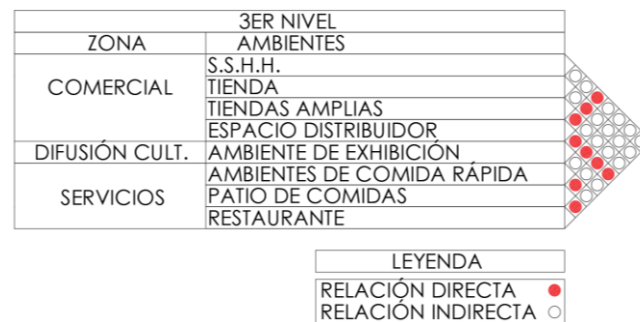


Nota: Elaboración propia

3er nivel

Figura 81.

Matriz de relaciones - 3er nivel



Nota: Elaboración propia

4er nivel

Figura 82.

Matriz de relaciones - 4to nivel



4.4. RESULTADOS RESPECTO AL TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN

OE3: Diseñar una infraestructura de centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando espacios sociales, que respondan a las necesidades recreativas, de ocio y de interrelación social.

Desarrollo espacios sociales

Sera desarrollada de la siguiente manera:

4.4.1. Premisas de diseño de espacios sociales y/o ambientales

Jardinerías y/o áreas verdes internas

Estas ayudarán en la propagación de microclimas, regulando también hasta cierto grado la humedad, además de ello actuarán como purificadores de aire.

Figura 84.

Jardineras internas que en cierto grado controlan la humedad.



Nota: Wikipedia

Vegetación

Con respecto a este ítem jugará un papel importante en la propuesta de investigación porque ayudaran en cierta medida a minimizar la radiación de índole solar, además de adicionar estética y un atractivo peculiar.



Aterrazamiento de áreas verdes

Se propondrá áreas verdes en las terrazas artificiales formadas por los volúmenes, las cuales podría ser compuestas por vegetación de plantas autóctonas del lugar, permitiendo que los rayos del sol eviten originar efectos de islas de calor.

Sistema de recolección de agua de lluvias

Los sistemas pueden ser procesados mediante la captación de agua de lluvia, mediante las áreas verdes, acumulándolas en tanques de almacenamiento, para luego ser bombeadas a los pisos superiores o a las mismas áreas de nivel, este uso será exclusivo para riego del centro comercial especializado.

4.5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.5.1. Respecto al objetivo específico 01

OE1: Diseñar un centro comercial especializado de artesanía textil andina en la ciudad de Juliaca, considerando elementos arquitectónicos físico-espaciales y formales, que minimicen la fricción entre la actividad comercial, el consumidor, las vías y el entorno urbano circundante.

En el cumplimiento del objetivo específico 01, se llevó a cabo un proceso exhaustivo y polifacético que integró elementos arquitectónicos físico-espaciales y formales, basados en la identidad cultural, la historia, entre otros factores, para satisfacer de manera óptima dicho requerimiento.

El proceso de hilado, desempeña un papel de preponderancia para la geometrización y cumplimiento de este objetivo, las jerarquizaciones de los

elementos ya sean en planta o volumen complementaron estas necesidades por lo tanto afirmamos haber satisfecho tal objetivo.

4.5.2. Respetto al objetivo específico 02

Estará descrito de la siguiente manera:

OE2: Diseñar una edificación de centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando actividades y funciones vinculadas a la artesanía textil andina, que respondan a las necesidades del centro comercial especializado.

4.5.3. Respetto al objetivo específico 03

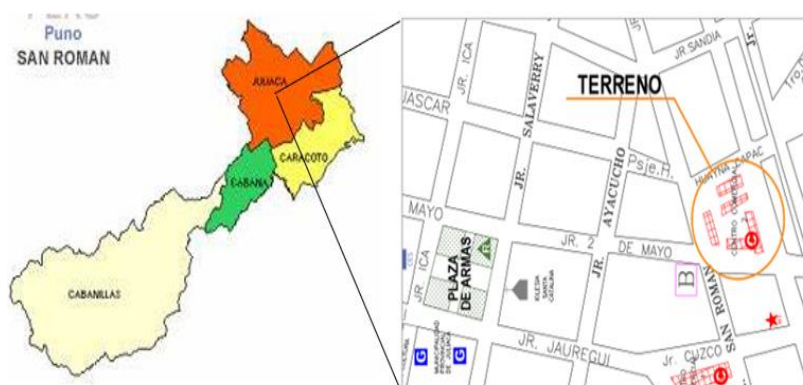
OE3: Diseñar una infraestructura de centro comercial especializado de artesanía textil andina, considerando espacios sociales, que respondan a las necesidades recreativas, de ocio y de interrelación social.

4.6. DATOS Y CONSIDERACIONES BÁSICAS PARA LA PROPUESTA

4.6.1. Ubicación

Figura 85.

