



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



**DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO
PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL
CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO,
SAN MIGUEL - JULIACA – 2022.**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI

PARA OPTAR TÍTULO PROFECIONAL DE:

ARQUITECTO

JULIACA – PERÚ

2022



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO
PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL
CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO,
SAN MIGUEL - JULIACA - 2022.

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI

PARA OPTAR TÍTULO PROFECIONAL DE:

ARQUITECTO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 
Arq. CARLOS ARMANDO HUAMAN CARREON

PRIMER MIEMBRO

: 
Arq. VICTOR SEGUNDO CARREON FIGUEROA

SEGUNDO MIEMBRO

: 
Arq. ANA DELIA FLORES MENDOZA

ASESOR

: 
Dr. Arq. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON

LINEA DE INVESTIGACION: DISEÑO ARQUITECTONICO P-23



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 1522 -2022-D-FICP-UANCV

Juliaca, 06 de diciembre de 2022

VISTOS:

El OFICIO N°159-2022-D-EPAU/FICP-UANCV del Director de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y **Resolución Decanal N°1478-2022-D-FICP-UANCV** de fecha 01 de diciembre de 2022 sobre la aprobación del Informe Final del trabajo de Investigación (tesis) titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**; y el trámite solicitado por el Bachiller en **Arquitectura y Urbanismo** y;

CONSIDERANDO:

Que, el Bachiller: **JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI**; ha solicitado fecha y hora para efectuar la sustentación del Informe Final del Trabajo de Investigación (tesis) titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**, para rendir el examen de sustentación del trabajo de Investigación (tesis) y optar el Título Profesional de **Arquitecto**, y;

Que, los Jurados designados por el Director y el Responsable del Comité de Investigación de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la FICP, están integrados por los siguientes Docentes;

- * **Presidente** : **Arq. CARLOS ARMANDO HUAMAN CARREON**
- * **1er Miembro** : **Arq. VICTOR SEGUNDO CARREON FIGUEROA**
- * **2do Miembro** : **Arq. ANA DELIA FLORES MENDOZA**
- * **Asesor** : **Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON**

Que, con resolución N° 0357-2022-UANCV-CU-R de fecha 10 de mayo de 2022 se aprueba que; el semestre académico 2022-II se desarrolle de forma presencial en la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca, conforme al OFICIO N° 052-2022-OL-UANCV/J, de fecha 04 de mayo de 2022, de la jefatura de la oficina de Licenciamiento y Acreditación de esta Casa Superior de Estudios.

De conformidad al Reglamento de aseguramiento de calidad de trabajos de investigación, con fines de obtención de grados académicos y títulos profesionales de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO. - APROBAR Lugar, Día y Hora para que el (la) bachiller: **JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI**; rendirá el Examen de Sustentación del Informe Final del Trabajo de Investigación (tesis) titulado **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto** de acuerdo al siguiente detalle:

- * **FECHA** : **miércoles 07 de diciembre de 2022**
- * **HORA** : **13:00**
- * **LUGAR** : **Aula magna - pabellón de hidráulica**

ARTICULO SEGUNDO. - La Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, el Director y el responsable del comité de investigación de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo**, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS
Mgtr. MILTHON QUISPE HUANCA
DECANO
CIP. 47790



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS
Dr. EFRAIN RARILLO SÓSA
SECRETARIO ACADÉMICO
CIP. 95531

cc.
Archivo-2022
Interesado (s)
/my



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 1478-2022-D-FICP-UANCV

Juliaca, 01 de diciembre de 2022

VISTOS:

El **INFORME N° 649-2022-D-UI-FICP.UANCV.**, del Director Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, **INFORME N° 107-2022-UANCV-FICP-EPAU-CI** del Responsable del Comité de Investigación de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo, **OPINIÓN TÉCNICA N° 107-2022-UANCV-FICP-EPAU-SCE** del Presidente de la Sub Comisión de Evaluación de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo, **RESOLUCIÓN DECANAL N° 1124-2022-D-FICP-UANCV** que aprueba el Proyecto de Investigación el **14 de octubre de 2022** y el acta de revisión y calificación del Trabajo de Investigación (tesis) de fecha **07 de octubre de 2022** para optar el Título Profesional de **Arquitecto** con el tema titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022.**

CONSIDERANDO:

Que, el Bachiller: **JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI**, ha presentado su Trabajo de Investigación (tesis) Titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022.**

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Aseguramiento de la Calidad de Trabajo de Investigación, con fines de la obtención de Grados Académicos de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, el Director y el Responsable del Comité de Investigación de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo**, nominó a la sub comisión de evaluación de trabajo de investigación, a los siguientes Docentes:

- * **Presidente** : **Arq. CARLOS ARMANDO HUAMAN CARREON**
- * **1er Miembro** : **Arq. VICTOR SEGUNDO CARREON FIGUEROA**
- * **2do Miembro** : **Arq. ANA DELIA FLORES MENDOZA**

Que, el Sub Comité de evaluación ha aprobado en su integridad el Trabajo de Investigación (tesis) titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**, correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTÓNICO.**

Que, la Oficina de Investigación ha aprobado con el Dictamen N° 1865-2022, la originalidad del trabajo de investigación (tesis) titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022.**

Estando, conforme a la **RESOLUCIÓN DECANAL N°064-2019-CF-FICP-UANCV** de fecha 02 de octubre de 2019 donde aprueba el reglamento de aseguramiento de calidad de trabajos de investigación, con fines de obtención de grados académicos y títulos profesionales a la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, que consta de XI capítulos y 71 artículos, y;

Estando, en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y en concordancia al Reglamento de Aseguramiento de la Calidad de Trabajos de Investigación, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO.- APROBAR, el informe final de **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN (Tesis)**, del Bachiller: **JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**, con el Tema Titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022.**

La misma que deberá proceder a la impresión de su borrador de Trabajo de Investigación en limpio, de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Aseguramiento de la Calidad de Trabajos de Investigación, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras - Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo.

ARTICULO SEGUNDO.- RECONOCER, como asesor del Trabajo de Investigación (tesis) al docente ordinario de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo, de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, al **Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON.**

ARTICULO TERCERO.- La Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, el Director y el responsable del comité de investigación de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo**, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y C. PURAS

Mgtr. MILTON QUISPE HUANCA
DECANO
CIP. 47790



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y C. PURAS

Dr. EFRAIN PARIJLO SOSA
SECRETARIO ACADÉMICO
CIP. 95531

cc.
archivo 2022
interesado (a)
/nyq.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 1124-2022-D-FICP-UANCV

Juliaca, 14 de octubre de 2022

VISTOS:

El **INFORME N° 521-2022-D-UI-FICP.UANCV**, del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, **INFORME DE OPINIÓN TÉCNICA N° 135-2022-UANCV-FICP-EPAU-CI** del responsable del Comité de Investigación, la **opinión técnica N° 135-2022-UANCV-FICP-EPAU-SCE** del presidente del sub comité de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** y el **ACTA DE REGISTRO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN** según reglamento interno de aseguramiento de la calidad de trabajos de investigación de fecha **07 de octubre de 2022**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**, con el tema titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller: **JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI**, ha presentado su Proyecto de Investigación Titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**;

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento de Aseguramiento de la Calidad de Trabajos de Investigación, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras; el responsable del Comité de Investigación de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo**, Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, nominó a la sub comisión de evaluación de Proyecto de Investigación, a los siguientes Docentes:

- * **Presidente** : **Arq. CARLOS ARMANDO HUAMAN CARREON**
- * **1er Miembro** : **Arq. VICTOR SEGUNDO CARREON FIGUEROA**
- * **2do Miembro** : **Arq. ANA DELIA FLORES MENDOZA**

Que, la sub comisión de evaluación ha concluido aprobar sin observación el Proyecto de Investigación titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**, correspondiente a la línea de investigación: **DISEÑO ARQUITECTONICO**, y;

Que, es requisito indispensable contar con un Docente Ordinario y/o contratado de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras con un mínimo de cinco años de docencia, grado de magister y experiencia en la línea a investigar, que será el asesor de Proyecto de Investigación, y;

Estando, en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y en concordancia al Reglamento de Aseguramiento de la Calidad de Trabajos de Investigación, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, el **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, presentado por el (la) Bachiller: **JULIO FERNANDO MAMANI CONDORI**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**, con el Tema Titulado: **DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022**.

La misma que deberá proceder con la ejecución del Proyecto de Investigación aprobado de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Aseguramiento de la Calidad de Trabajos de Investigación, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER como **ASESOR DE INVESTIGACIÓN** al (a la) docente ordinario de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, **Dr. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON**

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS

Milton Quispe Huanca
DECANO
CIP. 47790



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y Cs. PURAS

M. Efraim Parillo Sosa
SECRETARIO ACADÉMICO
CIP. 95531

cc.
archivo 2022
interesado (a)
/nyq.



DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022.

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	6%
2	www.bibliotecadigitalcecova.com Fuente de Internet	1%
3	economipedia.com Fuente de Internet	1%
4	www.archdaily.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	glosario.mott.pe Fuente de Internet	1%
7	juliaca-red.web.app Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%



Metadatos complementarios - UANCV

TITULO DE TESIS	
DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA – 2022	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Julio Fernando Mamani Condori
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70583039
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0001-1982-7601
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Ramiro Amílcar Bolaños Calderón
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	29565004
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-4274-3040
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Carlos Armando Huamán Carreón
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29552618
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Víctor Segundo Carreón Figueroa
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29310213
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Ana Delia Flores Mendoza
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40080669



Datos de investigación	
Línea de investigación	Diseño Arquitectónico P-23
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento. Perú. Universidad Andina Néstor Cáceres Velázquez. Vicerrectorado de Investigación y Posgrado. Programa de Promoción de Tesis de Pregrado.
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: San Miguel Urbanización: San Jorge II etapa Calle: Av. Circunvalación II anillo/Av. Metropolitano COORDENADAS GD Latitud: -15.456630058762414 Longitud: -70.12763838035168  https://www.google.com/maps/d/viewer?hl=es-419&mid=1gvNz8d8acG8v_Zl87CjD8RREw6qt550&ll=-15.45673142743293%2C-70.12906366985169&z=17
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Agosto 2022 - diciembre 2022
URL de disciplinas OCDE	Diseño arquitectónico https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.04.03 Arquitectura y urbanismo https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.04.08



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁZQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PUNO
Dr. Priscilla Maman Apaza
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo Julio Fernando Mamani Condori, identificado con DNI Nro. 70583039 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,** **Trabajo Académico** denominada:

“ DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLOGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONOMICO, SAN MIGUEL - JULIACA - 2022 ”

Asesorado por: Dr. Arq. Ramiro Amilcar Bolaños Calderon

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.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 14 de marzo del 2025



 ASESOR: DR. ARQ. RAMIRO AMILCAR BOLAÑOS CALDERON
 DNI: 29565004



 FIRMA (obligatoria)



 Huella



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más en mi vida, gracias por inculcar en mí el ejemplo de perseverancia, esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades que se presenten en el transcurso de la vida y superar cada obstáculo con la frente en alto y a no rendirme.



AGRADECIMIENTO

A mis maestros, sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, a ustedes mis queridos maestros, les debo mis conocimientos. Donde quiera que vaya, los llevaré conmigo en mí transitar profesional. Gracias por su paciencia, profesional e invaluable compartir su conocimiento, dedicación, determinación y tolerancia.



ÍNDICE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	3
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES	4
1.1. Título del Proyecto.....	4
1.2. Planteamiento del Problema.....	4
1.2.1. Exposición de la situación problemática.....	4
1.2.2. Identificación del problema.....	5
1.2.2.1. Factor externo con respecto a la infraestructura.....	5
1.2.2.2. Factor externo social.....	5
1.2.2.3. Factor externo ecológico.....	6
1.3. Formulación del Problema.....	7
1.3.1. Pregunta General	7
1.3.2. Preguntas Específicas.....	7
1.4. Justificación del estudio	7
1.4.1. Justificación social.....	7
1.4.2. Justificación económica.....	8
1.4.3. Justificación ecológica.....	8
1.5. Objetivos de la investigación.....	8
1.5.1. Objetivo General	8
1.5.2. Objetivos Específicos.....	8
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	10
2.1. Marco teórico	10
2.1.1. Historia de los Centros Comerciales	10



2.1.2. Centros Comerciales del Perú.....	10
2.2. Marco teórico conceptual.....	11
2.2.1. Centro comercial.....	11
2.2.1.1. Concepto	11
2.2.1.2. Definición	12
2.2.1.3. Función.....	12
2.2.2. Características de un centro comercial.....	12
2.2.3. Definición de centralización.....	13
2.2.4. Definición de comercial	14
2.2.5. Significado y definición de centro	14
2.2.5.1. Significado de Centro	14
2.2.5.2. Definición de Centro	14
2.2.6. Centros comerciales como ocio.....	14
2.2.7. Centros comerciales y la aglomeración	15
2.2.8. Centros comerciales y mercado.....	15
2.2.9. El comercio su incidencia en la sostenibilidad urbana.....	16
2.2.10. Tipos de centros comerciales.....	16
2.2.10.1. Fashion mall o centro de moda	16
2.2.10.2. Community center o centro comunitario	17
2.2.10.3. Power center o paseo central	17
2.2.10.4. LifeStyle center o centro de estilo de vida	17
2.2.10.5. Strip mall o mini centros comerciales	17
2.2.11. Energías renovables	17
2.2.12. Fuentes de energía renovable	18
2.2.12.1. Energía solar	18
2.2.12.2. Energía eólica	19
2.2.12.3. Energía de la biomasa	20
2.2.13. Principios de una arquitectura sostenible	21



2.2.14. Economía en los centros comerciales	21
CAPITULO III: HIPOTESIS.....	22
3.1. Hipótesis General.....	22
3.2. Hipótesis Específicas	22
3.3. Variables.....	22
3.3.1 Variable Independiente:	22
3.3.2. Variable Dependiente:	22
3.3.3. Operacionalización De Variables.....	23
3.4. Matriz de Consistencia.	24
CAPÍTULO IV: PROCEDIMIENTO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION	25
4.1. Diseño de investigación:	25
4.2. Línea de investigación:	25
4.3. Nivel de investigación:.....	25
4.3.1. Nivel exploratorio.	25
4.3.2. Nivel aplicativo.....	25
4.4. Métodos Aplicados a la Investigación	26
4.4.1. Investigación No experimental.	26
4.4.2. La investigación documental.....	26
4.4.3. Según la disciplina que se investiga,	26
4.5. Proceso de Investigación	26
4.6. Ubicación, población y muestra	28
4.6.1. Ubicación	28
4.6.2. Población.....	28
4.6.3. Muestra.....	29



4.7. Técnicas, fuentes e instrumentos de investigación	30
4.7.1. Técnicas.....	30
4.7.2. Fuentes	31
4.7.3. Instrumentos de investigación.....	31
4.7.4. Normas de redacción	32
CAPITULO V: MARCO NORMATIVO.....	33
5.1. Normatividad.....	33
5.2. Decretos Supremo N° 018-2016-SA	33
5.3. Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE).....	33
5.3.1. Norma A.070: Comercio (RNE).....	34
5.3.2. Norma A.100: Recreación y deportes (RNE)	35
5.3.3. Norma A.120: Accesibilidad para personas con discapacidad y personas adultas mayores (RNE)	
.....	36
5.3.4. Norma A.130: Requisitos de seguridad (RNE).....	37
CAPITULO VI: MARCO REFERENCIAL	38
6.1. Referencia internacional	38
6.1.1. Parc Central / Benoy – China.....	38
6.2. Referencia nacional.....	41
6.2.1. Mall Aventura / Iquitos – Perú.	41
6.3. Referencia regional	41
6.3.1. Real Plaza / Juliaca – Perú.	41
CAPITULO VII: MARCO REAL.....	43
7.1. Ciudad de San Miguel - Juliaca	43
7.2. Características físicas, geográficas y ambientales	43
7.2.1. Ubicación	43



7.2.2. Límites.....	45
7.2.3. Topografía.....	45
7.2.4. Vegetación	46
7.2.5. Hidrografía	46
7.2.5.1. Río Maravillas	47
7.2.5.2. Laguna Qoriwata	47
7.2.6. Clima	47
7.2.6.1. Temperatura	48
7.2.6.2. Humedad.....	49
7.2.6.3. Precipitación.....	50
7.2.6.4. Asoleamiento	50
7.2.6.5. Vientos	51
CAPITULO VIII: MARCO ANALÍTICO	52
8.1. Análisis del lugar de intervención	52
8.1.1. Ubicación del terreno	52
8.1.2. Localización del terreno	53
8.1.3. Características de terreno.....	54
8.2. Análisis del terreno	54
8.2.1. Topografía.....	54
8.2.2. Área del terreno.....	54
8.2.3. Colindantes	55
8.2.4. Visuales	55
8.2.5. Accesibilidad	58
8.2.6. Sistema vial	58
8.2.7. Transporte pesado y urbano.....	60
8.2.8. Imagen urbana	62
8.2.8.1. Trama urbana	62
8.2.8.2. Llenos y vacíos.....	63



8.2.8.3. Perfil urbano.....	63
CAPITULO IX: MARCO IDEAL - PROPUESTA.....	65
9.1. Conceptualización	65
9.1.1. Diseño Arquitectónico:	65
9.1.2. Contexto:.....	65
9.1.3. Accesibilidad:	65
9.1.4. Condiciones climáticas:	66
9.1.5. Necesidades según el usuario:	66
9.1.6. Intencionalidades del proyecto.....	67
9.1.6.1. Intencionalidad urbana.	67
9.1.6.2. Intencionalidad arquitectónica.	67
9.1.6.3. Intencionalidad personal.....	68
9.1.6.4. Intencionalidad filosófica.	68
9.2. Programación arquitectónica.....	68
9.2.1. Memoria descriptiva de las zonas.....	68
9.2.2. Programación general.....	69
9.2.2.1. Programación cualitativa por zonas.....	69
9.2.2.2. Programación cuantitativa por zonas	76
9.2.2.3. Resumen de áreas del terreno de investigación	83
9.3. Flujogramas y diagramas de relaciones espaciales.....	84
9.3.1. Flujogramas y diagramas de relaciones espaciales por zonas	84
9.3.2. Flujograma y diagrama de relaciones espaciales general del centro comercial.	93
9.4. Desarrollo del partido arquitectónico	94
9.4.1. Concepto arquitectónico	95
9.4.2. Abstracción del concepto.....	96
9.4.3. Geometrización del partido arquitectónico.....	97
9.4.4. Técnicas de diseño	98