Ubicación de la zona a investigar



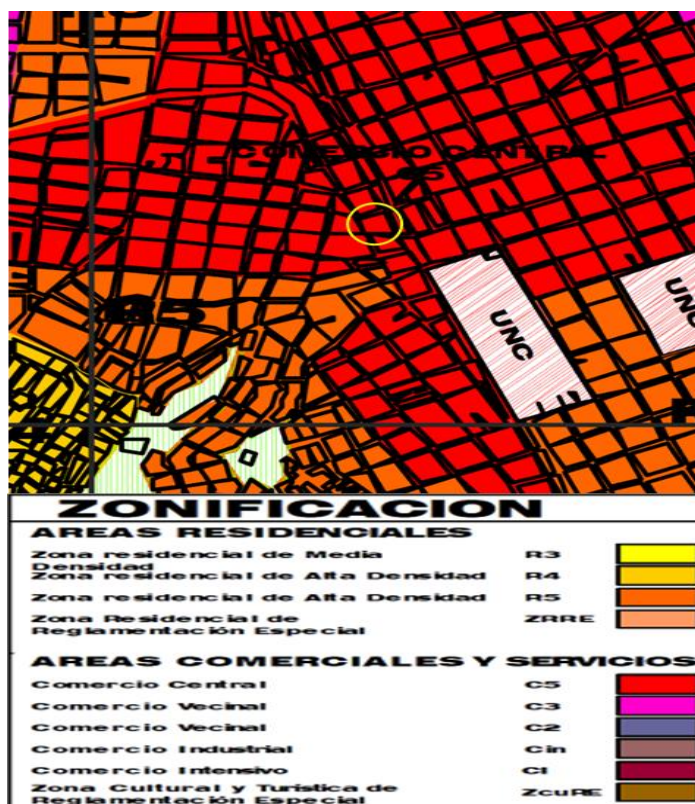
Nota: Elaboración propia

4.6.2. Determinación del lugar de estudio

Uno de los referentes para la ubicación del área de estudios es el Plan Director de Juliaca, en cuyo caso en la etapa de propuesta de zonificación denota que el área de estudio elegido está dada por zonificación de áreas comerciales y servicios en la categoría Comercio Central C5.

Figura 86.

Zonificación de Uso de Suelos



Fuente: (Román, Plan Director de Juliaca, 2015)

El área de estudio pertenece al Comercio Central – C5: Tiene los siguientes requisitos normativos:

- Nivel de Servicio: Hasta 300,000 habitantes.
- Lote mínimo: Existente.
- Estacionamientos: Según lo normado en el Reglamento Nacional de Edificaciones.

- Altura de Edificación: 1.5 (a+r); en cuyo caso para nuestro proyecto de investigación estará hasta los 4 niveles a proyectar.

Otra de las consideraciones tomadas fue la necesidad por parte de los propietarios en contar con una investigación de nivel de pregrado universitario, la cual consiste en un diseño arquitectónico de un centro comercial especializado de artesanía textil andina, el cual es plasmada mediante un Acta de Reunión, realizada entre los representantes de dicho centro comercial y los tesistas.

La ciudad de Juliaca cuenta con ejes de preponderancia, como son: ejes comerciales, ejes naturales, ejes de identidad cultural y/o cívicos, los cuales deberían ser fortalecidos, conectados, generando así un hito artificial. Bajo estas premisas, el lugar idóneo en el cual debe ubicarse la propuesta investigativa es el emplazamiento donde hoy actualmente es la ubicación del Centro Comercial N° 02 de la ciudad de Juliaca.

Figura 87.

Determinación del lugar de estudio



Nota: Elaboración propia

Leyenda:

Eje comercial: línea de color morado

Eje de identidad cultural y/o cívico: línea de color rojo

Eje natural: línea de color verde

4.6.3. Linderos y medidas perimétricas

La propuesta desarrollada tiene las siguientes medidas y colindancias.

- Por el Norte : Jr. Huayna Cápac, con 72.79 ml.
- Por el Sur : Jr. Dos de Mayo, con 80.47 ml.
- Por el Este : Jr. Mariano Núñez, con 85.91 ml.
- Por el Oeste : Jr. San Román, con 50.93 ml.

4.6.4. Área y perímetro

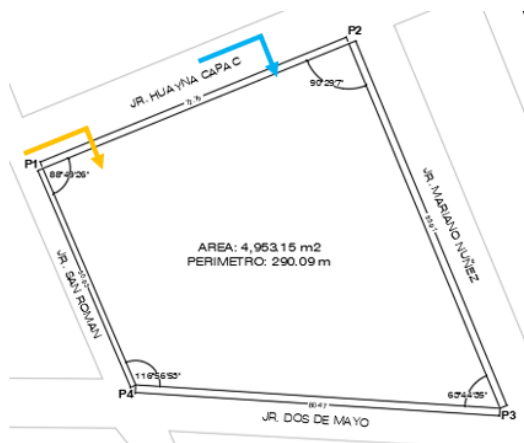
- Área: 4 953.15 m²
- Perímetro: 290.10 ml

4.6.5. Acceso vehicular y peatonal

a. Acceso vehicular: El acceso vehicular principal está dado por la vía secundaria que es el Jr. Mariano Núñez, y el acceso vehicular secundario (carga y descarga) está dado por la vía de orden local (menor).

Figura 88.

Acceso vehicular hacia la propuesta



Nota: Elaboración propia

Color celeste: Acceso vehicular de usuarios.

Color amarillo: Acceso vehicular de carga y descarga.

b. Acceso peatonal: Este dado en todo el perímetro del área a intervenir siendo el Jr. Mariano Núñez con más afluencia peatonal.

Figura 89.

Accesos peatonales hacia la propuesta



Nota: Elaboración propia

4.6.6. Servicios básicos

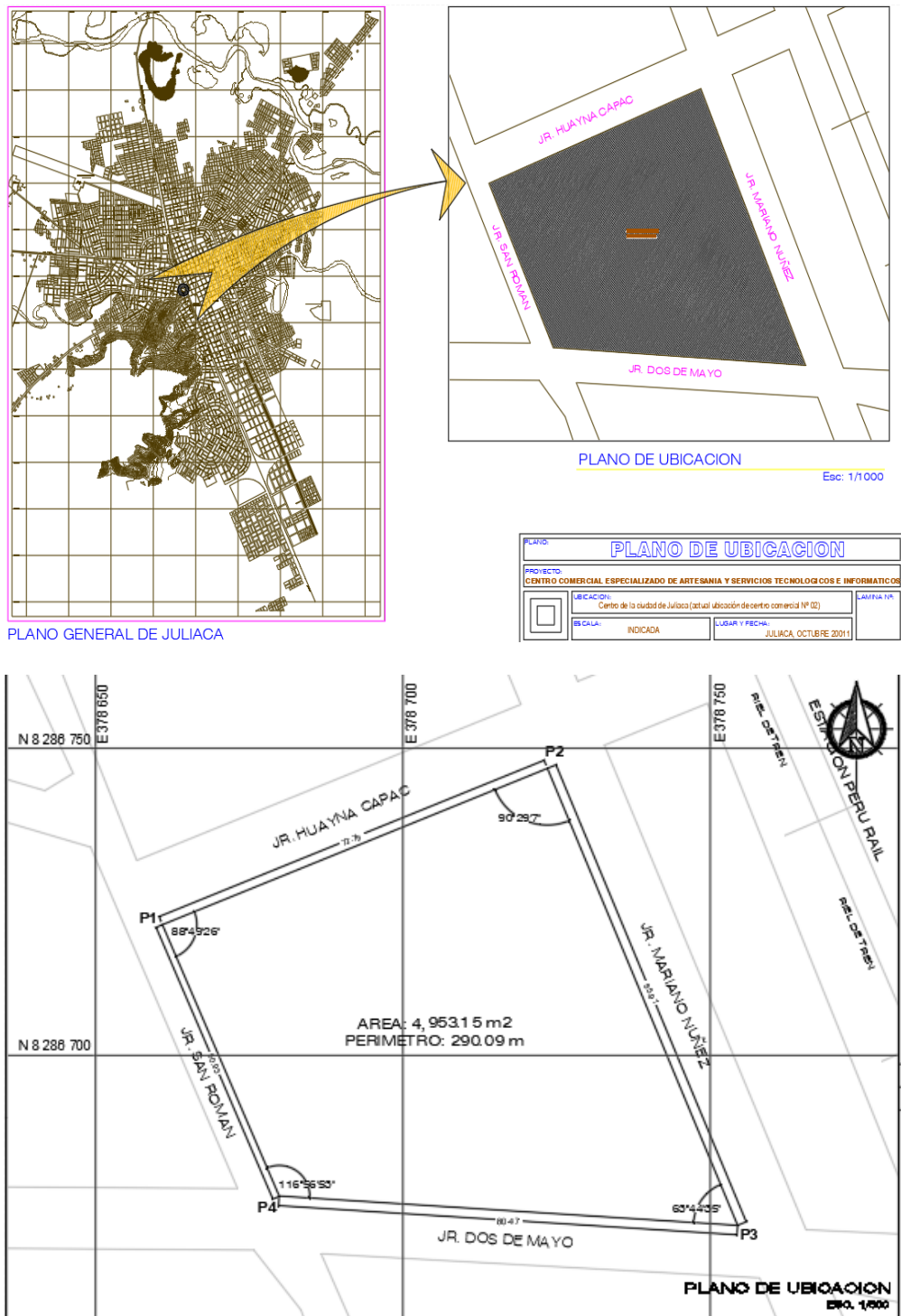
El trabajo de investigación está ubicado en el centro de la ciudad (zona urbana central), del distrito de Juliaca, y esta cuenta con los servicios básicos de electricidad, desagüe, agua, así como también con un sistema de alumbrado público, sistema de vías, y otros servicios complementarios como telefonía, cable, internet entre otros.

4.7. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

4.7.1. Plano de ubicación

Figura 90.

Ubicación de la propuesta

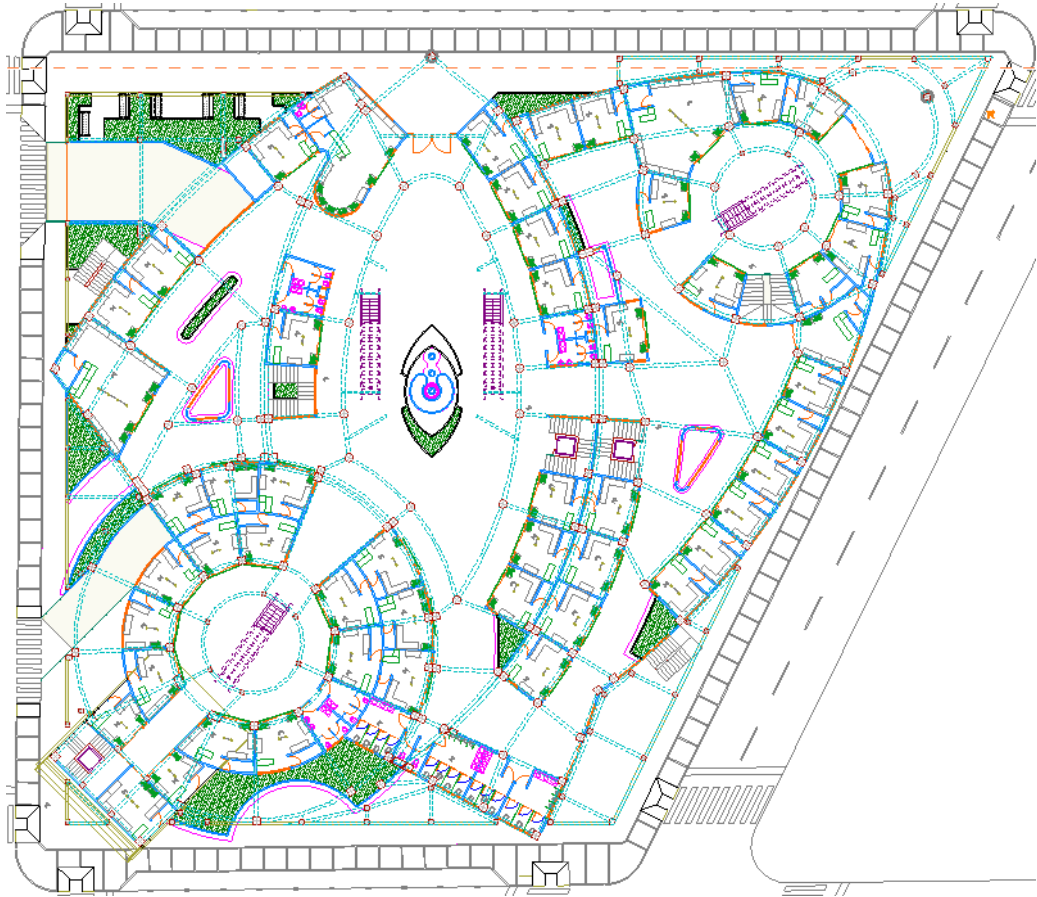


Nota: Elaboración propia

4.7.2. Propuesta en dos dimensiones

Figura 91.