9.4.5. Zonificación bidimensional	98
9.5. Conclusiones.....	102
CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Foto satelital del mercado metropolitano.....	6
Figura 2 Construcción de la Galería Boza, primer centro comercial del Perú.....	10
Figura 3 Jockey Plaza, primer centro comercial de gran formato en Perú.....	11
Figura 4 En un centro comercial conviven tiendas de diferentes rubros.....	12
Figura 5 Centralización, acto y consecuencia de centralizar.....	13
Figura 6 Potencial físico de las Energías renovables en el mundo.....	18
Figura 7 El efecto fotovoltaico.....	19
Figura 8 Motor de vela griega en el año 3 500 a.C.....	19
Figura 9 Turbina eólica creada por Charles F. Brush (1849-1929).....	20
Figura 10 Mapa conceptual del proceso de investigación.....	27
Figura 11 Primeros auxilios en centros comerciales.....	33
Figura 12 Gráfico de la Norma A.070.....	34
Figura 13 Grafico de la Norma A.100.....	35
Figura 14 Grafico de la Norma A.120.....	36
Figura 15 Gráfico de la Norma A.130.....	37
Figura 16 Centro Comercial / Parc Central – Guanzhou, China.....	38
Figura 17 Centro Comercial / Parc Central – Guanzhou, China.....	39
Figura 18 planimetrías / Parc Central – Guanzhou, China.....	39
Figura 19 Corte arquitectónico / Parc Central – Guanzhou, China.....	40
Figura 20 Centro Comercial / Parc Central – Guanzhou, China.....	40
Figura 21 Mall Aventura Iquitos / Perú.....	41
Figura 22 Real Plaza / Juliaca – Perú.....	42
Figura 23 Real Plaza / Juliaca – Perú.....	42
Figura 24 Fotografía exterior del municipio del distrito de San Miguel - Juliaca.....	43
Figura 25 Plano de ubicación del distrito de San Miguel - Juliaca.....	44
Figura 26 Plano de ubicación del distrito de San Miguel - Juliaca.....	45



Figura 27 <i>Plano de ubicación del distrito de San Miguel - Juliaca</i>	47
Figura 28 <i>Gráfico de los parámetros climáticos</i>	48
Figura 29 <i>Grafico de temperatura máxima y mínima promedio</i>	48
Figura 30 <i>Grafico de temperatura promedio por hora</i>	49
Figura 31 <i>Gráfico de niveles de humedad</i>	49
Figura 32 <i>Gráfico de precipitación</i>	50
Figura 33 <i>Grafico de asoleamiento y cantidad de horas de iluminación solar</i>	50
Figura 34 <i>Grafico de velocidad promedio de vientos</i>	51
Figura 35 <i>Grafico de rosa de ventos San Miguel – Juliaca</i>	51
Figura 36 <i>Ubicación del terreno de intervención</i>	53
Figura 37 <i>Localización del terreno de intervención</i>	54
Figura 38 <i>Área y perímetro del terreno de intervención</i>	55
Figura 39 <i>Vista satelital del terreno de intervención</i>	56
Figura 40 <i>Vista de los puestos de venta provisional</i>	56
Figura 41 <i>Vista del terreno</i>	57
Figura 42 <i>Vista del terreno</i>	57
Figura 43 <i>Accesibilidades al terreno de intervención</i>	58
Figura 44 <i>Sistema vial para la accesibilidad al terreno de intervención</i>	59
Figura 45 <i>Sistema de transporte pesado y urbano</i>	61
Figura 46 <i>Trama urbana</i>	62
Figura 47 <i>Plano de llenos y vacíos</i>	63
Figura 48 <i>Perfil de los sistemas edilicios</i>	64
Figura 49 <i>Entorno urbano</i>	64
Figura 50 <i>Necesidades según el usuario</i>	67
Figura 51 <i>Diagrama de relaciones de la zona administrativa</i>	84
Figura 52 <i>Organigrama de la zona administrativa</i>	84
Figura 53 <i>Diagrama de relaciones de la zona comercial (Tiendas por departamento)</i> ...	85
Figura 54 <i>Organigrama de la zona comercial (Tiendas por departamento)</i>	85



Figura 55 <i>Diagrama de relaciones de la zona comercial (Tiendas anclas)</i>	86
Figura 56 <i>Organigrama de la zona comercial (Tiendas anclas)</i>	86
Figura 57 <i>Diagrama de relaciones de la zona comercial (Tiendas de autoservicio)</i>	87
Figura 58 <i>Organigrama de la zona comercial (Tiendas de autoservicio)</i>	87
Figura 59 <i>Diagrama de relaciones de la zona de expendio de comidas y bebidas</i>	88
Figura 60 <i>Organigrama de la zona de expendio de comidas y bebidas</i>	88
Figura 61 <i>Diagrama de relaciones de la zona de entretenimiento (cine)</i>	89
Figura 62 <i>Organigrama de la zona de entretenimiento (cine)</i>	89
Figura 63 <i>Diagrama de relaciones de la zona de entretenimiento (parck)</i>	90
Figura 64 <i>Organigrama de la zona de entretenimiento (parck)</i>	90
Figura 65 <i>Diagrama de relaciones de la zona de agentes bancarios</i>	91
Figura 66 <i>Organigrama de la zona agentes bancarios</i>	91
Figura 67 <i>Diagrama de relaciones de la zona de servicios generales (servicio al cliente)</i>	92
Figura 68 <i>Organigrama de la zona servicios generales (servicio al cliente)</i>	92
Figura 69 <i>Diagrama de relaciones de la zona de servicios generales (personal de servicio)</i>	93
Figura 70 <i>Organigrama de la zona servicios generales (personal de servicio)</i>	93
Figura 71 <i>Diagrama de relaciones general del Centro comercial</i>	94
Figura 72 <i>Simbolización del concepto del viento</i>	95
Figura 73 <i>Factores de la elaboración conceptual</i>	95
Figura 74 <i>Esquema conceptual</i>	96
Figura 75 <i>Abstracción conceptual</i>	96
Figura 76 <i>Geometría conceptual</i>	97
Figura 77 <i>Geometría volumétrica</i>	97
Figura 78 <i>Zonificación del nivel 1 subterráneo</i>	99
Figura 79 <i>Zonificación del nivel 2</i>	100
Figura 80 <i>Zonificación del nivel 3</i>	101



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Población proyectada de la ciudad de San Miguel – Juliaca</i>	5
Tabla 2 <i>Cuadro de variables independientes</i>	22
Tabla 3 <i>Cuadro de variables dependientes</i>	23
Tabla 4 <i>Cuadro de operacionalización de variables</i>	23
Tabla 5 <i>Matriz de consistencia</i>	24
Tabla 6 <i>Muestra de población general de la provincia de San Román fuente INEI 2017</i>	28
Tabla 7 <i>Técnicas de investigación</i>	30
Tabla 8 <i>Fuentes de investigación</i>	31
Tabla 9 <i>Especies de plantas en el ámbito de estudios</i>	46
Tabla 10 <i>Programación cualitativa de la zona administrativa</i>	70
Tabla 11 <i>Programación cualitativa de la zona comercial</i>	71
Tabla 12 <i>Programación cualitativa de la zona comercial</i>	72
Tabla 13 <i>Programación cualitativa de la zona de expendio de comidas y bebidas</i>	73
Tabla 14 <i>Programación cualitativa de la zona de agencias bancarias</i>	73
Tabla 15 <i>Programación cualitativa de la zona de entretenimiento</i>	74
Tabla 16 <i>Programación cualitativa de la zona de servicios generales</i>	75
Tabla 17 <i>Programación cualitativa de la zona de espacio publico</i>	75
Tabla 18 <i>Programación cuantitativa de la zona administrativa</i>	77
Tabla 19 <i>Programación cuantitativa de la zona comercial</i>	78
Tabla 20 <i>Programación cuantitativa de la zona comercial</i>	79
Tabla 21 <i>Programación cuantitativa de las zonas de expendio de comidas y agencias bancarias</i>	79
Tabla 22 <i>Programación cuantitativa de la zona de entretenimiento</i>	81
Tabla 23 <i>Programación cuantitativa de la zona de servicios generales</i>	81
Tabla 24 <i>Programación cuantitativa de la zona de espacios públicos</i>	82
Tabla 25 <i>Resumen de áreas de programación</i>	83



RESUMEN

El comercio es un fenómeno del crecimiento desde varias perspectivas y es un factor muy importante para el desarrollo y crecimiento de una ciudad. El Distrito de San Miguel se convierte en el distrito más joven de la Provincia de San Román - Puno - Perú.

Actualmente no existen muchos establecimientos comerciales y la carencia de espacios públicos es notoria en el distrito de San Miguel, por lo que se propone una infraestructura de carácter comercial que pueda brindar y satisfacer la necesidades que requiera la población, ya sea en el abastecimiento de productos de primera necesidad con la implementación de un hipermercado o línea comercias de autoservicio, venta de productos como ropa, electrodomésticos etc. Y otros servicios secundarios que puedan satisfacer la necesidad de la población estudiantil. La idea de proponer un centro comercial es con un fin de brindad un equipamiento completo que este acorde a las necesidades de la población tanto de adultos mayores, jóvenes estudiantes y niños.

En el desarrollo del proyecto de investigación integramos la calidez de la ecología, donde la idea de implementar sistemas de aprovechamiento de energías limpias o fuentes de energía renovables en el entorno circundante, pretendiendo ser un proyecto que integre la sostenibilidad y auto eficiencia en los espacios públicos como también en la infraestructura del proyecto.

PALABRAS CLAVE:

Centro comercial, crecimiento económico, espacios públicos, energías renovables, comercialización, desarrollo socioeconómico



ABSTRACT

Trade is a growth phenomenon from various perspectives and is a very important factor for the development and growth of a city. The District of San Miguel becomes the youngest district of the Province of San Román - Puno - Peru.

Currently there are not many commercial establishments, and the lack of public spaces is notorious in the district of San Miguel, so an infrastructure of a commercial nature is proposed that can provide and satisfy the needs that the population requires, either in the supply of products necessities with the implementation of a hypermarket or self-service shopping line, sale of products such as clothing, appliances, etc. And other secondary services that can meet the needs of the student population. The idea of proposing a shopping center is in order to provide a complete equipment that is in accordance with the needs of the population of both older adults, young students and children.

In the development of the research project, we integrate the warmth of ecology, where the idea of implementing systems for the use of clean energy or renewable energy sources in the surrounding environment, pretending to be a project that integrates sustainability and self-efficiency in public spaces. as well as in the infrastructure of the project.

KEYWORDS:

Shopping center, economic growth, public spaces, renewable energies, commercialization, socioeconomic development



INTRODUCCION

Este proyecto de investigación titulado “**Desarrollo De Un Centro Comercial Ecológico Para Revolucionar Y Promover El Crecimiento Socioeconómico, San Miguel - Juliaca - 2022.**”, tiene como propósito crear un equipamiento arquitectónico de carácter comercial para promover el crecimiento económico social de la ciudad de San Miguel - Juliaca.

En esta investigación analizaremos el funcionamiento y los movimientos comerciales que se dan en el entorno del lugar. Teniendo en cuenta las metodologías, estrategias que hemos de aplicar para la recopilación de datos y poder identificar los análisis de las problemáticas que se dan en el lugar, y ver como esta afecta al desarrollo del distrito de San Miguel – Juliaca. Posteriormente de haber recopilado la investigación y haber recaudado los datos del lugar a analizar, podremos plantear los objetivos principales y secundarios que puedan sustentar la propuesta del equipamiento.

El estudio de esta investigación se desarrollará objetivamente de la mano a la información obtenida. Para poder plasmar una arquitectura que tenga los principios de habitabilidad y proporcionar una buena calidad de vida. Desarrollar a nivel de ante proyecto arquitectónico los conocimientos de forma y función.

Al crearse una ciudad surge la necesidad de desarrollo y supervivencia, por lo que el comercio es un factor importante promueve el desarrollo de crecimiento económico social, que pueda garantizar la supervivencia de una sociedad unida.

“Debemos seguir apostando por el comercio y el libre mercado que genera más progreso y desarrollo”



CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

1.1. Título del Proyecto.

Desarrollo de un Centro Comercial Ecológico para revolucionar y promover el crecimiento socioeconómico, San Miguel - Juliaca - 2022.

1.2. Planteamiento del Problema.

1.2.1. Exposición de la situación problemática.

Un estudio de la prensa noticiera RPP Noticias sostiene que:

El distrito de Juliaca es considerado como un eje comercial de suma importancia en el departamento de Puno. Además de albergar a la mayor concentración de migrantes de esta región y otras ciudades del país, contribuyen con un crecimiento acelerado. (Huamani Lipa, 2011a)

La búsqueda de una mejor calidad de vida fue sin duda la meta de un gran número de inmigrantes. También están los que sueñan con casa propia, poniendo los cimientos en lugares donde nadie hubiera imaginado la vida. Así lo demuestran los innumerables edificios que se han levantado en diferentes sectores de la ciudad con fines residenciales y comerciales. Edificios que se completan en grandes lotes y en tiempo récord. (Huamani Lipa, 2011b)

La actividad comercial que se desarrolla en Juliaca, cuyas calles se han transformado en enormes centros de comercio al aire libre, además de las plazas internacionales de San José, Túpac Amaru, 24 de octubre, entre otras plaza y mercados que abastecen tanto a la población de San Miguel y Juliaca. Y en términos del abastecimiento del distrito de San Miguel, es Juliaca quien provisiona a dicho distrito haciendo notoria la carencia de un equipamiento comercial como tal.

El distrito de San Miguel - Juliaca es uno de los cinco que conforman la provincia de San Román ubicada en el departamento de Puno en el Sur del Perú. Fue creado en la ciudad de Juliaca en el 2016 y es el más reciente de la provincia de Juliaca metropolitana.

Tabla 1*Población proyectada de la ciudad de San Miguel – Juliaca.*

211100	SAN ROMÁN	325 549	335 193	344 030
211101	JULIACA	240 615	246 970	252 671
211102	CABANA	5 314	5 412	5 495
211103	CABANILLAS	4 652	4 606	4 546
211104	CARACOTO	7 247	7 374	7 479
211105	SAN MIGUEL	67 721	70 831	73 839

Nota: Dato obtenido del Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020

1.2.2. Identificación del problema.

1.2.2.1. Factor externo con respecto a la infraestructura.

La carencia de una buena infraestructura en una zona destinada al comercio. Es un problema que claramente supone una baja del movimiento comercial, al no contar con la infraestructura adecuada que albergue a los comerciantes. Así exponiendo a los comerciantes a los factores climáticos como los vientos y polvo que se genera, con ello generando insalubridad a los productos que se expiden del lugar.

1.2.2.2. Factor externo social

La población está en constante crecimiento con el paso del tiempo, por esta razón estas tienen la necesidad de supervivencia, un espacio en donde puedan realizar un negocio con el fin de generar ingresos para subsistir y desarrollar la vida plena y la de una familia. El comercio es un motor de crecimiento que genera trabajo, reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas para una mejor calidad de vida y es el objetivo de cualquier ciudadano emprendedor. La problemática social en el factor económico se da por la misma ausencia de infraestructuras comerciales, razón por la cual se produce el fenómeno de apropiación del espacio público. El área de intervención destinada al comercio según el uso de suelos actualmente presenta vestigios de una infraestructura de carácter provisional, además de presentar condiciones inapropiadas e insalubres para el abastecimiento, así convirtiéndose en un foco de riesgo para la salud afectando a los usuarios circundantes (comerciantes y pobladores).

Figura 1

Foto satelital del mercado metropolitano.



Nota: Dato propio del investigador (fotografía y edición)

1.2.2.3. Factor externo ecológico.

Según Esty, D (2001) señala que:

Algunos economistas argumentan que es mejor dejar fuera del proceso de política comercial temas como el control de la contaminación y la gestión de los recursos naturales. Por otro lado, algunos economistas buscan ubicar el diseño de la política comercial en un contexto más amplio y permisivo, con la intención de incorporar consideraciones ambientales dentro del sistema de comercio internacional. Sin embargo, es inevitable que el comercio y el medio ambiente estén vinculados. (p. 01)

La importancia de los espacios públicos en relación con el desarrollo sociocultural y recreativo ayudan a desarrollar un entorno sostenible en los centros urbanos como, por ejemplo: lograr que los centros urbanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

La importancia de este proyecto es implementar una infraestructura que disponga de espacios publico adecuados como también espacios de comercialización, ya que esto es de suma importancia para la población. Los factores ambientales, por su parte, hacen



referencia a las energías renovables como la eólica y la solar, que son beneficiosas por ser limpias, inagotables y económicas.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Pregunta General

¿Como crear un Centro Comercial Ecológico, que pueda revolucionar y promover el crecimiento del distrito de San Miguel – Juliaca y que cumpla con la norma y criterios de diseño que requiere un equipamiento comercial?

1.3.2. Preguntas Específicas.

- ¿Qué características debería tener un Centro Comercial Ecológico, y de qué manera revolucionaria y promovería el crecimiento del distrito de San Miguel - Juliaca?
- ¿En qué aspectos puede beneficiar el factor ecológico en el proyecto del centro comercial ecológico en el distrito de San Miguel – Juliaca?

1.4. Justificación del estudio

1.4.1. Justificación social

El desarrollo de centros comerciales ecológicos no solo beneficia a la economía, sino que también contribuye a la dimensión social, y el establecimiento de espacios públicos y áreas recreativas contribuye a la socialización de las personas que los ocupan.

Los centros comerciales, tal cual se conoce, son excelentes lugares de concentración urbana en donde se puede comprar, comer, ver una película o jugar con niños o amigos, por lo que puede pasar un día completo dentro de un centro comercial según su tamaño.(Gutiérrez, 2016)

La propuesta de proyecto se formulará sobre la base de estudios realizados tales como: análisis del sitio, materiales de construcción y normas técnicas; llegar a criterios arquitectónicos específicos para este tipo de servicios y lograr el correcto desarrollo de este modelo comercial.

1.4.2. Justificación económica.

El diseño de un centro comercial no solo mejora el entorno social del lugar, sino que también promueve el desarrollo de actividades comerciales a su alrededor.

Un Centro Comercial favorece el desarrollo económico de la zona en la que se ubica, esta no afecta al comercio local, sino que lo incita a mejorar. brindándoles la posibilidad a los residentes de proporcionarles empleo de tal manera que mejoren económicamente su calidad de vida.

1.4.3. Justificación ecológica.

Cuando hablamos de factores ecológicos, nos referimos a factores muy importantes en el proceso de diseño para una gestión ambiental óptima mediante la integración de energías renovables en los proyectos. Sin embargo, cuando se trata de elementos ecológicos, el proyecto pretende ser innovador al realizar un sistema que utiliza energía renovable como la energía solar y eólica, en lugar de solo espacios públicos con espacios verdes. Crear un entorno cercano a la naturaleza.

La comuna de San Miguel-Juliaca se caracteriza por la prevalencia del viento y la luz solar directa, factores ambientales que incentivan el uso de estas energías limpias y renovables, convirtiéndola en una instalación sustentable.

1.5. Objetivos de la investigación.

1.5.1. Objetivo General

Proyectar un Centro Comercial Ecológico para revolucionar y promover el crecimiento socioeconómico, San Miguel - Juliaca - 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Desarrollar una adecuada infraestructura teniendo en cuenta la integración formal, espacial y funcional del diseño arquitectónico y así poder colaborar al incremento en la comercialización de dicha zona



- Establecer criterios de diseño arquitectónicos que logre integrarse en el ambiente y estilo de vida de los pobladores y que proporcionen mejores condiciones de confort y habitabilidad, teniendo en cuenta a los usuarios, normas y sistemas de construcción, para así generar una propuesta que sea apta en la actualidad y a proyección futura.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco teórico

2.1.1. Historia de los Centros Comerciales

Los centros comerciales tal como los conocemos hoy en día se consideran una creación del arquitecto austro americano Víctor Gruen, quien en 1952 encendió la imaginación de desarrolladores y municipios por igual, diseñando el primer prototipo del centro comercial. Su idea se concentró en el formato de "espacios cerrados para compras".(Masaba, 2017)

2.1.2. Centros Comerciales del Perú.

El primer centro comercial en el Perú que se inauguró en el centro de Lima y fue la famosa galería Boza en 1956 y ahora está prácticamente abandonada. Luego nació el centro comercial San Isidro y varios pequeños comercios más. El 12 de enero de 1973 se inauguró en Miraflores el Avant Garde, que funciona hasta el día de hoy. también está cayendo bruscamente.(Escritos con Sangre, 2010a)

Figura 2

Construcción de la Galería Boza, primer centro comercial del Perú.



Nota: Dato obtenido de Lima antigua: Construcción de la Galería Boza

No fue sino hasta el 97 que los malls comenzaron a reaparecer de una manera asombrosa con la apertura del primer mall del Perú, Jockey Plaza, que se convirtió en el mall más

grande de Lima que en ese momento era impresionante visitarlo en sus primeros años por lo que parecía (Escritos con Sangre, 2010b).

Figura 3

Jockey Plaza, primer centro comercial de gran formato en Perú.



Nota: Dato obtenido de (Escritos con Sangre, 2010)

2.2. Marco teórico conceptual.

En este punto de la investigación se discuten los conceptos y argumentos que estructuran el desarrollo de la investigación y que interpretan los resultados obtenidos del trabajo. Describimos e identificamos las características de procesos relacionados con el tema.

2.2.1. Centro comercial

2.2.1.1. Concepto

El concepto de centro comercial según Westreicher (2022) indica que:

Un centro comercial es un edificio que contiene tiendas e instalaciones donde se llevan a cabo actividades. Como tal, reúne a un gran número de vendedores y compradores. Los centros comerciales se crearon con la finalidad de concentrar a una gran cantidad de personas que buscan satisfacer las necesidades de los consumidores, ya sea mediante la compra de artículos específicos o mediante compras impulsivas.

2.2.1.2. Definición

Es una edificación en la que se puede esperar que sean varios edificios grandes que pueden contener servicios, productos, instalaciones, oficinas comerciales, donde se concentra una gran cantidad de personas o clientes en un solo lugar (Modd, s. f.a).

2.2.1.3. Función

“El centro comercial se asocia a un edificio que contiene tiendas y establecimientos comerciales. Su prioridad es reunir diferentes necesidades, en un mismo espacio, para que las personas puedan realizar sus compras con más comodidad” (Pérez Porto & Merino, 2011).

Figura 4

En un centro comercial conviven tiendas de diferentes rubros.



Nota: Dato obtenido de (Pérez Porto & Gardey, 2008)

2.2.2. Características de un centro comercial

Según Orwell (2018) existen varios factores para que un centro comercial se distinga de otros establecimientos comerciales, entre los cuales podemos decir que:

- Tienen pedidos para tiendas: Una fábrica de ropa, venta de alimentos, cines, entretenimiento y otros.

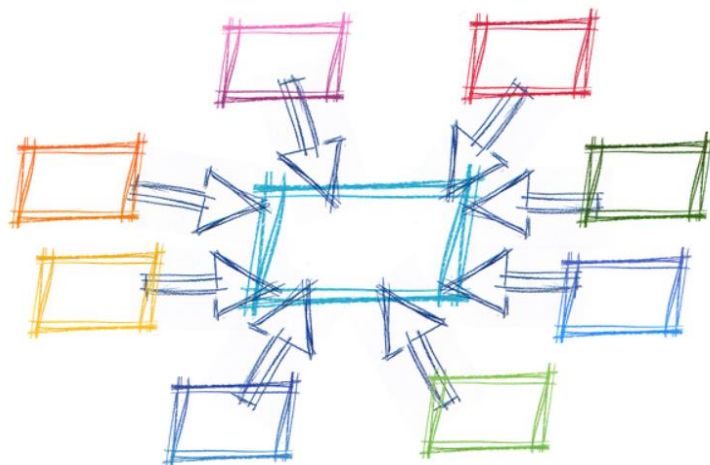
- Tienes una línea comercias de autoservicio (supermercado)
- Tiene un gran significado sociológico por el intercambio social de personas.
- Funciona plenamente como un lugar de encuentro.
- En su mayoría están compuestas de tiendas independientes y establecimientos de venta de comida esparcidos por todo el equipamiento.
- Los patios de comida se incorporaron para brindar a los consumidores un espacio central para el consumo de alimentos.
- En los centros comerciales se adicionaron los grandes almacenes o tiendas por departamento.

2.2.3. Definición de centralización

La centralización es la acción de reunir objetos o cosas diferentes en un lugar específico. Para entender el concepto de centralización es necesario prestar atención a los conceptos de centro y central. El centro, se puede designar un punto interior equidistante de los límites de una figura, donde confluyen acciones coordinadas, la zona donde se concentran los puntos más activos de la población, la zona de mayor interés burocrático o actividades comerciales y donde las personas se encuentran con un objetivo común.(Gardey & Pérez Porto, 2011)

Figura 5

Centralización, acto y consecuencia de centralizar.



Nota: Elaborado por (Gardey & Pérez Porto, 2011)

2.2.4. Definición de comercial

Comercio es un adjetivo que se refiere a comerciantes o personas dedicadas a la compra y/o venta de bienes o servicios (Pérez Porto & Gardey, 2008).

2.2.5. Significado y definición de centro

2.2.5.1. Significado de Centro

La palabra centro tiene varios usos y significados. Por ejemplo, es el punto dentro del límite equidistante de una superficie o forma. Por tanto, el centro se encuentra a la misma distancia del norte, sur, este y oeste. (Delgado, 2020)

2.2.5.2. Definición de Centro

La palabra centro es un término que se usa con mucha frecuencia en nuestro idioma y presenta algunas referencias reales en cuanto a este uso extendido de la palabra. Cuando algo está en medio o lejos de su límite, se dice que está en el centro. Esta palabra también se usa para referirse al punto de reunión de los miembros de una organización o asociación. (Delgado, 2020)

2.2.6. Centros comerciales como ocio

Un fenómeno que podemos observar es que los centros comerciales se han convertido en lugares donde salimos a caminar o simplemente comparamos precios. En otras palabras, los visitantes no necesariamente hacen una compra.

Teniendo en cuenta este caso, el edificio suele tener un patio de comidas o incluso diferentes restaurantes donde las personas pueden reunirse con amigos o pasar tiempo con la familia. Incluso se pueden incorporar cines a estas instalaciones.

Conclusión, en un centro comercial no solo podemos satisfacer la demanda de bienes de consumo sino también de servicios. (Westreicher, 2022).

2.2.7. Centros comerciales y la aglomeración

Los centros comerciales responden a la existencia de economías de aglomeración. Esto significa que las empresas crean eficiencia al estar cerca unas de otras.

“En este caso, a pesar de que dos empresas competidoras están ubicadas en el mismo edificio, ambas se benefician del alto tráfico de consumidores que los centros comerciales tienden a atraer” (PERÚ, 2021).

Pero esto implica un problema tanto en el ámbito social y público como en el ámbito médico. Un punto comercial, ya sea un mercado o un centro comercial, suele atraer a muchas personas que quieren utilizar este servicio. Pero esto da lugar a atascos de tráfico, especialmente en días festivos como Navidad, Año Nuevo y otros.

En el campo médico, por el riesgo de transmisión de diversas enfermedades encontradas en el ambiente comercial. Como es el caso de la irrupción del virus Covid 19.

El alto riesgo de infección que puede surgir de grandes multitudes es claro y estos riesgos pueden contribuir a una mayor propagación.

2.2.8. Centros comerciales y mercado

El concepto de centro comercial adquiere similitud con el significado de mercado. Los centros comerciales tienden a ser más grandes y tienen una o dos tiendas por departamento (un establecimiento que por sí solo puede atraer compradores), mientras que los mercados pueden ubicarse en un área abierta (cubierta o descubierta).

Otro estudio de investigación según Pérez Porto & Merino, (2008) sostiene que:

Al indagar sobre la definición de un mercado y evaluando la función de esta palabra en el lenguaje cotidiano, se puede concluir que describe un entorno, ya sea físico o virtual, donde se crean los ambientes necesarios para el intercambio de bienes y/o servicios. Se puede entender como una entidad que permite a proveedores y adquirentes establecer una relación comercial para realizar diversas actividades,



contratos o intercambios. Cabe señalar que el mercado se forma como resultado de la unión de grupos integrados por compradores y vendedores, la cual permite la articulación en la oferta y la demanda de productos.

Además de los incentivos comerciales, los centros comerciales también se destacan como lugares de ocio, relajación y entretenimiento (Pérez Porto & Merino, 2011)

2.2.9. El comercio su incidencia en la sostenibilidad urbana

Según la relación entre los procesos de urbanización sostiene que:

La urbanización promueve los beneficios de la aglomeración eficiente que promueve el crecimiento económico. Mientras que algunos investigadores sugieren que la urbanización puede "causar" el crecimiento económico en lugar de emerger como parte del proceso de crecimiento (Carreño Campo, 2018, p , 7 como se citó en Gallup, Sachs y Mellinger, 1999; Henderson, 2005)

2.2.10. Tipos de centros comerciales

Según la página (Modd, s. f.b) afirma que "Es importantes comprender que existen diferentes tipos de centros comerciales, puesto que no todos tienen las mismas características".

Entre ellas podemos analizar las siguientes:

2.2.10.1. Fashion mall o centro de moda

Se considera de gran tamaño y tiene una tienda por departamentos igualmente grande, así como al menos 150 tiendas minoristas, es decir, ropa, artículos personales, tiendas independientes y de varios pisos. También se puede acompañar de cines. No tienen supermercado adentro.

2.2.10.2. Community center o centro comunitario

La característica principal de este método es que está diseñado para el uso diario de los clientes. Por lo que está equipado con un supermercado para que puedan encontrar las necesidades básicas que necesitan. Por regla general, tienen una sola planta y es común que también incluyan un cine.

2.2.10.3. Power center o paseo central

Son tiendas únicas en donde no existen pasillos internos, y básicamente son centros de comercio con una distribución estratégicamente distribuida y ordenada con grandes dimensiones.

2.2.10.4. LifeStyle center o centro de estilo de vida

De todos los centros comerciales existentes en el mundo hoy en día, este se ha convertido en uno de los más grandes y monumentales. Y es que hay muchos servicios de todo tipo como de carácter comercial, alojamiento y reuniones.

2.2.10.5. Strip mall o mini centros comerciales

Se trata de centros comerciales de calle, prestando servicios de forma más habitual, aunque con una gran variedad de categorías y vestuario. Las habitaciones no tienen aire acondicionado y pueden tener de 1 a 3 plantas. Los estacionamientos se encuentran fuera de cada patio.

2.2.11. Energías renovables

Son fuentes de energía natural ilimitadas y tienen potencial renovable que no afectan el medio ambiente porque no producen residuos. Por lo tanto, su uso es indispensable su uso para potenciar la calidad energética utilizada en el Perú.

“Las fuentes de energía renovable son inagotables como el agua, el sol y el viento. Se clasifican según su uso en formas convencionales de energía renovable y formas no convencionales de energía renovable” (Barrón Cornejo et al., 2021, como se citó en (MINAGRI, s. f.)

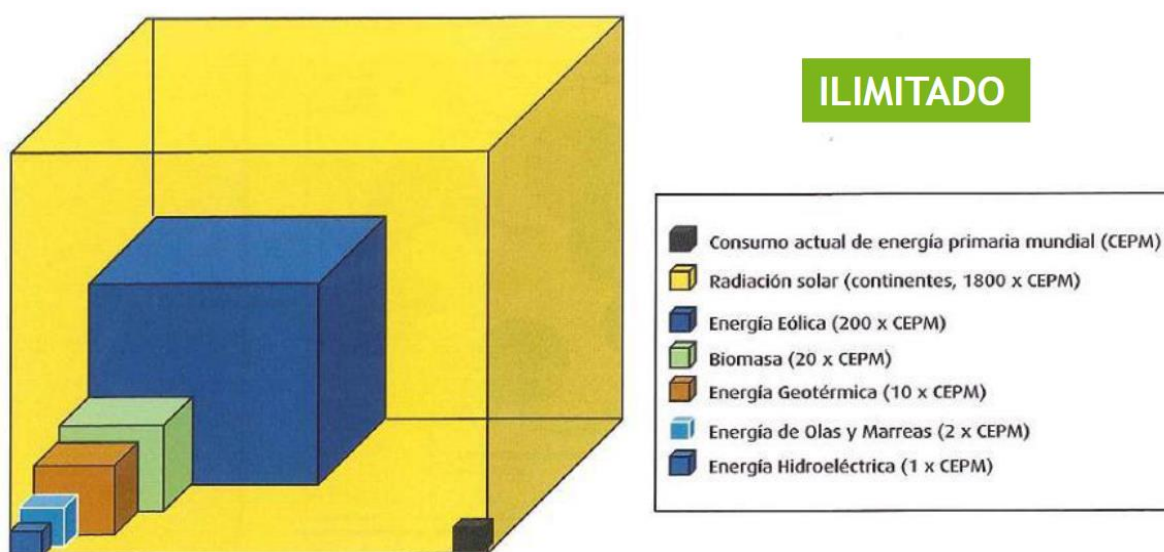
2.2.12. Fuentes de energía renovable

Según el estudio de la importancia de las energías renovables indica que:

En Perú, la energía solar, eólica, biomasa e hidroeléctrica son las de mayor demanda en el país; siendo la energía de biomasa la más utilizada y representando un 54% de la energía generada en el Perú en el año 2013 (Barrón Cornejo et al., 2021, como se citó en OSINERGMIN, 2017).

Figura 6

Potencial físico de las Energías renovables en el mundo



Nota: Dato obtenido de (Montoya Rasero, 2010, p. 13)

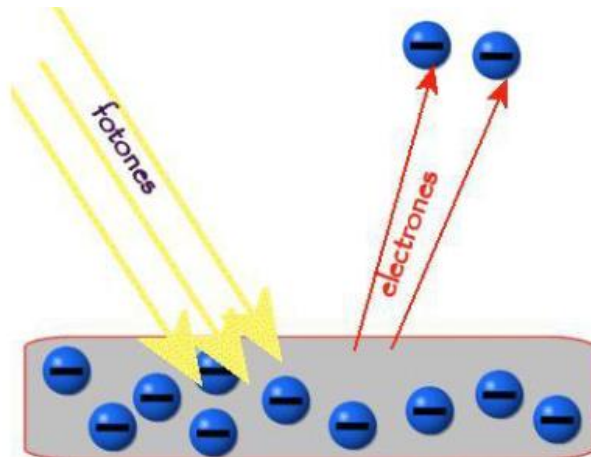
2.2.12.1. Energía solar

“La energía solar o fotovoltaica es la que aprovechar la radiación solar transformándola en energía eléctrica mediante el efecto fotovoltaico” (Montoya Rasero, 2010a, p. 5).

“El efecto fotovoltaico es causado por la emisión de electrones en un material cuando es iluminado por radiación electromagnética” (Montoya Rasero, 2010b, p. 6).

Figura 7

El efecto fotovoltaico



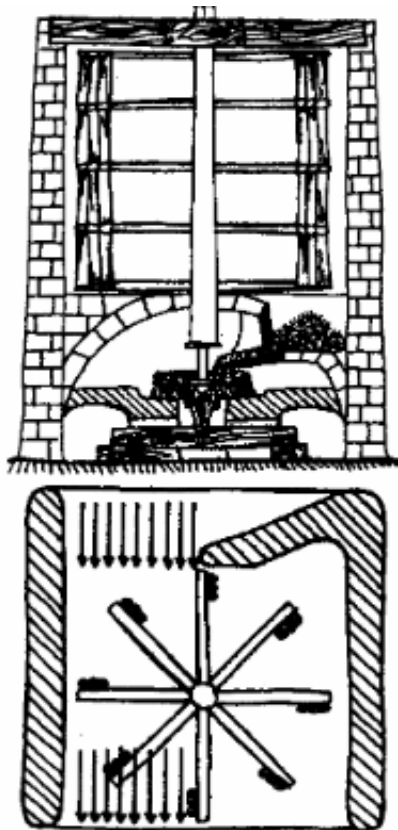
Nota: Dato obtenido de (Montoya Rasero, 2010, p. 6)

2.2.12.2. Energía eólica

“Todas las fuentes de energía renovable provienen del sol, que irradia a la Tierra. Alrededor del 1-2% de esta energía se convierte en energía eólica” (Jaramillo Salgado, 2008, p. 2)

Figura 8

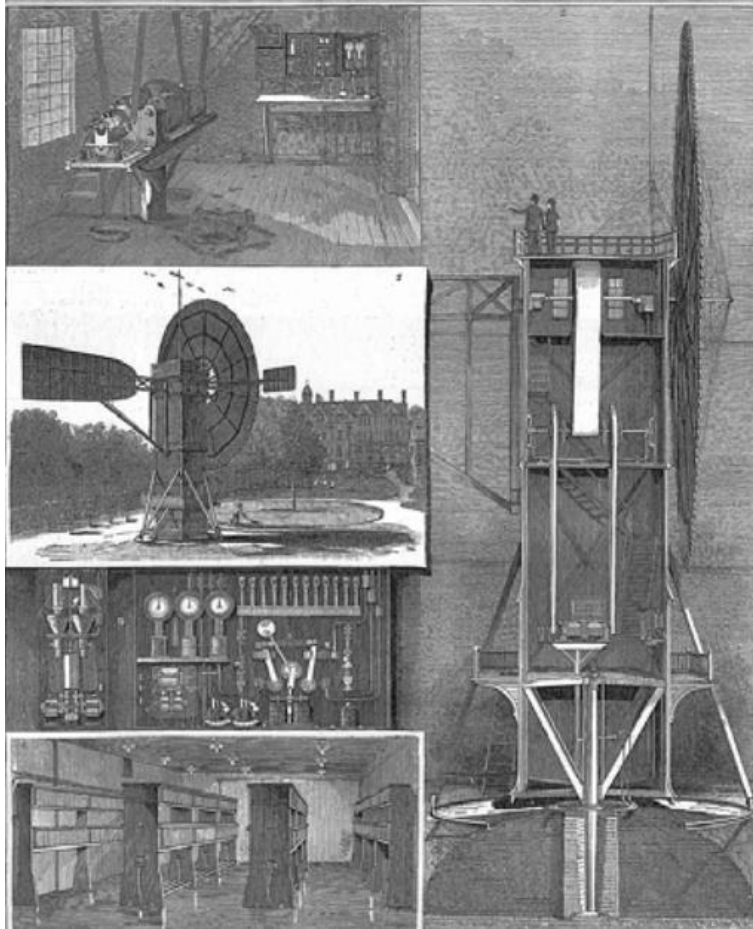
Motor de vela griega en el año 3 500 a.C.