Propuesta en planta

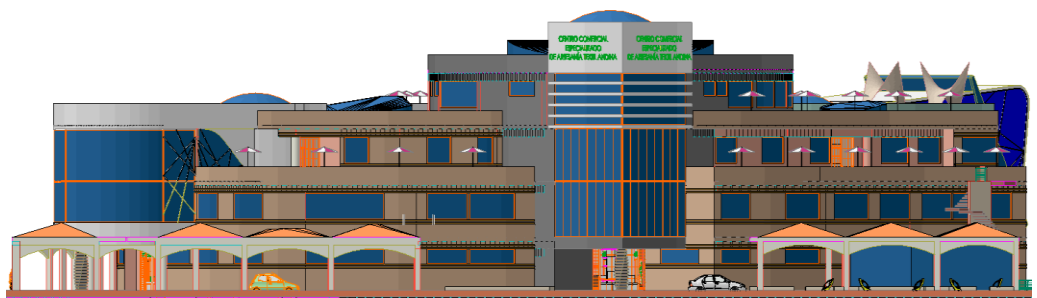


Nota: Elaboración propia

4.7.3. Propuesta en tres dimensiones

Figura 92.

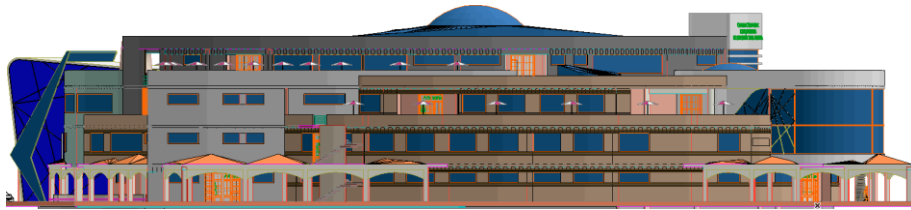
Elevación frontal por el Jr. Mariano Nuñez



Nota: Elaboración propia

Figura 93.

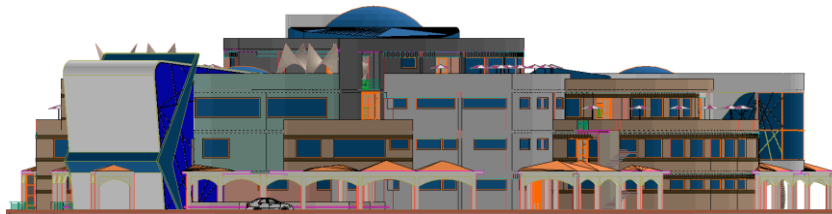
Elevación lateral 01 por el Jr. 2 de Mayo



Nota: Elaboración propia

Figura 94.

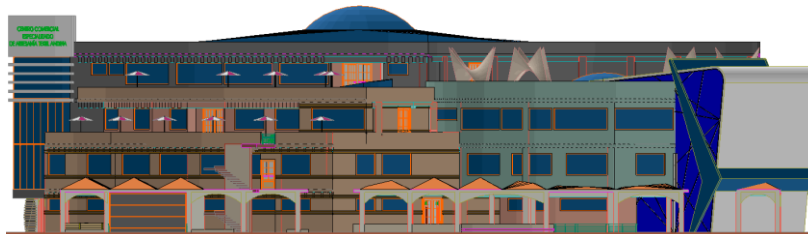
Elevación lateral 02 por el Jr. San Román



Nota: Elaboración propia

Figura 95.

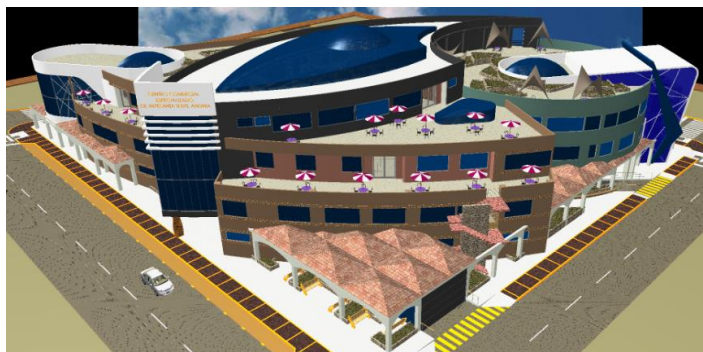
Elevación posterior por el Jr. Huaynacapac



Nota: Elaboración propia

Figura 96.

Propuesta en tres dimensiones

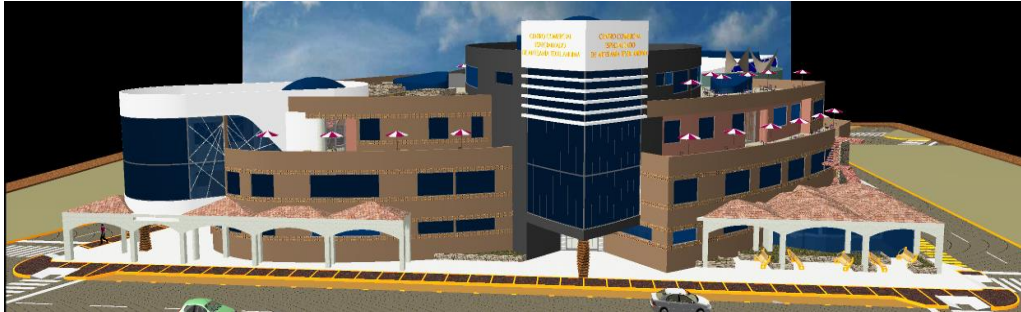


Nota: Elaboración propia

4.7.4. Vistas del proyecto de investigación

Figura 97.

Ingreso principal al c. c. especializado de artesanía textil andina.



Nota: Elaboración propia

Figura 98.

Ingresos secundarios al centro comercial especializado de artesanía textil andina.



Nota: Elaboración propia

Figura 99.

Ingresos secundarios al centro comercial especializado de artesanía textil andina.