Nota: Dato obtenido de (Jaramillo Salgado, 2008, p. 15)

Figura 9

Turbina eólica creada por Charles F. Brush (1849-1929)



Nota: Dato obtenido de (Jaramillo Salgado, 2008, p. 16)

2.2.12.3. Energía de la biomasa

Según el estudio de la importancia de las energías renovables indica que:

La biomasa se encuentra en los carburos, que posteriormente se convierte en energía térmica, electricidad o combustible. La principal energía que se obtiene de esta fuente natural es la energía eléctrica, calorífica y combustibles (Barrón Cornejo et al., 2021, como se citó en Corral, 2021)

En otro estudio con respecto a la energía de la biomasa afirma que:

También contienen energía de biomasa, los productos residuales de las cosechas, tales como el bagazo de la caña, la paja y el polvillo del arroz, etc.; y recientemente

se considera la misma energía latente o potencial de los productos de cualquier cosecha, como energía de biomasa (Fernández Baca, 1994)

“La biomasa es uno de los recursos importantes de la energía, ella se encuentra en los residuos agrícolas, pecuarios, agroindustriales y urbanos”

2.2.13. Principios de una arquitectura sostenible

Según la página web RSS indica que:

La arquitectura sostenible tiene en cuenta, entre otras cosas, la etapa de vida de los materiales, la aplicación de fuentes energéticas renovables, la reducción del consumo de materiales (Responsabilidad Social y Sustentabilidad, 2017):

Al hablar de la arquitectura sostenible implica diferentes factores de sostenibilidad como también es primordial el diseño de ambientes y espacios saludables, económicamente accesibles y sensibles a las necesidades del usuario.

2.2.14. Economía en los centros comerciales

Barajas Maldonado, (2012) afirma que “Los centros comerciales son el eje del desarrollo y la renovación urbana, impulsan el cambio en los lugares que visitan y tienen un impacto positivo en la industria, la seguridad, el bienestar y la felicidad de las comunidades a las que sirven”.

Los centros de negocios han logrado trascender y convertirse en un eje integral de actividad de los ciudadanos de hoy. Actualmente, el centro comercial no es un nuevo centro de ciudad como en las ciudades tradicionales, sino que es uno de los nuevos centros de una gran ciudad y representa nuevos hábitos urbanos. En la mayoría de las ciudades y regiones nuevas, el centro comercial es el punto central del territorio, el más transitado e importante en el plano mental que el residente ha creado desde su lugar de residencia. Además, tienen espacio para la experiencia, la comunicación y mejores condiciones de vida.



CAPITULO III: HIPOTESIS.

3.1. Hipótesis General

- El diseño de un Centro Comercial Ecológico que permitirá revolucionar y promover el crecimiento socioeconómico, San Miguel – Juliaca.

3.2. Hipótesis Específicas

- Desarrollar una infraestructura adecuada teniendo en cuenta la integración formal, espacial y funcional del proyecto arquitectónico y así poder colaborar para incrementar la comercialización de este territorio.
- Realizar una adecuada distribución de los ambientes, teniendo en cuenta sus usuarios y sus funcionalidades, con el fin de establecer criterios de diseño arquitectónico que sean capaces de integrarse al entorno y al modo de vida de los habitantes y que ofrezcan mejores condiciones de confort y habitabilidad, teniendo en cuenta los principios contables y los sistemas constructivos.

3.3. Variables.

3.3.1 Variable Independiente:

Tabla 2

Cuadro de variables independientes

VARIABLES	INDICADORES
Centro Comercial Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Norma técnica. • Intencionalidad del proyecto.

Nota: Dato propio del investigador.

3.3.2. Variable Dependiente:

Tabla 3

Cuadro de variables dependientes

VARIABLES	INDICADORES
Criterios arquitectónicos	<ul style="list-style-type: none">• Análisis del lugar.
Confort y habitabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Condiciones climáticas.
Arquitectura sustentable	<ul style="list-style-type: none">• Principios de la arquitectura sustentable.• Necesidades del usuario.

Nota: Dato propio del investigador.

3.3.3. Operacionalización De Variables

Tabla 4

Cuadro de operacionalización de variables

HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
El diseño de un Centro Comercial Ecológico que permitirá revolucionar y promover el crecimiento económico social de la nueva ciudad San Miguel – Juliaca.	Independiente:	<ul style="list-style-type: none">• Norma técnica.• Intencionalidad del proyecto.
	<ul style="list-style-type: none">• Centro Comercial Ecológico	
	Dependiente:	<ul style="list-style-type: none">• Análisis del lugar.• Condiciones climáticas.• Principios de la arquitectura sustentable.
	<ul style="list-style-type: none">• Criterios arquitectónicos• Confort y habitabilidad• Arquitectura sustentable	<ul style="list-style-type: none">• Necesidades del usuario.

Nota: Dato propio del investigador.

3.4. Matriz de Consistencia.

Tabla 5

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema general:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Como crear un Centro Comercial Ecológico, que pueda revolucionar y promover el crecimiento de San Miguel – Juliaca y que cumpla con la norma y criterios de diseño que requiere un equipamiento comercial? 	<p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> Proyectar un Centro Comercial Ecológico para revolucionar y promover el crecimiento económico social de la nueva ciudad san miguel - Juliaca - 2022. 	<p>Hipótesis general:</p> <ul style="list-style-type: none"> El diseño de un Centro Comercial Ecológico que permitirá revolucionar y promover el crecimiento económico social de la nueva ciudad San Miguel – Juliaca. 	<p>Variable independiente:</p> <p>Centro Comercial Ecológico</p>	<ul style="list-style-type: none"> Norma tecnica. Intencionalidad del Proyecto. 	<p>Metodología de Investigación:</p> <p>De acuerdo con la naturaleza del estudio de la investigación, reúne por su nivel las características de un estudio descriptivo, explicativo, cualitativa, experimental, teórica, aplicada, etc.</p>
<p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué características debería tener un Centro Comercial Ecológico, y de qué manera revolucionaria y promovería el crecimiento de la nueva ciudad de San Miguel - Juliaca? ¿En qué aspectos puede beneficiar el factor ecológico en el proyecto del centro comercial ecológico a la ciudad nueva de San Miguel – Juliaca? 	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una adecuada infraestructura teniendo en cuenta la integración formal, espacial y funcional del diseño arquitectónico y así poder colaborar al incremento en la comercialización de dicha zona Realizar una distribución adecuada de los ambientes, tomando en cuenta sus usuarios y sus funcionalidades, para así generar una propuesta que sea apta en la actualidad y a proyección futura. 	<p>Hipótesis específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una infraestructura adecuada teniendo en cuenta la integración formal, espacial y funcional del proyecto arquitectónico y así poder colaborar para incrementar la comercialización de este territorio. Realizar una adecuada distribución de los ambientes, teniendo en cuenta sus usuarios y sus funcionalidades, con el fin de establecer criterios de diseño arquitectónico que sean capaces de integrarse al entorno y al modo de vida de los habitants. 	<p>Variable dependiente:</p> <p>Criterios arquitectónicos. Confort y habitabilidad. Arquitectura sustentable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Análisis del lugar. Condiciones climaticas. Principios de la arquitectura sustentable. Necesidades del usuario. 	<ul style="list-style-type: none"> Es un estudio de una Investigación No experimental La investigación documental Según la disciplina que se investiga <p>Técnicas E Instrumentos Para La Obtención De La Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> Recolección de datos Observación Análisis referencial: Visita de campo (recolección de datos) Recopilación de la bibliografía Encuesta

Nota: Dato propio del investigador.



CAPÍTULO IV: PROCEDIMIENTO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION

4.1. Diseño de investigación:

“De acuerdo con el estudio de la investigación, reúne las características de un estudio descriptivo, explicativo, cualitativa, experimental, teórica, aplicada, etc.” (Grajales G, 2000a)

El método de investigación aplicado fue

- Es un estudio de una Investigación No experimental
- La investigación documental
- Según la disciplina que se investiga

4.2. Línea de investigación:

Diseño arquitectónico.

4.3. Nivel de investigación:

“El nivel de estudio depende la estrategia de la investigación. Por lo que el diseño es diferente en cada nivel de estudio”(Galindo, 2016).

4.3.1. Nivel exploratorio.

- Se realiza con el objetivo es examinar un tema o problema que no ha sido desarrollado anteriormente.
- Indagar y desarrollar un tema completamente desconocido.

4.3.2. Nivel aplicativo.

- Pretende solucionar problemas e intervenir en el entorno natural.
- Supervisa la innovación técnica, artesanal e industrial como científica.
- Los métodos estadísticos permiten analizar la relevancia de una intervención en un entorno en función del proceso, el resultado y el impacto.



4.4. Métodos Aplicados a la Investigación

Según el artículo de Grajales G, (2000b) sostiene que "El tipo de investigación se define en base al objetivo, el diseño de la investigación en base al procedimiento"

4.4.1. Investigación No experimental.

Se observará el marco actual y estudios del contexto de la zona de intervención, además, del marco normativo referencial, respetando las condiciones mínimas de construcción, para luego establecer nuestra propuesta arquitectónica de "Centro comercial ecológico".

4.4.2. La investigación documental

Esta investigación se realiza por medio de las consultas de documentos tangibles o virtuales como revistas, libros, periódicos, anuncios, páginas web, normas legales, constituciones, etc.

4.4.3. Según la disciplina que se investiga,

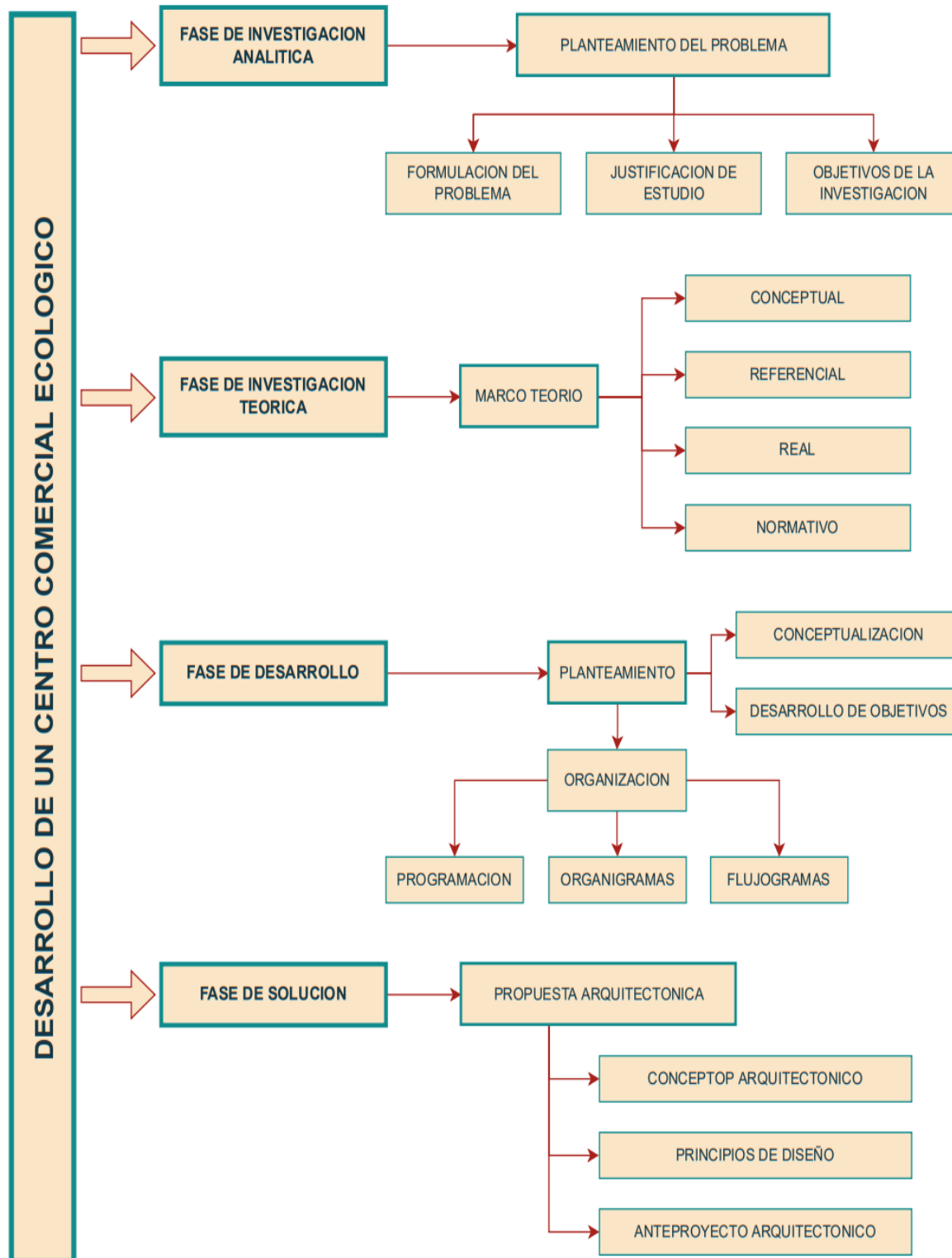
Según el artículo de tipos de investigación indica que:

La investigación se puede clasificar y desarrolla de acuerdo con el quehacer humano. Pues se aprecian investigaciones filosóficas, sociales, de las ciencias básicas, etc.(Grajales G, 2000c)

4.5. Proceso de Investigación

Figura 10

Mapa conceptual del proceso de investigación.



Nota: Dato propio del investigador

4.6. Ubicación, población y muestra

4.6.1. Ubicación

- **Lugar:** San Román
- **Distrito:** San Miguel - Juliaca
- **Provincia:** San Román
- **Departamento:** Puno

4.6.2. Población

El distrito de San Miguel - Juliaca es uno de los cinco distritos de la provincia de San Román ubicada en el departamento de Puno al Sur del Perú. Se creó en a partir del distrito de Juliaca en año el 2016 y es el distrito más joven de la provincia de San Román y esta nueva ciudad cuenta con una población de 62 463 hab.

Tabla 6

Muestra de población general de la provincia de San Román fuente INEI 2017

POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL; Y SEXO, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES									
Provincia, distrito y edades simples	Total	Población		Total	Urbana		Total	Rural	
		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
PROVINCIA SAN ROMAN	307 417	150 164	157 253	278 532	136 141	142 391	28 885	14 023	14 862
Menores de 1 año	4 867	2 499	2 368	4 420	2 276	2 144	447	223	224
De 1 a 4 años	21 739	11 047	10 692	19 621	9 924	9 697	2 118	1 123	995
De 5 a 9 años	28 728	14 720	14 008	25 977	13 283	12 694	2 751	1 437	1 314
De 10 a 14 años	27 346	13 777	13 569	24 662	12 432	12 230	2 684	1 345	1 339
De 15 a 19 años	27 758	13 601	14 157	25 128	12 294	12 834	2 630	1 307	1 323
De 20 a 24 años	31 230	15 062	16 168	28 863	13 919	14 944	2 367	1 143	1 224
De 25 a 29 años	29 699	14 318	15 381	27 504	13 253	14 251	2 195	1 065	1 130
De 30 a 34 años	27 648	13 060	14 588	25 517	12 060	13 457	2 131	1 000	1 131
De 35 a 39 años	24 225	11 611	12 614	22 469	10 722	11 747	1 756	889	867
De 40 a 44 años	21 276	10 141	11 135	19 588	9 345	10 243	1 688	796	892
De 45 a 49 años	17 076	8 166	8 910	15 601	7 460	8 141	1 475	706	769
De 50 a 54 años	13 566	6 561	7 005	12 195	5 939	6 256	1 371	622	749
De 55 a 59 años	10 415	5 081	5 334	9 178	4 529	4 649	1 237	552	685
De 60 a 64 años	7 663	3 720	3 943	6 572	3 231	3 341	1 091	489	602
De 65 y más años	14 181	6 800	7 381	11 237	5 474	5 763	2 944	1 326	1 618

Nota: Dato obtenido de INEI 2017

4.6.3. Muestra

Cálculo del tamaño muestral:

Muestreo aleatorio estratificado. El tamaño de la muestra en una población dada está determinado por un algoritmo de cálculo para analizar varianzas en una muestra aleatoria estratificada de una población con un número conocido de personas.

$$n = N \times Z^2 \times p \times q / d^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q$$

- N = Población
- n= Muestra
- Z = Coeficiente de confianza
- Para seguridad del 95% es de 1.96
- Para seguridad del 99% es de 2.58
- p = proporción esperada = 0.5 (50%). Este valor maximiza el tamaño de la muestra. Si es del 5% se multiplica por 0.05
- q = 1- p
- d = precisión. Si es de un 5% se utiliza 0.05

El método aleatorio estratificado se está considerando ya que se divide la población en subgrupos o estratos. Proceso:

- Establecer el atributo por el que vamos a estratificar la población.
- Definir cuántas variables de ese atributo se dan en la población para establecer el número de estratos.
- Una vez definidos los subgrupos se definirá el total de la población que pertenece a cada estrato (N1, N2, N3, etc.) Trabajo de investigación fin de grado/máster 26 4.
- Finalmente, se tomará una muestra de forma aleatoria de cada uno de los estratos (n1, n2, n3, etc.). La suma de los mismos constituye la n total.



4.7. Técnicas, fuentes e instrumentos de investigación

4.7.1. Técnicas

Tabla 7

Técnicas de investigación

TECNICAS	CARACTERISTICAS
Recolección de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Datos estadísticos de habitantes en la ciudad de San Miguel - Juliaca. • Estudio de impacto urbano del proyecto. • Fichas de registro • Fichas de observación • Libreta de apuntes • Fotografías
Técnicas de análisis de información:	<ul style="list-style-type: none"> • Observación: Observación visual de todo lo que ocurre en el Distrito de San Miguel - Juliaca acerca de las actividades comerciales y movimiento económico • Análisis referencial: Es la recolección de datos de fuentes secundarias, libros, revistas, folletos, etc. • Visita de campo (recolección de datos): A través del cuestionario obtener datos o testimonios verbales para la distribución y jerarquía información obtenida.
Recopilación de la bibliografía:	Esta etapa consiste en recopilar información con temas relacionados con la investigación teniendo en cuenta las variables en estudio.
Encuesta:	Después de ubicar el área de estudio y luego coordinar con las personas que dirigen esa urbanización, se realizarán encuestas (entrevistas y observaciones) para ver el impacto de la construcción de un Centro Comercial en dicho distrito objeto de estudio.

Nota: Dato propio del investigador

4.7.2. Fuentes

Son aquellas capaces de proporcionar lo más rápido posible un conocimiento directo o indirecto sobre un tema determinado:

Tabla 8

Fuentes de investigación

FUENTES	CARACTERISTICAS
	Información nueva u original:
Primaria	<ul style="list-style-type: none">• Libros• Informes técnicos• Normas técnicas• Patentes• Publicaciones periódicas o seriadas• tesis
	Productos de documentales de análisis, remiten a fuentes primarias:
Secundaria	<ul style="list-style-type: none">• Boletines de bibliotecas• Catálogos de tesis• Catálogos de producción científica• Resúmenes
	Agrupan o remiten a fuentes secundarias:
Terciaria	<ul style="list-style-type: none">• Repositorios• Páginas web• Blogger

Nota: Dato propio del investigador.

4.7.3. Instrumentos de investigación

- RNE
- PDU de Juliaca 2016-2025 volumen 1 & 2
- Google Eart (fotogrametría satelital)
- Datos del INEI, censos 2017



- Cuadros
- Gráficos

4.7.4. Normas de redacción

- Norma: APA 7^{ma} edición
- Letra: Arial
- Fuente: N° 11
- Interlineado: 2.0
- Márgenes: Superior, inferior y derecha 2.5 cm. Izquierda 3.0 cm.
- N° de páginas: Inferior derecha
- Caratula: Según el modelo general

CAPITULO V: MARCO NORMATIVO

5.1. Normatividad

La normatividad son Reglas o preceptos de carácter obligatorio, emanados de una autoridad normativa, la cual tiene su fundamento de validez en una norma jurídica que autoriza la producción normativa, que tienen por objeto regular las relaciones sociales y cuyo cumplimiento está garantizado por el Estado (*Ministerio de Economía y Finanzas, s. f.*)

5.2. Decretos Supremo N° 018-2016-SA

Figura 11

Primeros auxilios en centros comerciales



Nota: Dato propio del investigador y obtenido de Diario oficial “El Peruano” (2016)

OLLANTA HUMALA TASSO Presidente de la República

ANÍBAL VELÁSQUEZ VALDIVIA Ministro de Salud

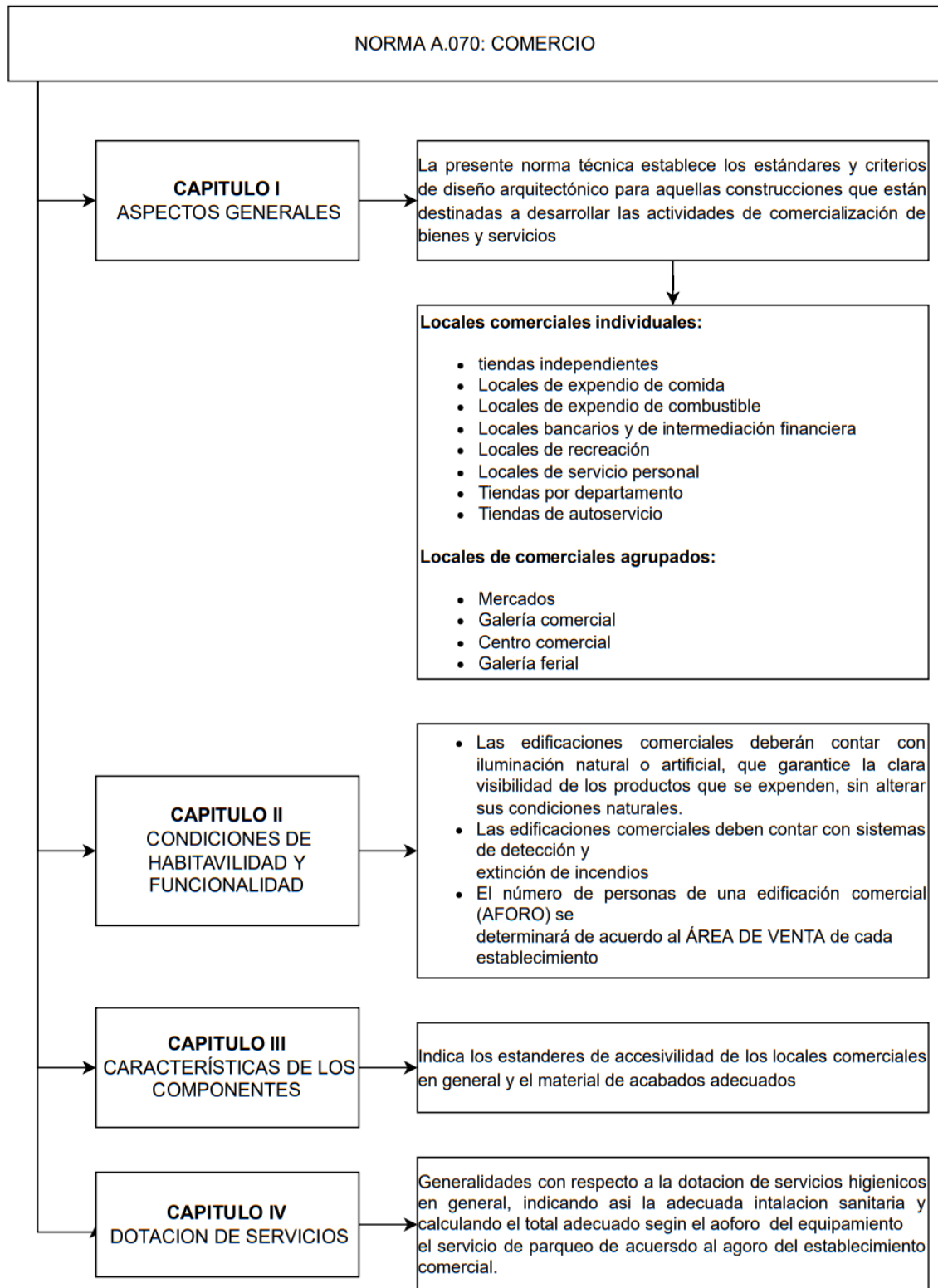
5.3. Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE)

Para la elaboración de este trabajo de investigación, se tendrá en cuenta los parámetros establecidos por el RNE indicando los siguientes normas:

5.3.1. Norma A.070: Comercio (RNE)

Figura 12

Gráfico de la Norma A.070

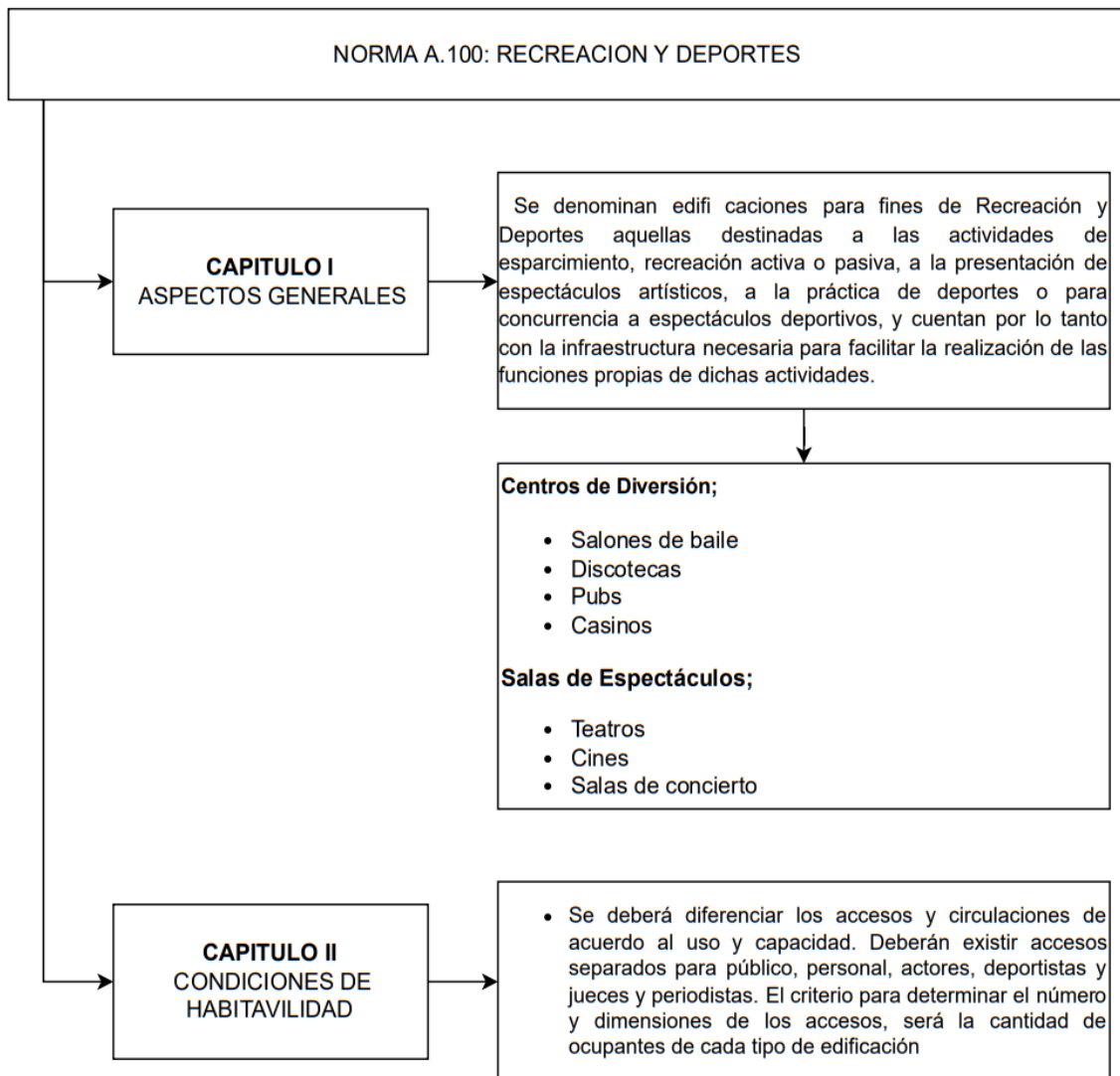


Nota: Dato propio del investigador.

5.3.2. Norma A.100: Recreación y deportes (RNE)

Figura 13

Grafico de la Norma A.100



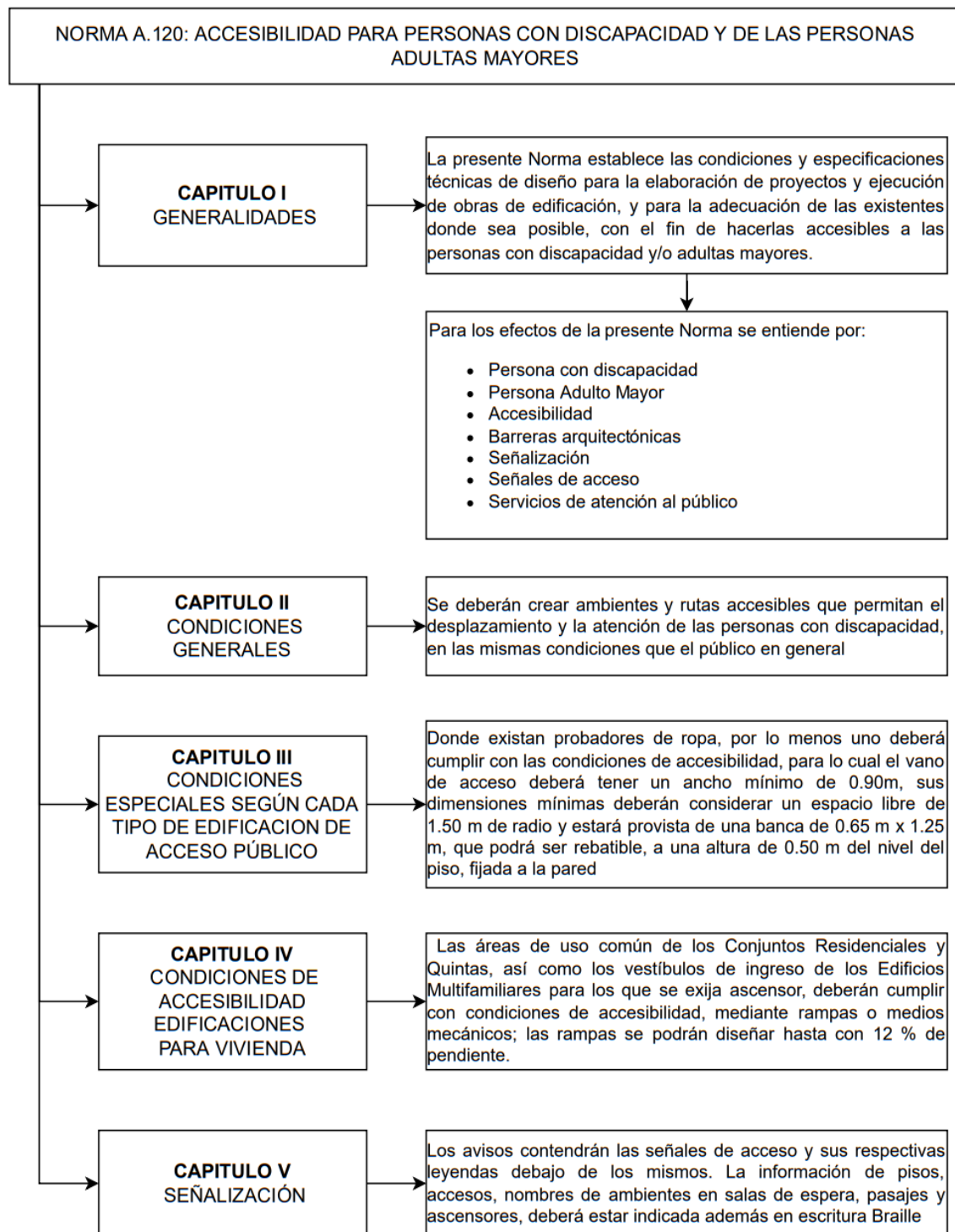
. **Nota:** Dato propio del investigador.

5.3.3. Norma A.120: Accesibilidad para personas con discapacidad y personas

adultas mayores (RNE)

Figura 14

Grafico de la Norma A.120

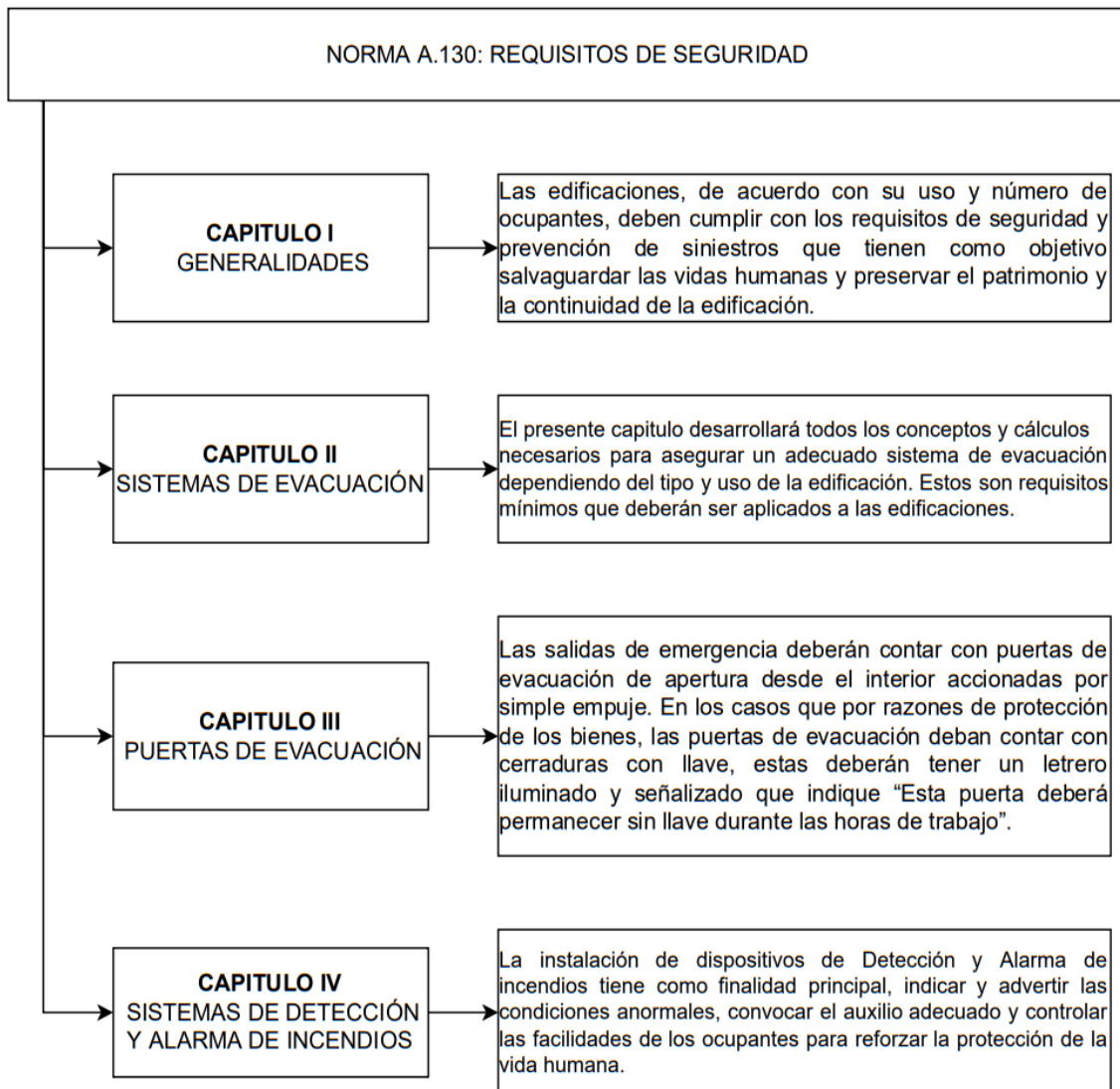


Nota: Dato propio del investigador.

5.3.4. Norma A.130: Requisitos de seguridad (RNE)

Figura 15

Gráfico de la Norma A.130



Nota: Dato propio del investigador.

CAPITULO VI: MARCO REFERENCIAL

6.1. Referencia internacional

6.1.1. Parc Central / Benoy – China.

Ubicado en el corazón del nuevo distrito comercial de Guangzhou, una "zona comercial" que combina de manera única al desarrollo comercial de bajo y alto nivel en un parque de varios pisos. Este proyecto es una interesante adición al paisaje urbano de Guangzhou, que combina el comercio minorista con el tráfico y las estrategias de diseño de espacios públicos. (ArchDaily, 2017a).

Figura 16

Centro Comercial / Parc Central – Guanzhou, China



Nota: Dato obtenido de (ArchDaily, 2017)

Diseno civico.

La visión de Park Central, desarrollada en la antigua plaza, fue una contribución al espacio y la sociedad de la ciudad, así como económica. Es un "Eje Verde" de la ciudad, la ubicación estratégica de este centro comercial da una visión de centralidad, siendo un equipamiento divisor de dos ciudades (ArchDaily, 2017b).

Figura 17

Centro Comercial / Parc Central – Guanzhou, China



Nota: Dato obtenido de (ArchDaily Perú, 2017).

Figura 18

planimetrías / Parc Central – Guanzhou, China



Nota: Dato obtenido de(ArchDaily, 2017).

Arquitectura simbólica.

Es un símbolo que representa la paz, armonía y felicidad de la cultura china, la arquitectura se refiere al "pez doble" en forma de una estructura de techo de acero de un solo lado. Los dos edificios giran en torno a los jardines centrales y están conectados en un extremo por una pasarela. Los techos monocasco están sostenidos por columnas en forma de árbol, debajo de las cuales hay una serie de jardines que amplían el carácter paisajístico del edificio. (ArchDaily, 2017e)

Figura 19

Corte arquitectónico / Parc Central – Guanzhou, China



Nota: Dato obtenido de (ArchDaily Perú, 2017).

Figura 20

Centro Comercial / Parc Central – Guanzhou, China



Nota: Dato obtenido de (ArchDaily Perú, 2017).

6.2. Referencia nacional

6.2.1. Mall Aventura / Iquitos – Perú.

Es establecimiento comercial que cuenta con diferentes líneas comerciales, cuenta 2 tiendas por departamento, 1 hipermercado, 1 tienda de accesorios para el hogar, 100 tiendas anclas, gimnasios, cines, patio de comidas, restaurantes, zona financiera y de servicios, y area de juegos.(PerúRetail, 2019)

Figura 21

Mall Aventura Iquitos / Perú.



Nota: Dato obtenido de (PerúRetail, 2019)

6.3. Referencia regional

6.3.1. Real Plaza / Juliaca – Perú.

Inaugurado el 15 de marzo de 2011, el Real Plaza Juliaca es el primer centro comercial moderno de Puno. Sin embargo, las noticias tras esta confirmación no fueron necesariamente positivas, pues algunos vecinos en ocasiones se opusieron a la construcción no solo del centro comercial, sino también de la tienda "Plaza Vea" (Canaza Alfaro, 2011).

Figura 22

Real Plaza / Juliaca – Perú.