Nota: Elaboración propia

Figura 100.

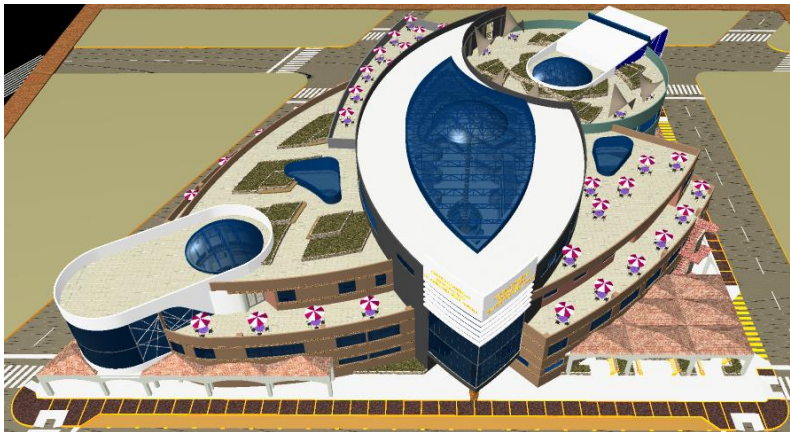
Zona de estacionamiento de la propuesta



Nota: Elaboración propia

Figura 101.

Vista frontal desde Jr. Mariano Núñez



Nota: Elaboración propia

Figura 102.

Vista lateral desde Jr. Dos de Mayo



Nota: Elaboración propia

Figura 103.

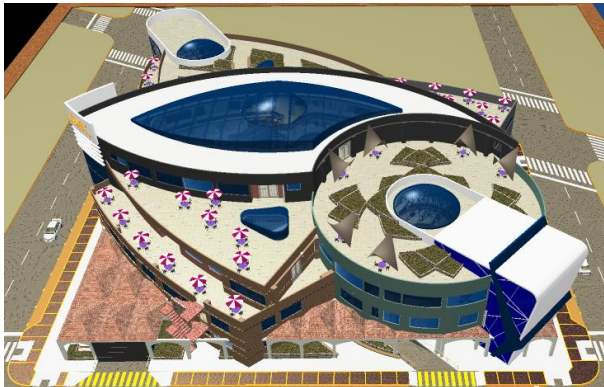
Vista posterior desde Jr. San Román



Nota: Elaboración propia

Figura 104.

Vista lateral desde Jr. Huaynacapac



Nota: Elaboración propia

Figura 105.

Vista volumétrica del 1er nivel



Nota: Elaboración propia

Figura 106.

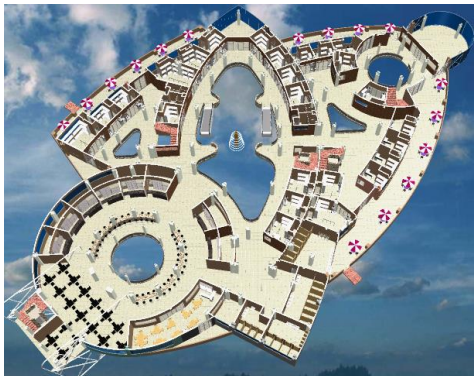
Vista volumétrica del 2do nivel



Nota: Elaboración propia

Figura 107.

Vista volumétrica del 3er nivel



Nota: Elaboración propia

Figura 108.

Vista volumétrica del 4to nivel



Nota: Elaboración propia



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: El logro del objetivo general es plasmado en la generación de una propuesta urbano arquitectónica que contempla satisfacer las necesidades físico-espaciales, sociales y de producción de artesanía textil andina, presentándose como atractivo comercial especializado mediante el uso de materiales, formas adecuadas, actividades acordes a este tipo de edificación, complementando espacios de ocio, para integrar la arquitectura con la zona intervenida, creando un hito artificial y así fortalecer la identidad cultural de la ciudad de Juliaca.

SEGUNDA: El logro del objetivo específico 01 se traduce en la obtención de un diseño acorde en cuestión de elementos físico-espaciales y formales al área en estudio, que en términos de identidad cultural del lugar se lograron alcanzar, proyectada para el óptimo funcionamiento con respecto al aspecto comercial especializado, en cuyo caso, mejorará la fricción entra las actividades que surgen a través del comercio especializado (consumidores, vías, entorno).

TERCERA: El logro del objetivo 02 es plasmada en la adecuada programación arquitectónica y sistema de estructurado, de acuerdo a las actividades y funciones destinadas a la artesanía textil andina, teniendo adecuadas y optimas instalaciones propuestas para este fin.

CUARTA: El logro del objetivo 03 es discernida por la adecuada integración entre un rubro de tipo comercial especializado con los espacios sociales (recreación pasiva y activa), fortaleciendo así la interrelación social, para obtener que la población usuaria tenga mayor interés y permanezca muchísimo más tiempo que el habitual.