Nota: Dato obtenido de (Canaza Alfaro, 2011)

Figura 23

Real Plaza / Juliaca – Perú.



Nota: Dato obtenido de (Canaza Alfaro, 2011)

CAPITULO VII: MARCO REAL

7.1. Ciudad de San Miguel - Juliaca

San Miguel es uno de los cinco distritos que conforman la provincia de San Román en el departamento de Puno en Perú. El distrito de San Miguel nació de la necesidad de descentralizar la ciudad de Juliaca y fue creado oficialmente el 28 de julio de 2016 mediante la ley n. 30492 del gobierno del presidente Ollanta Humala Tazo (Red Juliaca, s. f.).

Figura 24

Fotografía exterior del municipio del distrito de San Miguel - Juliaca



Nota: Dato obtenido de (Distrito San Miguel - Juliaca, s. f.)

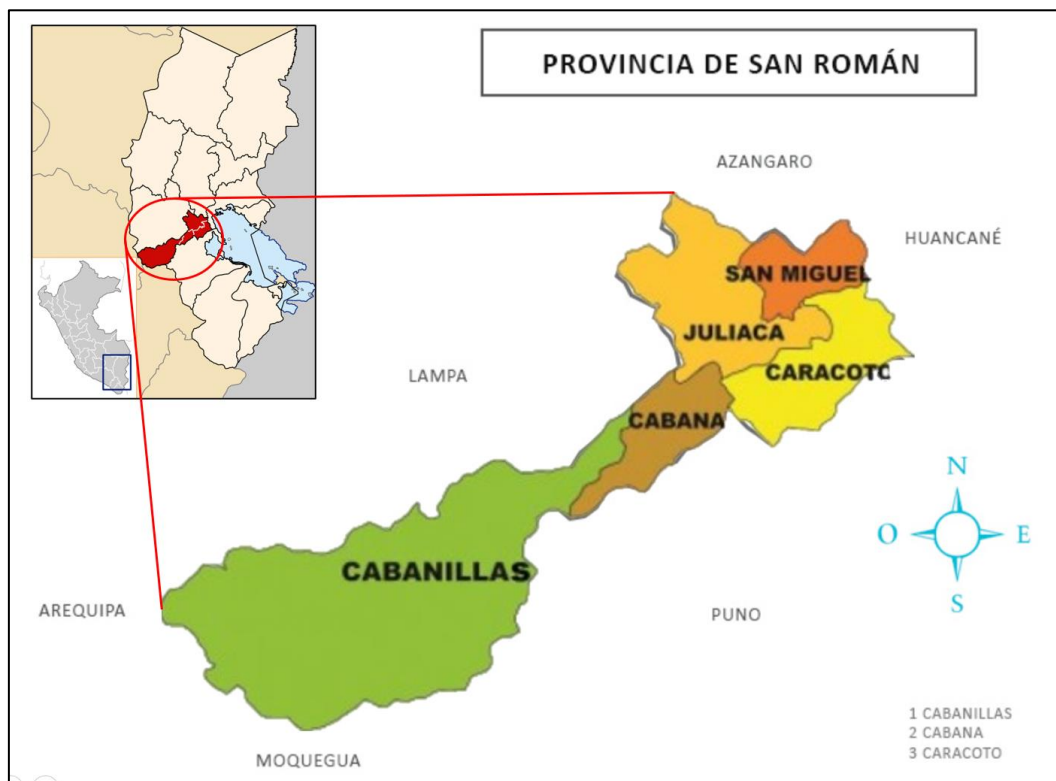
7.2. Características físicas, geográficas y ambientales

7.2.1. Ubicación

El distrito de San Miguel Juliaca está ubicada en el departamento de Puno en el Sur del Perú. Es el distrito de más reciente creación de la ciudad de Juliaca (2016).

Figura 25

Plano de ubicación del distrito de San Miguel - Juliaca



Nota: Dato propio del investigador.

- Coordenadas: 15°28'43"S 70°07'27"O
- Superficie: 122 km²
- Altitud: Media: 3828 m s. n. m.
- Población:
 - Total: 62463 hab.
 - Densidad: 511,99 hab/km²

Figura 26

Plano de ubicación del distrito de San Miguel - Juliaca



Nota: Dato obtenido de (Congreso de la República, 2016)

7.2.2. Límites

- **Por el Norte:** Limita con la provincia de Lampa y la provincia de Azángaro.
- **Por el Este:** Limita con la provincia de Huancané y el distrito de Caracoto.
- **Por el Sureste y Oeste:** Limita con el distrito de Juliaca. Del último punto mencionado, continúa aguas arriba por el álveo del río Ayabacas hasta intersectarse con el puente Independencia.

7.2.3. Topografía

La topografía del distrito de San Miguel-Juliaca se caracteriza por un terreno suavemente ondulado, con la mayor parte de la superficie terrestre compuesta por vastas llanuras o pampas. También hay rastros de pequeñas y medianas elevaciones como lo es el Cerrito Pojrakasi.

7.2.4. Vegetación

Según el Plan de Desarrollo Urbano de La Ciudad de Juliaca (2016 -2025) afirma que:

En las altas zonas hay queñoales, pajonales, yaretales y otro ecosistema típico son los bofedales. El tipo de vegetación de mayor extensión en el área de estudio es el pajonal de ichu, especie que se desarrolla principalmente en pendientes pronunciadas y pendientes suaves. Varias tierras son áreas donde se cultiva, por ejemplo, quinua, cebada, papa, trigo, avena, quinua.

Tabla 9

Especies de plantas en el ámbito de estudios.

FAMILIA	ESPECIE	NOMBRE COMÚN	HÁBITO
Chenopodeacea	Chenopodium quinoa	Quinua	Hierba
	Chenopodium pallicaule	Cañiwa	Hierba
Poaceae	Hordeum vulgare	Cebada	Hierba
	Zea Mays	Maíz	Hierba
Basellacea	Ullucus Tuberosus	Olluco	Hierba
Solanacea	Solanum Andigenum	Papa	Hierba
Asteraceae	Smallanthus sonchifolius	Yacón	Arbusto
Brassicaceae	Lepidium Meyenii	Maca	Hierba
Juncaceae	Distichia muscoides	Champas	Hierba
Apiaceae	Azorella compacta	Yareta	Hierba
Poaceae	Stipa ichu	Ichu o icho	Hierba
	Calamagostis sp.	Ichu o icho	Hierba
Cyperaceae	Scirpus sp.	Totora	Hierba
Cactacea	Opuntia flocosa	Ulluyma	Suculenta
Rosaceae	Polyepis sp.	Queñual	Árbol

Nota: Dato obtenido de Plan de Desarrollo Urbano de La Ciudad de Juliaca (2016 -2025)

7.2.5. Hidrografía

El distrito de San Miguel – Juliaca cuenta con los siguientes recursos hidrográficos:

7.2.5.1. Río Maravillas

En su curso de trayectoria, este río recibe diferentes denominaciones y nombres, tales como: Unocolla, Maravillas cacachi y Coata. El tramo de los ríos unocolla, Maravilla y cacachi también se conoce como río Juliaca. Este es el mismo río que tiene un curso serpenteante en el noreste de la región y fluye en diferentes puntos de su curso y luego se hace realidad y se forman pequeñas islas aptas para el desarrollo agrícola.

7.2.5.2. Laguna Qoriwata

Qoriwata es una pequeña laguna en forma de medialuna ubicada en el noroeste del distrito de San Miguel – Juliaca cerca del río Maravillas. Aunque el área se está volviendo alarmantemente poblada, conserva y mantiene una serie de especies de plantas y animales que se suman a la belleza de sus alrededores.

Figura 27

Plano de ubicación del distrito de San Miguel - Juliaca



Nota: Dato propio del investigador.

7.2.6. Clima

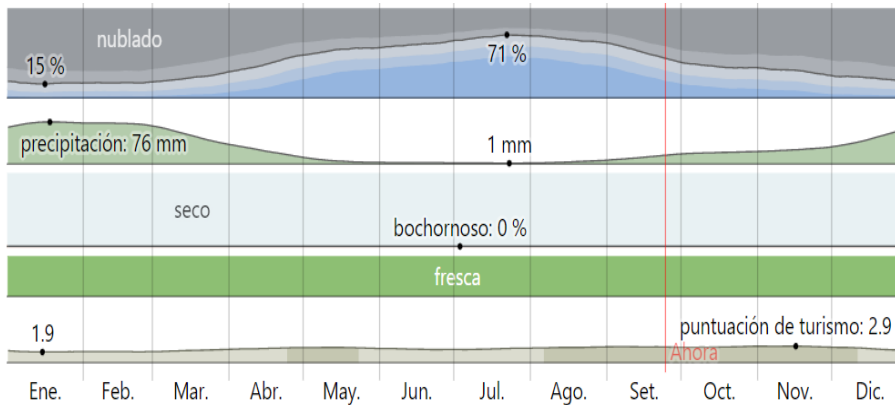
Los principales parámetros climáticos que definen o caracterizan el clima son:

La topografía plana y la altitud de más de 3825 metros sobre el nivel del mar hacen que el clima sea fresco incluso en verano. El distrito de San Miguel - Juliaca

presenta una estación lluviosa (noviembre a marzo) y otra seca (junio a agosto) y dos temporadas de transición (septiembre - octubre y abril - mayo).

Figura 28

Gráfico de los parámetros climáticos



Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.)

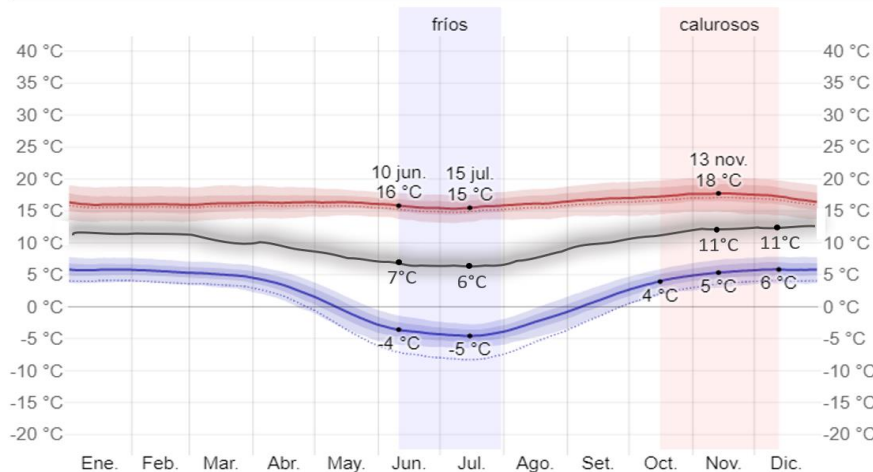
7.2.6.1. Temperatura

La temporada templada es de 11 °C, la temperatura más calurosa es de 18 °C. La temporada fría es menos de -5 °C.

Figura 29

Gráfico de temperatura máxima y mínima promedio

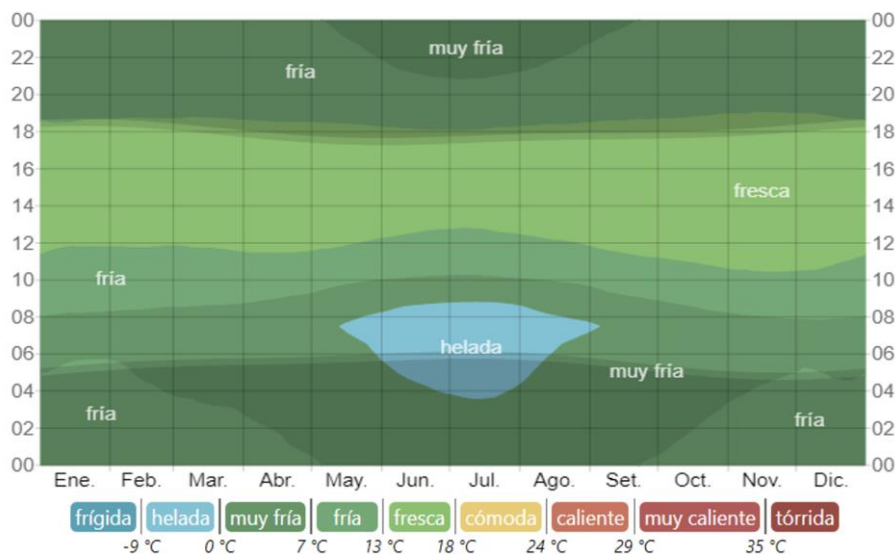
Promedio	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
Máxima	16 °C	16 °C	16 °C	16 °C	16 °C	16 °C	16 °C	16 °C	17 °C	17 °C	18 °C	17 °C
Temp.	10 °C	10 °C	10 °C	10 °C	8 °C	7 °C	6 °C	8 °C	9 °C	10 °C	11 °C	11 °C
Mínima	6 °C	6 °C	5 °C	3 °C	-1 °C	-4 °C	-4 °C	-2 °C	1 °C	4 °C	5 °C	6 °C



Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.) más modificación propia

Figura 30

Grafico de temperatura promedio por hora.



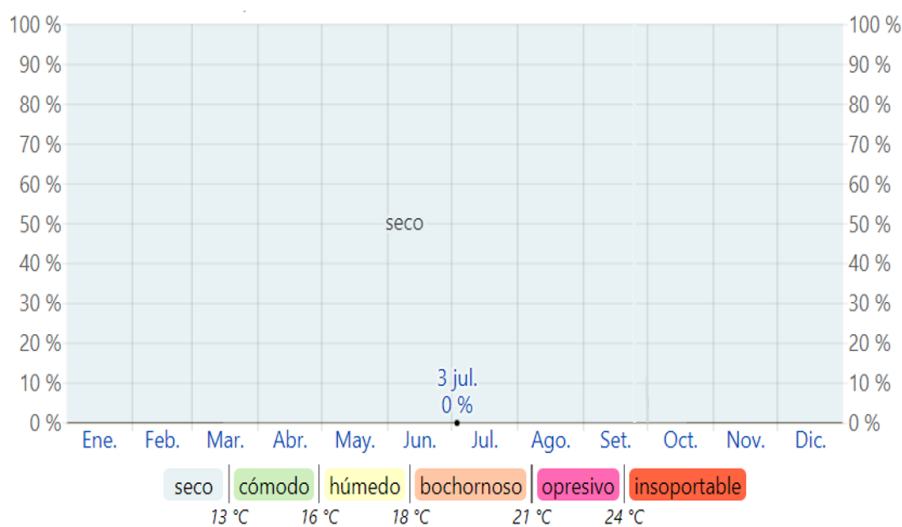
Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.)

7.2.6.2. Humedad

La humedad en San Miguel - Juliaca cambia más lentamente. Aunque la temperatura baje por la noche. El nivel de comodidad de la humedad es fuerte, estresante o miserable y no cambia significativamente durante el año y se mantiene alrededor del 0%.

Figura 31

Gráfico de niveles de humedad



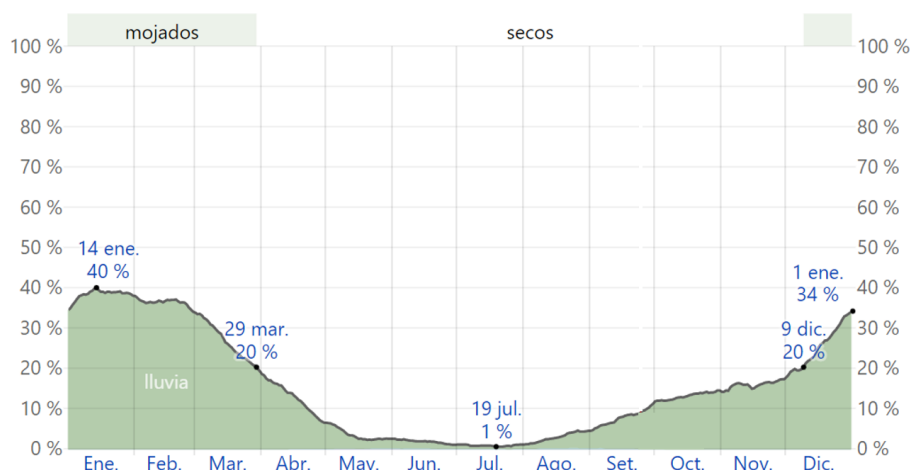
Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.)

7.2.6.3. Precipitación

Un día lluvioso en San Miguel es al menos 1 milímetro de precipitación de agua y varía considerablemente en el transcurso del año.

Figura 32

Gráfico de precipitación



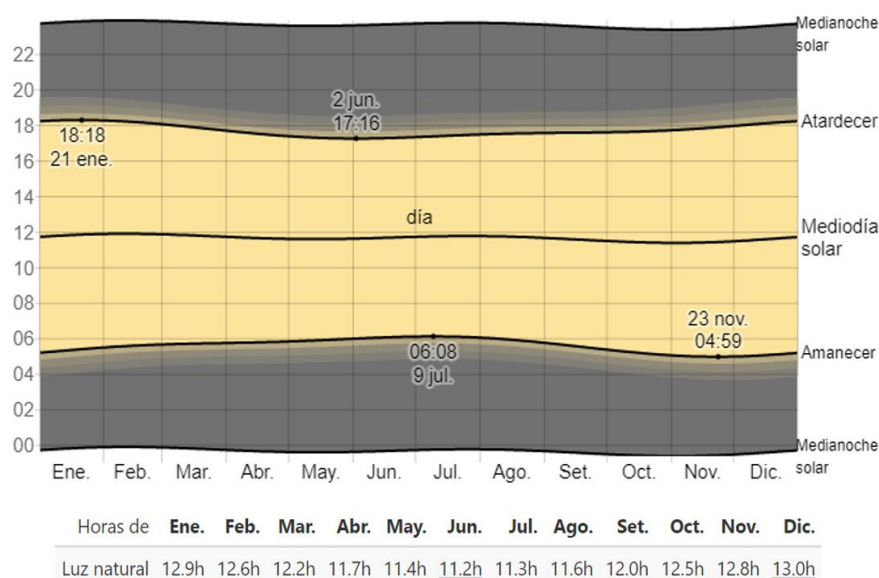
Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.)

7.2.6.4. Asoleamiento

La duración del día en el distrito de San Miguel - Juliaca varía durante el año.

Figura 33

Gráfico de asoleamiento y cantidad de horas de iluminación solar.



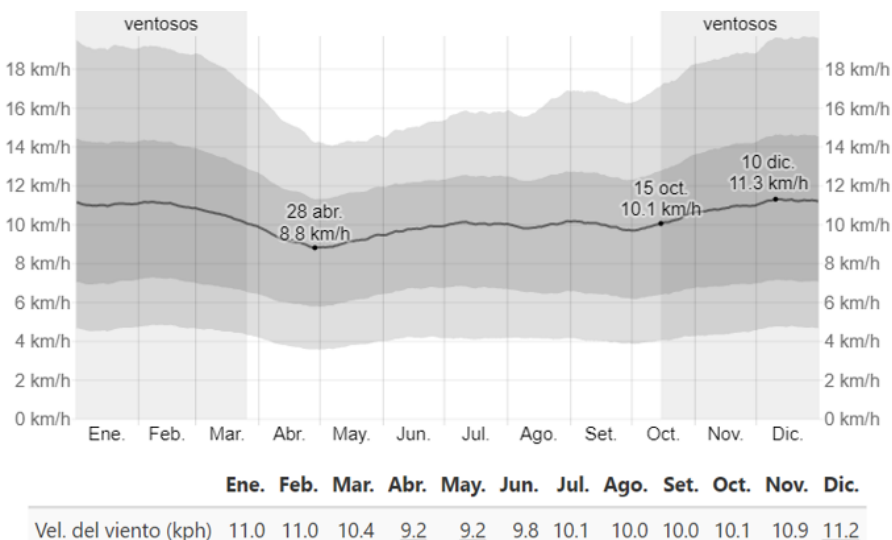
Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.)