VI. RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Se recomienda la coordinación respectiva entre autoridades y área usuaria de comercio especializado textil andino, para gestionar, un proyecto de intervención urbana comercial, puesto que esta acción conllevaría a la formalidad de gran parte del comercio de la ciudad, generando así también empleo y muchos beneficios en calidad de vida.
- SEGUNDA:** Se recomienda que en base a nuestra investigación se genere un modelo a seguir para crear nuevos hitos artificiales que fortalezcan la identidad cultural de nuestras zonas locales, que es lo que mayor valor para el ser humano.
- TERCERA:** Se recomienda realizar la proyección del sistema vial con harás de habilitar nuevos espacios de identidad cultural a través de edificaciones, acordes a la identidad cultural de cada zona, acordes a los planes de desarrollo urbano de nuestras ciudades de nuestras zonas.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aramburu Ecos, R. (2015). Centro de Interpretación Textil Andino en el Distrito de Lares para el incremento de la Demanda Turística. Cusco.
- Barros , Jara, Salinas, & Stange. (2005).
- Bautista, G. (2006). Centro Comercial Municipal Malacatán San Marcos. Universidad de San Carlos. Guatemala.
- Bazalar La Puerta, L. R., & Cadenillas Calderón , M. A. (2019). Propuesta de agregado reciclado para la elaboración de concreto estructural con $f'c=280$ kg/cm² en estructuras aporticadas en la ciudad de Lima para reducir la contaminación ambiental. Lima.
- Boletín informativo de ADEX N° 45. (s.f.). ADEX N° 45.
- Cárdenas Valdez, W. H., & Hernández Méndez, J. G. (2014). Caracterización de los agregados de concreto reciclado propiedades técnicas y uso (Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- Chinen, C. (2002). Manual Básico del shopping Center. Universidad Católica del Perú. Lima.
- Cruz García, J. A., & Velásquez Yañez, R. (2004). Concreto Reciclado (tesis de pregrado).
- De La Puente . (2017). Centro de Capacitación y Difusión del Arte Textil Andino en Cusco.
- Fischer, E. (2011). Los Tejidos Andinos, Indicadores de Cambio: Apuntes sobre su rol y significado en una comunidad rural. Revista de Antropología Chilena, 267.
- Gallo. (2016). Centro de difusión y capacitación artesanal en Catacaos Piura.
- Garzon Amaya, C. F., Niño Carreño, J. J., & Salazar Gonzalez, C. (2016). Ensayo de Modulo de Elasticidad y Relación de Poisson. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja.



- Giménez, A. (22 de Enero de 2018). Aunitz.net. Obtenido de <https://www.aunitz.net/ley-06-principio-de-la-proximidad/>
- Hernández Asmitia, F. (2012). Arquitectura Comercial. Guatemala.
- Huamán . (2017). Centro de formación textil en Chincheros Cusco, Lima. Cusco - Lima.
- Jaurrieta, A. (s.f.). La Revista. Obtenido de <https://www.f3arquitectura.es/espacios/centros-comerciales/>
- Leur, M. (1990). Notas sobre la modernización de la artesanía en América Latina.
- Luna Zhapa, K. M. (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. Catamayo.
- Mayne . (2009). “La arquitectura expresa lo que somos como cultura”.
- Mendo, J. V. (29 de abril de 2013). Aula intercultural. Obtenido de <https://aulaintercultural.org/2013/04/29/educacion-e-identidad-cultural/>
- Ministerio de Transportes y comunicaciones. (2016). Manual de ensayo demateriales. Lima.
- Naciones Unidas. (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago.
- Oxford. (2001). Perú, I. (17 de octubre de 2023). land Perú. Obtenido de <http://www.land-peru.com/es/valle-sagrado.php>
- Plazola, A. (1996). Enciclopedia de Arquitectura Plazola. Plazola Editores S.A.
- Román, M. P. (2004). Plan Director de Juliaca . Juliaca.
- Román, M. P. (2015). Plan Director de Juliaca. Juliaca.
- Saneamiento, M. d. (2021). Reglamento Nacional de Edificaciones. Lima: Megabyte.
- SISNE. (2011). Sistema Nacional de Estándares de Urbanismo.



Sliderhare. (10 de Agosto de 2021). Obtenido de

<https://es.slideshare.net/andreagarcia524/presentacion-final-47143950>

Suarez , L. (2002). Tipología y evolución de los centros comerciales.

Tateishi, F. (2013). La Construcción del prestigio en artesanos textiles de Huamanga - Ayacucho. Ayacucho.

Westreicher, G. (01 de marzo de 2020). Economipedia. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/centro-comercial.html>



ANEXOS



ANEXO 1. Planos de Arquitectura

- Plano de Ubicación, localización y perimétrico U-01
- Plano de Perimétrico y áreas U-02
- Plot plan A-01
- Plano general A-02
- Plano de distribución sótano A-03
- Plano de distribución primer nivel A-04
- Plano de distribución segundo nivel A-05
- Plano de distribución tercer nivel A-06
- Plano de distribución cuarto nivel A-07
- Plano de cubiertas A-08
- Plano de elevaciones A-09
- Plano de sección A-A', B-B', C-C' A-10
- Plano de sección D-D', E-E', F-F' A-11
- Plano de Perspectivas A-12
- Plano de distribución sótano Bloque A (1 de 2) A-13
- Plano de distribución sótano Bloque A (2 de 2) A-14
- Plano de distribución sótano Bloque B (1 de 3) A-15
- Plano de distribución sótano Bloque B (2 de 3) A-16
- Plano de distribución sótano Bloque B (3 de 3) A-17
- Plano de distribución sótano Bloque C (1 de 2) A-18
- Plano de distribución sótano Bloque C (2 de 2) A-19
- Plano de distribución sótano Bloque D (1 de 2) A-20
- Plano de distribución sótano Bloque D (2 de 2) A-21
- Plano de distribución 1er nivel Bloque A (1 de 2) A-22



- Plano de distribución 1er nivel Bloque A (2 de 2) A-23
- Plano de distribución 1er nivel Bloque B (1 de 3) A-24
- Plano de distribución 1er nivel Bloque B (2 de 3) A-25
- Plano de distribución 1er nivel Bloque B (3 de 3) A-26
- Plano de distribución 1er nivel Bloque C (1 de 2) A-27
- Plano de distribución 1er nivel Bloque C (2 de 2) A-28
- Plano de distribución 1er nivel Bloque D (1 de 2) A-29
- Plano de distribución 1er nivel Bloque D (2 de 2) A-30
- Plano de distribución 2do nivel Bloque A (1 de 2) A-31
- Plano de distribución 2do nivel Bloque A (2 de 2) A-32
- Plano de distribución 2do nivel Bloque B (1 de 3) A-33
- Plano de distribución 2do nivel Bloque B (2 de 3) A-34
- Plano de distribución 2do nivel Bloque B (3 de 3) A-35
- Plano de distribución 2do nivel Bloque C (1 de 2) A-36
- Plano de distribución 2do nivel Bloque C (2 de 2) A-37
- Plano de distribución 2do nivel Bloque D (1 de 2) A-38
- Plano de distribución 2do nivel Bloque D (2 de 2) A-39
- Plano de distribución 3er nivel Bloque A (1 de 2) A-40
- Plano de distribución 3er nivel Bloque A (2 de 2) A-41
- Plano de distribución 3er nivel Bloque B (1 de 3) A-42
- Plano de distribución 3er nivel Bloque B (2 de 3) A-43
- Plano de distribución 3er nivel Bloque B (3 de 3) A-44
- Plano de distribución 3er nivel Bloque C (1 de 2) A-45
- Plano de distribución 3er nivel Bloque C (2 de 2) A-46
- Plano de distribución 3er nivel Bloque D (1 de 2) A-47



- Plano de distribución 3er nivel Bloque D (2 de 2) A-48
- Plano de distribución 4to nivel Bloque A (1 de 2) A-49
- Plano de distribución 4to nivel Bloque A (2 de 2) A-50
- Plano de distribución 4to nivel Bloque B (1 de 3) A-51
- Plano de distribución 4to nivel Bloque B (2 de 3) A-52
- Plano de distribución 4to nivel Bloque B (3 de 3) A-53
- Plano de distribución 4to nivel Bloque C (1 de 2) A-54
- Plano de distribución 4to nivel Bloque C (2 de 2) A-55
- Plano de distribución 4to nivel Bloque D (1 de 2) A-56
- Plano de distribución 4to nivel Bloque D (2 de 2) A-57
- Plano de Cubiertas Bloque A (1 de 2) A-58
- Plano de Cubiertas Bloque A (2 de 2) A-59
- Plano de Cubiertas Bloque B (1 de 3) A-60
- Plano de Cubiertas Bloque B (2 de 3) A-61
- Plano de Cubiertas Bloque B (3 de 3) A-62
- Plano de Cubiertas Bloque C (1 de 2) A-63
- Plano de Cubiertas Bloque C (2 de 2) A-64
- Plano de Cubiertas Bloque D (1 de 2) A-65
- Plano de Cubiertas Bloque D (2 de 2) A-66
- Plano de sección A-A', B-B' Bloque "A" A-67
- Plano de sección A-A', B-B' Bloque "B" A-68
- Plano de sección A-A', B-B' Bloque "C" A-69
- Plano de sección A-A', B-B' Bloque "D" A-70

ANEXO 2. Esquemas Estructurales

- Plano de esquema de losa de cimentación y viga de cimentación E-01



- Plano de esquema de losa del nivel del sótano E-02
- Plano de esquema de losa del 1er nivel E-03
- Plano de esquema de losa del 2do nivel E-04
- Plano de esquema de losa del 3er nivel E-05
- Plano de esquema de losa del 4to nivel E-06
- Plano de esquema de drenaje de nivel de sótano S-01

ANEXO 3. Lineamientos básicos para el flujo vehicular y áreas verdes.

Lineamientos básicos para el flujo vehicular

Se hace el presente reglamento con el fin de poder ordenar el flujo de vehículos que tengan relación directa con el “Centro Comercial Especializado en Artesanía Textil Andina”, teniendo diferentes tipos de vehículos que se relacionan con mencionado centro comercial que serán dos preponderantemente: el flujo vehicular de carga y descarga y el flujo vehicular de compradores y comerciantes los cuales tienen accesos diferenciados

El Flujo de Carga y Descarga de productos de artesanía como de productos perecibles será por el Jirón Huaynacapac siendo esta una vía de un solo sentido de suroeste a noreste, teniendo una distancia aproximada desde la esquina del Jirón Huaynacapac con el Jirón San Román de quince metros que hacen que el acceso sea más fácil la circulación vehicular. Este acceso es necesario par poder realizar la descarga en los almacenes de los productos mencionados anteriormente los cuales podrán ser ingresados a partir de las 10:00 pm hasta las 3:00 a.m. salvo alguna emergencia que se pueda contemplar como tal.

El Flujo de compradores y comerciantes se realizará por el Jirón Huayna Cápac el cual siendo esta de un solo sentido de suroeste a noreste, teniendo una distancia aproximada desde la esquina del Jirón Huanacapac con XXXX en una de cuatro metros aproximadamente. Este acceso esta destinado para el ingreso de compradores y



comerciantes los cuales podrán ingresar desde las 8:00 am hasta las 10:00 pm los cuales harán uso de los estacionamientos en el tiempo que hagan la compra de algún artículo como también de la venta de los productos, siendo este espacio desocupado al terminar estas actividades mencionadas.

Lineamientos básicos para áreas verdes

Las áreas de recreación pasiva del “Centro Comercial Especializado en Artesanía Textil Andina” que cuentan con áreas verdes no podrán ser ocupados por comerciantes ambulantes ni destinadas a otra actividad que no sea la de recreación pasiva de los compradores que asistan a este centro comercial, esta terminante mente prohibido el consumo de bebidas alcohólicas dentro de estos espacios, ya que estos espacios son de uso del centro comercial, en caso se incumpla esta normativa se procederá mediante el personal de seguridad a poder desalojar a las personas que hagan mal uso de estos espacios, y si es persistente o en caso de conflicto se recurrirá a las autoridades competentes dependiendo de la gravedad del incidente, llamando a serenazgo de la Municipalidad o la Policía Nacional según sea el caso.

Estos espacios serán provistos de mobiliario el cual no puede dañarse por causas humanas o estropearlos ya que es parte del centro comercial se considera tal sea el caso como daño a la propiedad privada.

ANEXO 4. Encuestas



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
CARRERA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

I. INTRODUCCIÓN

Buenos días, somos egresados de la Universidad Nacional del Altiplano, de la carrera profesional de Arquitectura y Urbanismo, con el fin de realizar nuestro proyecto de investigación, para optar por el título profesional de Arquitecto, solicitamos su colaboración para poder llenar la siguiente encuesta. De antemano, muchas gracias.

II. DATOS DE CLASIFICACIÓN

Género:

Masculino Femenino

Edad:

18-30 años 30 a más años

III. CUESTIONARIO (área usuaria)

1. ¿Qué nivel de operación realiza?