7.2.6.5. Vientos

En el distrito de San Miguel-Juliaca, las velocidades del viento experimentan algunas variaciones estacionales a lo largo del año. La dirección predominante promedio por hora del viento en el distrito de San Miguel - Juliaca varía durante el año.

Figura 34

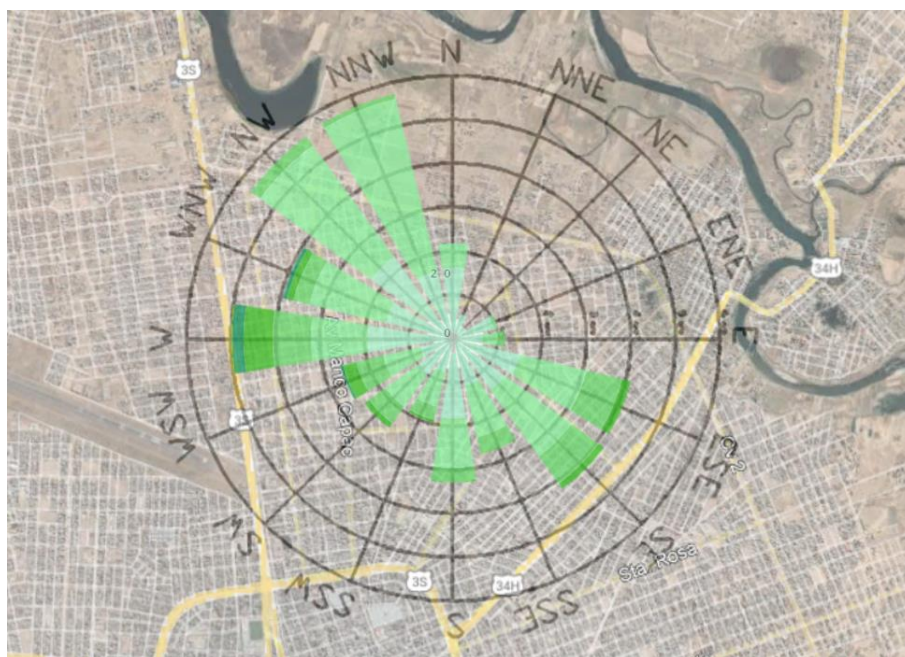
Grafico de velocidad promedio de vientos.



Nota: Dato obtenido de (Weather Spark, s. f.)

Figura 35

Grafico de rosa de vientos San Miguel – Juliaca.



Nota: Dato obtenido de (Meteoblue, s. f.) más modificación propia



CAPITULO VIII: MARCO ANALÍTICO

8.1. Análisis del lugar de intervención

8.1.1. Ubicación del terreno

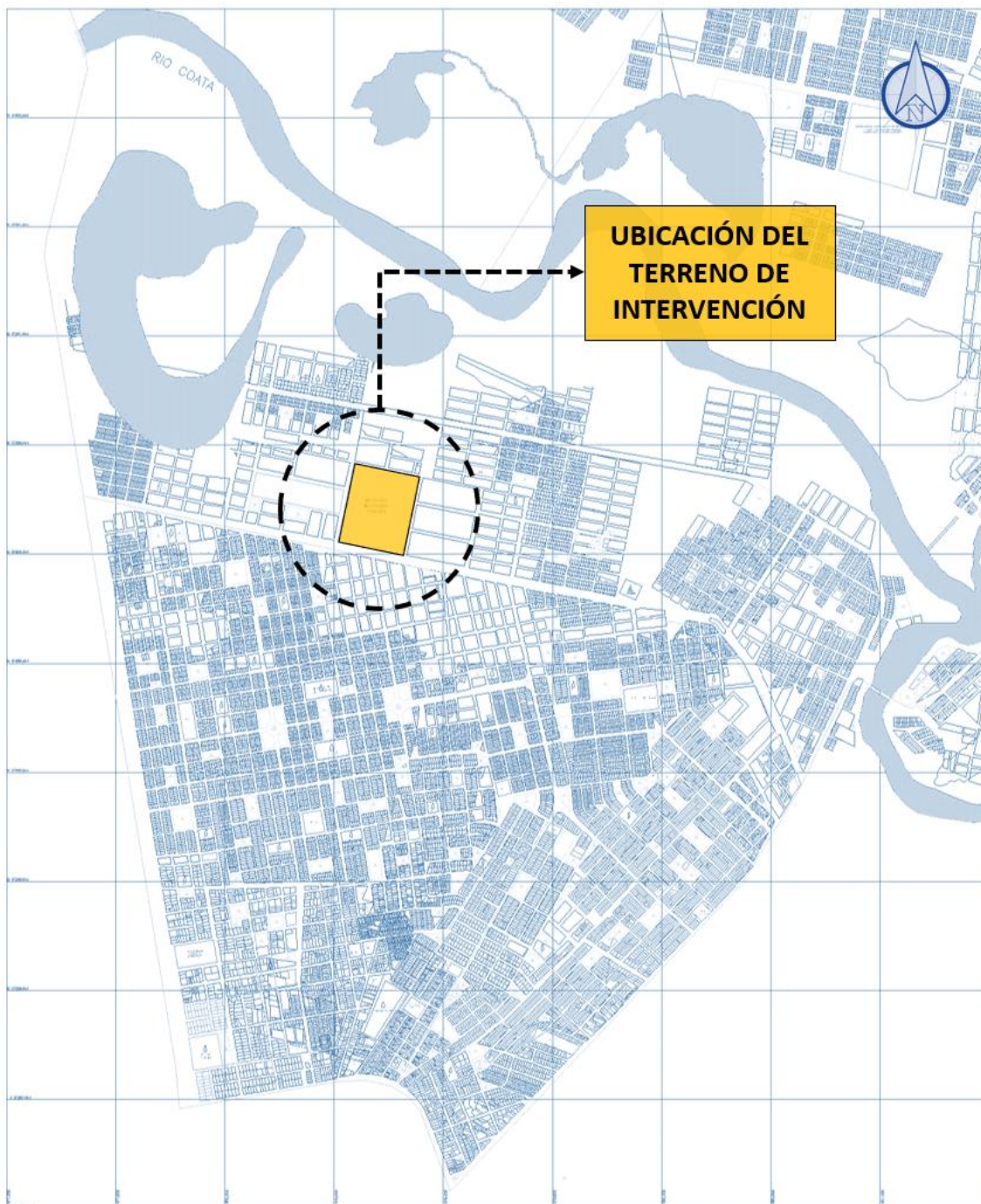
El terreno de intervención que está destinado al uso comercial metropolitano por su amplia extensión de terreno que ocupa, dicho terreno se encuentra ubicado en el distrito de San Miguel – Juliaca en la urbanización San Jorge II etapa, en el cual la zona es de carácter comercial por situarse en el segundo anillo de la circunvalación N° 2 siendo esta una vía principal de circulación.

La ubicación geográfica del terreno de intervención tiene los siguientes datos:

- Coordenadas: 15°28'43"S 70°07'27"O
- Superficie: 122 km²
- Altitud: Media: 3828 m s. n. m.

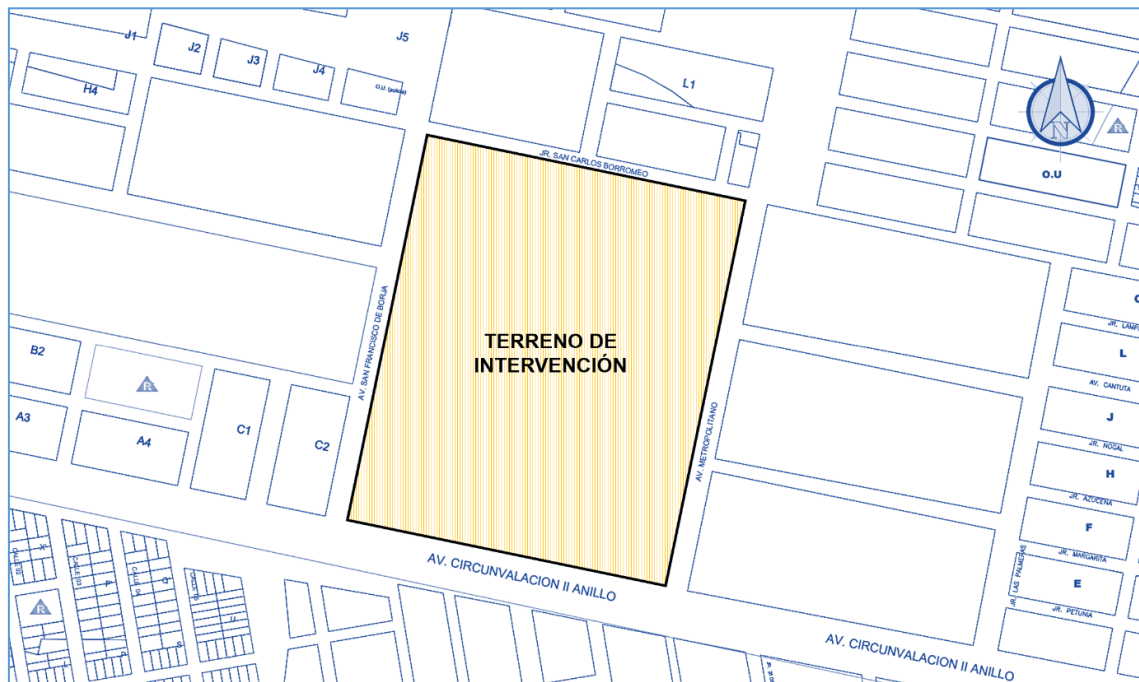
Figura 36

Ubicación del terreno de intervención



Nota: Dato propio del investigador.

8.1.2. Localización del terreno

Figura 37*Localización del terreno de intervención*

Nota: Dato propio del investigador.

8.1.3. Características de terreno

Como primera observación del terreno de intervención se aprecia un entorno casi vacío, con baja actividad comercial que se realiza en su interior, también se aprecian infraestructuras provisionales como también de material noble.

Para mas exactitud el terreno no cuenta con una adecuada intervención profesional que pueda organizar su interior. En donde solo se aprecia una vegetación seca y en su entorno pocas viviendas urbanas.

8.2. Análisis del terreno

8.2.1. Topografía

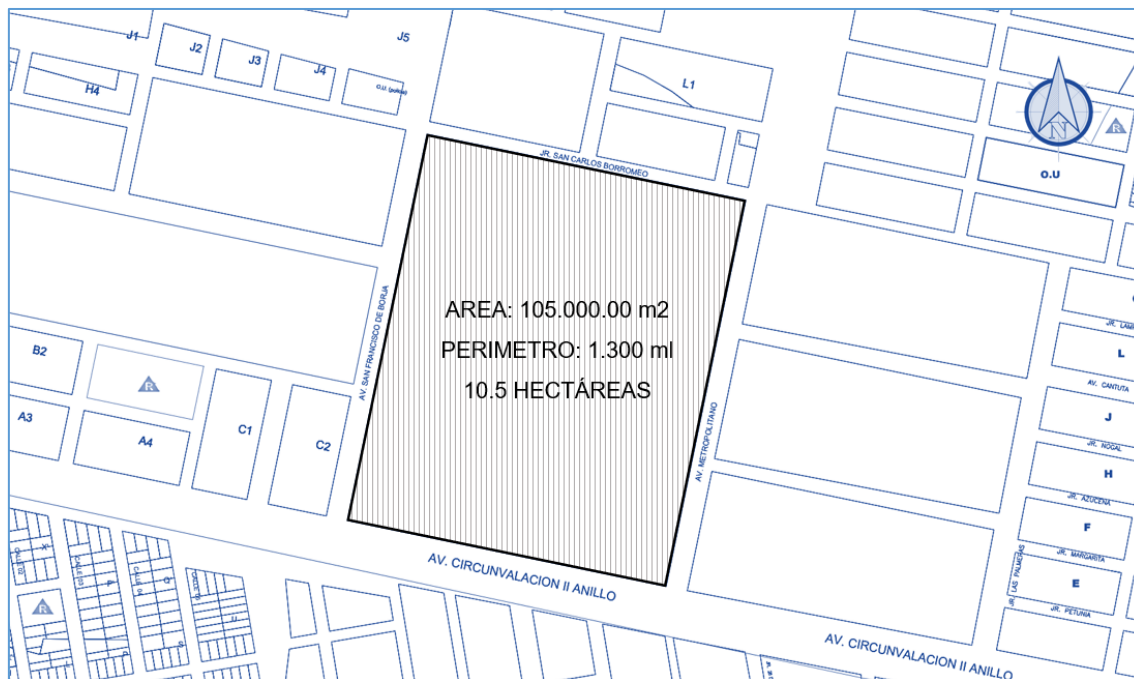
El terreno de intervención presenta una superficie relativamente plana y con leves variaciones de desniveles los cuales son imperceptibles.

8.2.2. Área del terreno

El terreno este situado a lado derecho de la Av. Circunvalación II anillo. El terreno consta de 105,000.00 m² y de perímetro cuenta con 1,300.00 ml.

Figura 38

Área y perímetro del terreno de intervención



Nota: Dato propio del investigador.

8.2.3. Colindantes

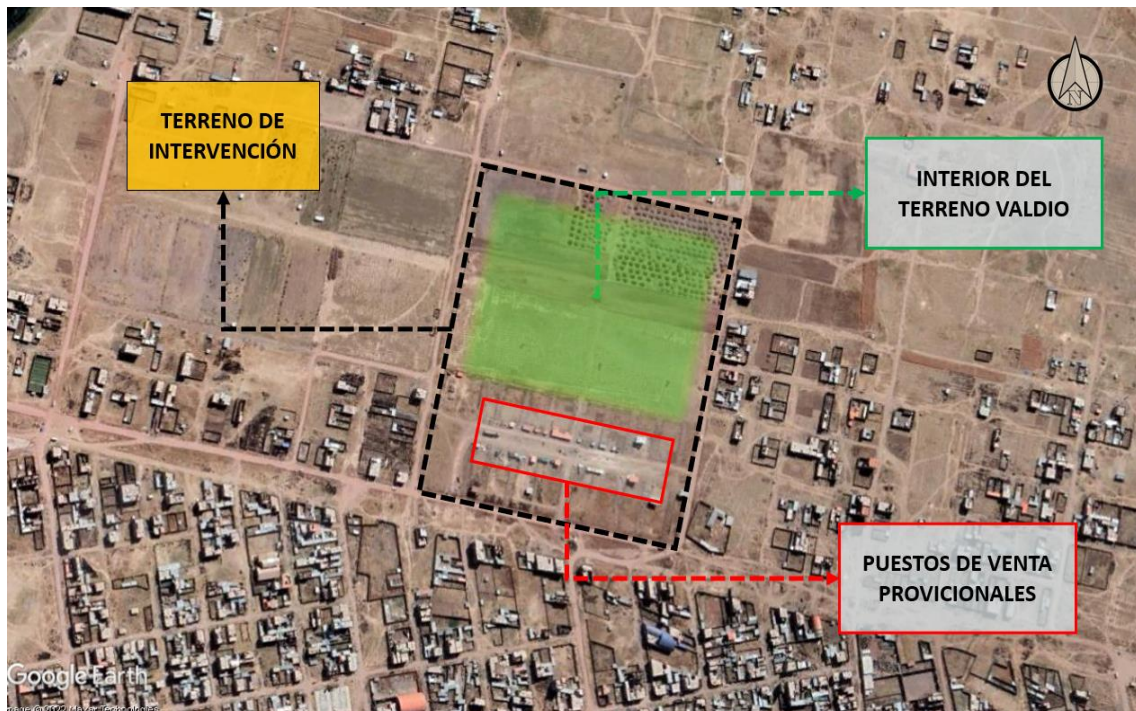
- **Por el norte:** Colinda con el Jr. San Carlos Borrromeo
- **Por el este:** Colinda con la Av. metropolitano - Urb. Los ángeles de Escuri.
- **Por el sur:** Colinda con la Av. Circunvalación II anillo
- **Por el oeste:** Colinda con la Av. San Francisco de Borja - Urb. San Jorge II etapa.

8.2.4. Visuales

Las visuales que se pueden apreciar en el terreno de investigación son los puestos de venta hechos de carácter provisional, la vegetación seca y también las pampas sin ninguna intervención

Figura 39

Vista satelital del terreno de intervención



Nota: Dato propio del investigador (foto satelital Google earth).

Figura 40

Vista de los puestos de venta provisional



Nota: Dato propio del investigador (fotografía).

Figura 41

Vista del terreno



Nota: Dato propio del investigador (fotografía).

Figura 42

Vista del terreno



Nota: Dato propio del investigador (fotografía).