- > Pequeña escala - mercadería valorizada desde 15mil a 20 mil S/. ()
- > Mediana escala - mercadería valorizada desde 21mil a 30 mil S/. ()
- > Gran escala - mercadería valorizada más de 30 mil S/. ()

2. ¿Cuántas horas del día atiende en su negocio??

- > Hasta 4 horas ()
- > De 4 a 6 horas ()
- > De 6 a 10 horas ()
- > Mas de 10 horas ()

3. ¿Qué deficiencia encuentra en su negocio?

- > Espacio reducido ()
- > Poca visibilidad ()
- > Espacio inseguro ()
- > Mala ubicación estratégica ()



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
CARRERA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

4. ¿Qué funciones cumple su negocio??

- > Almacén, selección y venta ()
- > Selección y venta ()
- > Solo venta ()

5. ¿Cuentan con servicios de seguridad en su establecimiento?

- > Si ()
- > No ()

6. ¿Cuenta con servicios de higiene?

- > Si ()
- > No ()

7. ¿Aprueba la construcción de una nueva infraestructura comercial de artesanía textil andina?

- > Si ()
- > No ()

8. ¿Qué tipo de infraestructura comercial prefiere?

- > Con identidad cultural ()
- > Convencional ()
- > Moderno fusionado con identidad cultural ()

9. ¿Considera adecuado la infraestructura con que se cuenta "CC Nº 02"?

- > Si ()
- > No ()



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
CARRERA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

I. INTRODUCCIÓN

Buenos días, somos egresados de la Universidad Nacional del Altiplano, de la carrera profesional de Arquitectura y Urbanismo, con el fin de realizar nuestro proyecto de investigación, para optar por el título profesional de Arquitecto, solicitamos su colaboración para poder llenar la siguiente encuesta. De antemano, muchas gracias.

II. DATOS DE CLASIFICACIÓN

Género:

Masculino Femenino

Edad:

18-30 años 30 a más años

III. CUESTIONARIO (población en general)

1. ¿Qué tipo de equipamiento comercial consideraría óptimo para el área en donde actualmente está el CC Nº02?

- > Centro comercial especializado de artesanía textil andina ()
- > Centro comercial ()
- > Espacio ferial ()
- > Mercados ()
- > Ninguna de las anteriores, se considera otro tipo de equipamiento ()

2. ¿Si se realizara un centro comercial especializado de artesanía textil andina en el área de referencia ¿Qué espacios consideraría para las necesidades de dicha infraestructura?

- > Espacios para actividades culturales ()
- > Tiendas de productos artesanales textiles ()
- > Tiendas de artesanía textil reconocida ()
- > Zonas de entretenimiento ()
- > Espacios recreativos ()



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO - PUNO
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA
CARRERA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

3. ¿Qué tipología de diseño en arquitectura considerarías adecuado y sobre todo representativo para el centro comercial especializado de artesanía textil andina?

- > Un diseño que enaltezca la identidad arquitectónica del medio ()
- > Un diseño convencional ()
- > Un diseño que fusiones elementos de identidad cultural y moderno ()

4. ¿Cómo crees que el proyecto de centro comercial especializado de artesanía textil andina contribuirá al desarrollo económico y social en la ciudad de Juliaca?

- > Fortalecerá el rubro de artesanía textil andina ()
- > Creando nuevas oportunidades económicas para nuevos emprendedores ()
- > Generando ahorro a los usuarios ()

5. ¿Cuáles son tus motivos de visita al centro comercial? (se puede marcar 1 o + opciones)

- > Productos ()
- > Precios bajos ()
- > La calidad de la infraestructura ()
- > Los servicios ()
- > Línea de especialización ()

6. ¿Qué tipo de transporte utiliza para llegar a los CC?

- > Transporte particular ()
- > Transporte urbano ()
- > Otros ()
- > Gen ()
- > Gen ()

IV. DATOS DE CONTROL

Nombre del encuestador: Gandy Luis Flores Leon
Lugar: Juliaca

La ubicación de los anexos está en el siguiente link:

<https://drive.google.com/drive/folders/1cKFG7s35ppCjTgRbvRaNr3ovZafSBx>

[ww?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1cKFG7s35ppCjTgRbvRaNr3ovZafSBx?usp=sharing)



ANEXO 5. Declaración jurada de autenticidad de tesis



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Eddy Leoncio LA TORRE PACHECO,
identificado con DNI 43589788 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
Arquitectura y Urbanismo

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:
"CENTRO COMERCIAL ESPECIALIZADO DE ARTESANÍA
TEXTIL ANDINA EN LA CIUDAD DE JULIACA"

Es un tema original.

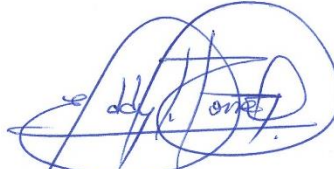
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 27 de Mayo del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Gandy Luis Flores Leon,
identificado con DNI 70423039 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Arquitectura y Urbanismo

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"CENTRO COMERCIAL ESPECIALIZADO DE ARTESANÍA
TEXTIL ANDINA EN LA CIUDAD DE JULIACA"

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 27 de Mayo del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella



ANEXO 6. Autorización para el depósito de tesis en el Repositorio Institucional



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Eddy Leorcio LA TORRE PACHECO
identificado con DNI 43589788 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Arquitectura y Urbanismo

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"CENTRO COMERCIAL ESPECIALIZADO DE ARTESANIA -
TEXTIL ANDINA EN LA CIUDAD DE JUHACA"

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia: Creative

Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 27 de Mayo del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Gandy Luis FLORES LEON
identificado con DNI 70423039 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Arquitectura y Urbanismo

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

"CENTRO COMERCIAL ESPECIALIZADO DE ARTESANÍA-
TEXTIL ANDINA EN LA CIUDAD DE JULIACA"

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia: Creative

Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 27 de Mayo del 2024

FIRMA (obligatoria)



Huella