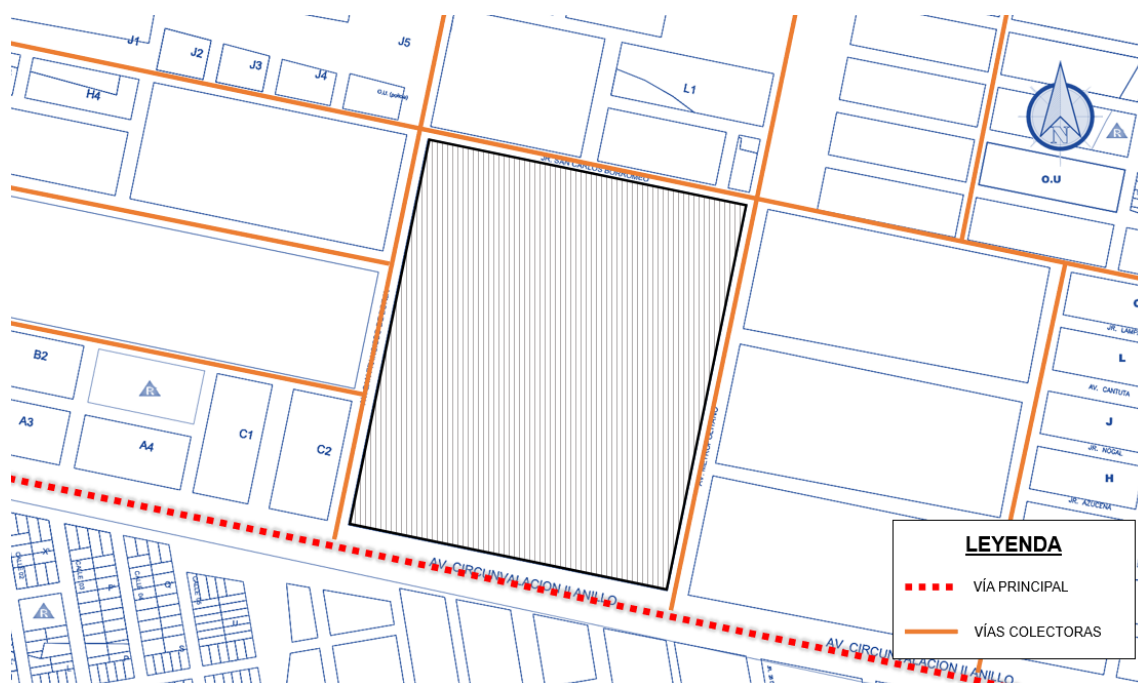
8.2.5. Accesibilidad

La accesibilidad al terreno de intervención se da por:

- **Acceso principal:** por el lado sur la vía principal la Av. Circunvalación II anillo
- **Accesos secundarios:** por medio de vías colectoras o vías terciarias se da por el norte con el Jr. San Carlos Borromeo, por el este con la Av. Metropolitano y por el oeste con la Av. San Francisco de Borja

Figura 43

Accesibilidades al terreno de intervención

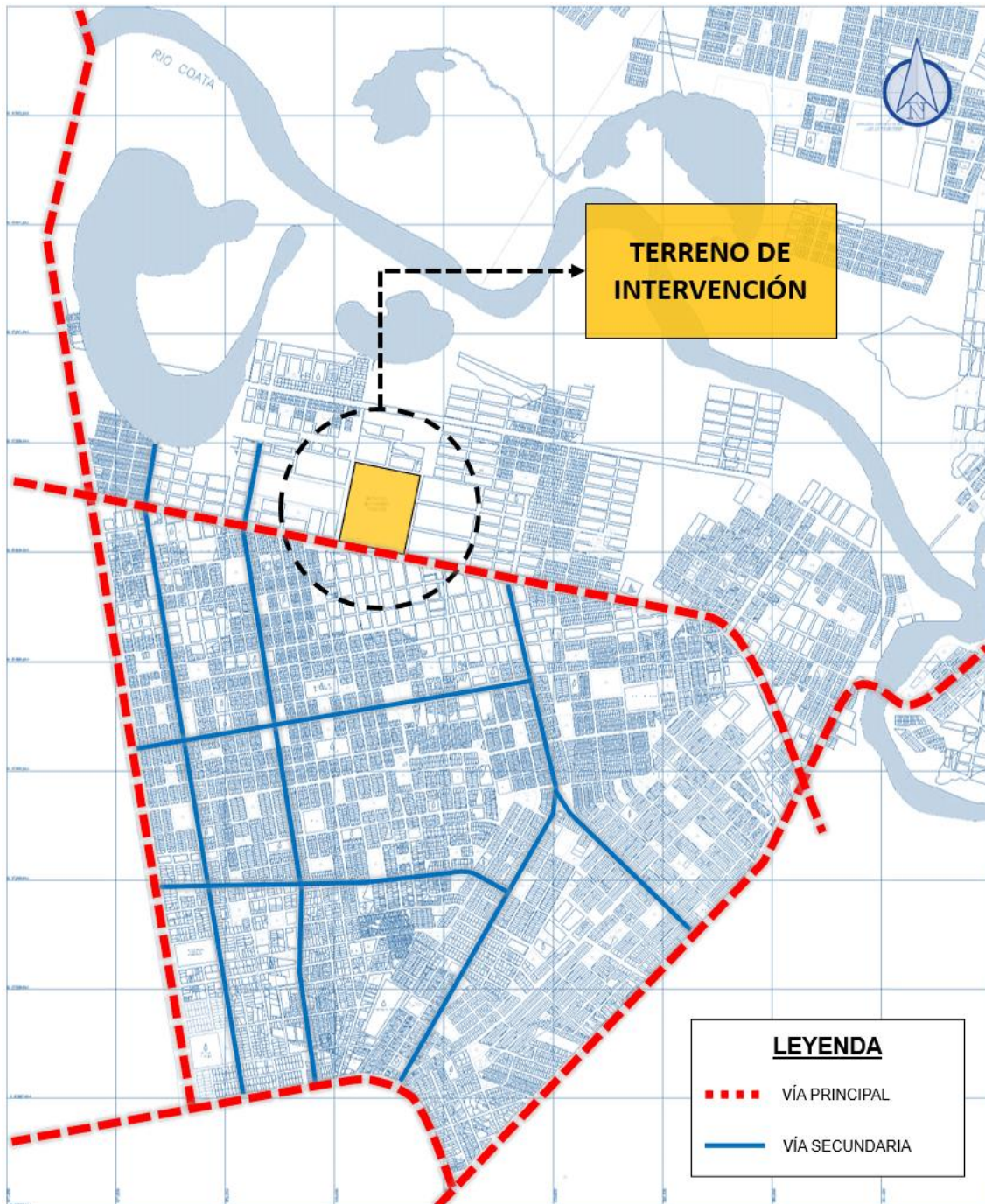


Nota: Dato propio del investigador.

8.2.6. Sistema vial

Figura 44

Sistema vial para la accesibilidad al terreno de intervención



Nota: Dato propio del investigador.



8.2.7. Transporte pesado y urbano

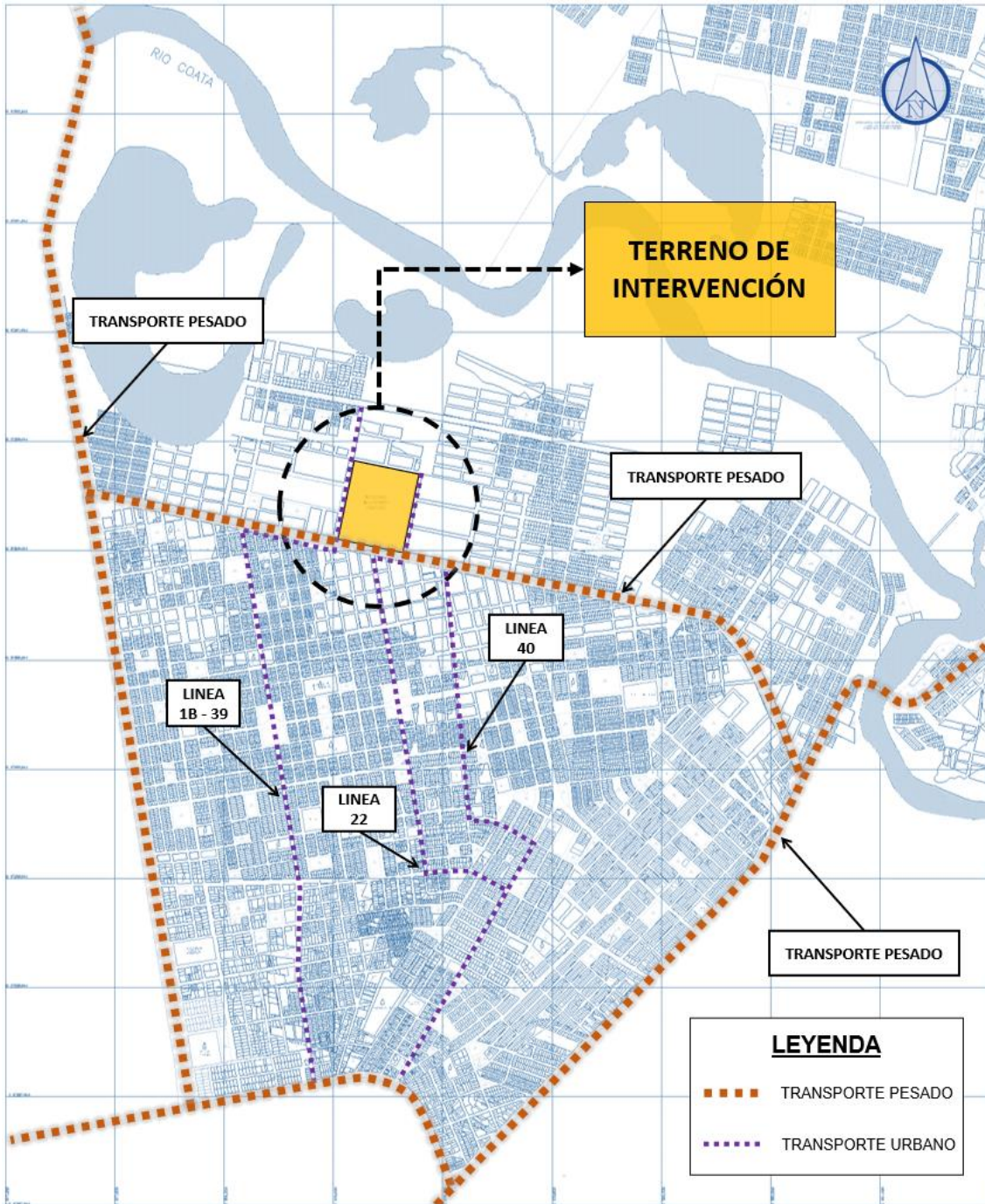
También se da la presencia de las siguientes empresas de transporte urbano que facilitan el acceso a terreno de intervención, dichas empresas son las siguientes:

- Empresa de transporte (Línea 1-B)
- Empresa de transporte Interoceánica (Línea 22)
- Empresa de transporte Travel Correcaminos (Línea 40)
- Empresa de transporte Nobleza (Línea 39)

El transporte pesado tiene acceso al terreno por medio de la Av. Circunvalación II anillo lo cual permite un acceso directo para el abastecimiento de productos

Figura 45

Sistema de transporte pesado y urbano



Nota: Dato propio del investigador.

8.2.8. Imagen urbana

El terreno de intervención es un sector urbano que se encuentra en una fase de crecimiento por su reciente creación y cambia su perspectiva de el "canto de la ciudad de Juliaca" a un sector joven que se encuentra en fase de crecimiento y tiene la oportunidad de proponer proyectos innovadores. Es intrigante que en el terreno no existen caminos pavimentados, las casas están a medio construir e incluso se representan casas de material rústico como el adobe, y no se aprecia los espacios públicos y áreas verdes por el entorno urbano.

8.2.8.1. Trama urbana

Figura 46

Trama urbana



Nota: Dato propio del investigador.

8.2.8.2. Llenos y vacíos

Figura 47

Plano de Llenos y vacíos



Nota: Dato propio del investigador.

8.2.8.3. Perfil urbano

El terreno de intervención está rodeado por un bajo perfil urbano por el lado norte, pero por el lado del sur, este y oeste se aprecia viviendas rústicas y de materia noble, como también viviendas taller y algunas viviendas comercio. La mayoría de estas viviendas son de 2 pisos y por lo general estos están contruidos de material noble.

Figura 48

Perfil de los sistemas edilicios



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 49

Entorno urbano



Nota: Dato propio del investigador.

CAPITULO IX: MARCO IDEAL - PROPUESTA

9.1. Conceptualización

El desarrollo de un Centro Comercial Ecológico para revolucionar y promover el crecimiento socioeconómico, San Miguel - Juliaca - 2022.

Es una propuesta que nace a partir de la necesidad de la ciudad y de la población, es absolutamente cierto que cuando una ciudad nace, merece crecer como lo es durante la vida de una persona. Un factor muy importante es el tema económico, porque si bien se sabe, los negocios hacen crecer tanto a la ciudad como a la población, porque los negocios son un factor que promueve el crecimiento.

El Proyecto Centro Comercial Ecológico planea ser un centro comercial completo que pueda ofrecer y brindar diversos productos tales como necesidades básicas y servicios auxiliares como la mayoría de los centros comerciales brindan.

Esta propuesta es una respuesta al desarrollo sostenible y la reestructuración. Pretende desarrollar el crecimiento socioeconómico del distrito de San Miguel - Juliaca. El propósito del proyecto es promover el desarrollo económico y ecológico del lugar.

Para el desarrollo de la propuesta se debe tener en cuenta los siguientes principios:

9.1.1. Diseño Arquitectónico:

Entre los aspectos que se toman en consideración en el diseño arquitectónico están: la creatividad, la organización, la funcionalidad de la edificación, el sistema constructivo, la factibilidad económico-financiera y muy importante, la arquitectura.

9.1.2. Contexto:

El terreno se encuentra ubicado en la segunda circunvalación del distrito de San Miguel - Juliaca en una zona urbana en el cual se encuentran el eje comercial que se reconoció según el análisis.

9.1.3. Accesibilidad:



La accesibilidad que se da principalmente por la AV. Circunvalación 2 (vía principal departamental). Cerca al río Qoriwata debido a que sus calles secundarias son calles sin nombre.

9.1.4. Condiciones climáticas:

Es necesario organizar los espacios del Centro Comercial Ecológico tomando en cuenta las condicionantes climáticas que tiene el distrito de San Miguel - Juliaca. Para poder tener un mejor aprovechamiento del entorno medio ambiental de iluminación y ventilación, aprovechar estos recursos naturales y así poder orientar el proyecto de una manera más funcional e integra al entorno medio ambiental.

Orientación solar: El equipamiento de Centro Comercial Ecológico debe tener una orientación en la que se pueda aprovechar la iluminación natural en la mayoría de los espacios, sobre todo en espacio que acumule mayor cantidad de personas.

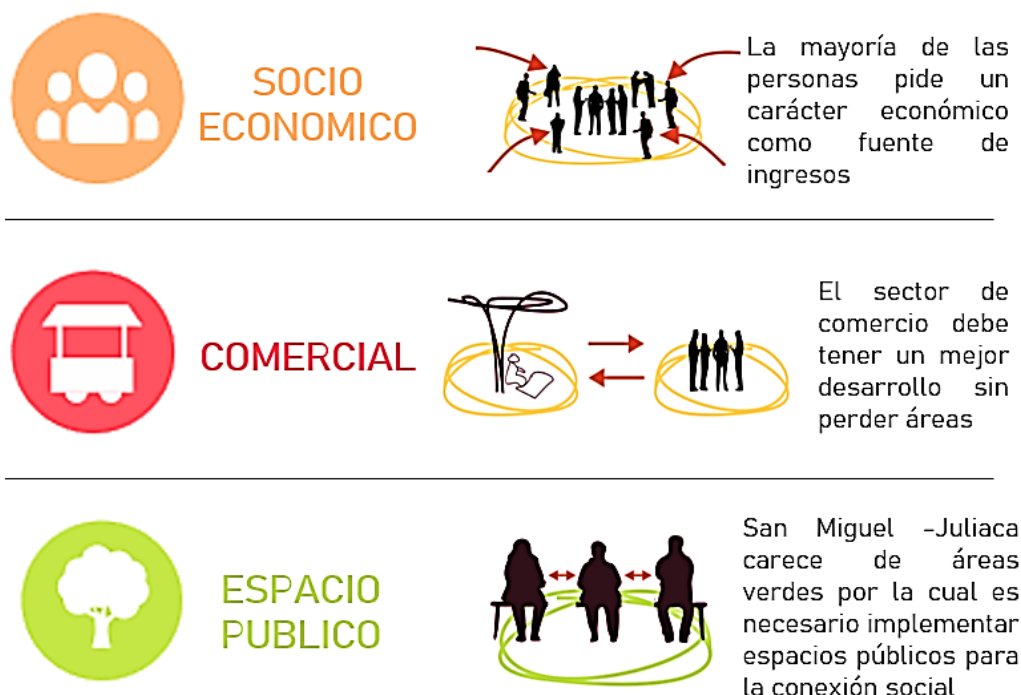
La orientación solar en el distrito de San Miguel – Juliaca tiene una trayectoria en donde los rayos del sol salen por el lado Este y se esconde por el lado Oeste.

9.1.5. Necesidades según el usuario:

Es necesario ubicar a los distintos tipos de usuarios que recurren a este equipamiento. Por ellos es necesario saber la actividad que realizarán en dicho establecimiento.

Figura 50

Necesidades según el usuario



Nota: Dato propio del investigador.

9.1.6. Intencionalidades del proyecto.

9.1.6.1. Intencionalidad urbana.

La intención urbanística es generar el crecimiento del distrito de San Miguel - Juliaca. El comercio es un factor de crecimiento. Es por esto que nació la idea de proponer un Centro Comercial Ecológico.

Siempre con el objetivo de proveer a la población de productos de primera necesidad y así estas personas no tengan que desplazarse largas distancias y por tanto ahorrar tiempo en lo que se necesita para trasladarse a un centro de abastecimiento.

9.1.6.2. Intencionalidad arquitectónica.

En el aspecto arquitectónico su busca integrar el proyecto acorde a la morfología del lugar y plasmar en ella un factor ecológico por la que se caracteriza el distrito de San

Miguel, con la intención de fusionar diversos factores ecológicos y morfológicos del lugar y convertirlo en diseño arquitectónico.

9.1.6.3. Intencionalidad personal.

La intencionalidad personal desde el punto de vista del investigador es integrar el proyecto para que forme parte de la ciudad en general, y que no parezca algo forzado a un espacio, el propósito es encontrar otras características que identifique al distrito de San Miguel - Juliaca en diferentes aspectos. Para plasmar y fusionar dichas características de la ciudad, así dicho equipamiento se integre al lugar.

9.1.6.4. Intencionalidad filosófica.

La filosofía de la arquitectura funcional es el principio de que cada proyecto de construcción debe diseñarse solo con el propósito de la funcionalidad. Este principio es menos evidente de lo que parece y es una fuente de confusión y conflicto dentro de la profesión, especialmente en relación con la arquitectura contemporánea.

9.2. Programación arquitectónica

9.2.1. Memoria descriptiva de las zonas

El proyecto de investigación que lleva por nombre "DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLOGICO PARA REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO SOCIOECONOMICO, SAN MIGUEL - JULIACA – 2022" es un proyecto que consta de 7 zonas

- **Zona Administrativa:** Esta área es para la gestión general de todas las actividades que se realicen en el interior de este proyecto comercial.
- **Zona Comercial:** Es el espacio donde se realizan actividades comerciales.
- **Zona de Entrenamiento:** Se trata de espacios exteriores e interiores con conceptos de libertad, diversión, ocio, salud y reflexión.
- **Zona de expendio de comidas y bebidas:** Es el espacio donde se realizan actividades de consumo alimenticio para satisfacer una necesidad.



- **Zona de Agencias Bancarias:** Su actividad principal es la prestación de todo tipo de servicios financieros relacionados con la gestión del dinero.
- **Zona de Servicios Generales:** Este espacio es responsable de la eficiencia de los servicios necesarios que requiere el equipamiento.
- **Zona de Espacio Público:** Es un derecho ciudadano porque democratiza la vida urbana. Los espacios públicos estimulan encuentros cívicos libres y espontáneos y permiten la interacción social.

9.2.2. Programación general

9.2.2.1. Programación cualitativa por zonas

Tabla 10

Programación cualitativa de la zona administrativa

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA ADMINISTRATIVA	DIRECCION	Gerencia	Oficina	Dirigir y gestionar
			Ss.hh	Necesidades fisiológicas
		Secretaria	Oficina	Atención al cliente
			Recepción	Reaccionar
		Sala de reuniones	Salón	Juntas y capacitaciones
	ADMINISTRACION	Marketing	Oficina	Manejo de estrategias publicitarias
		Archivos	Oficina	Organizar documentos
		Contabilidad	Oficina	Contabilizar ingresos y egresos
		Secretaria	Recepción	Recepcionar
			Oficina	Atención al cliente
	SERVICIOS	Ss.hh	Varones	Necesidades fisiológicas
			Mujeres	
		Guardianía	Cuarto de monitoreo	Resguardar y monitorear la seguridad
		Cuarto de limpieza	Almacén	Limpieza del lugar

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 11

Programación cualitativa de la zona comercial

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA COMERCIAL	TIENDA POR DEPARTAMENTO	Ripley / Oechsle	Recepción	Recepcionar
			Área de ventas	Venta de productos
			Administración	Dirigir y gestionar
			Área logística	Mantener en orden los productos
			Almacén	Almacenar los productos
			Área de preparación de productos	Separación y selección de productos
			Área de expendio o despacho	Control de salidas
			Áreas auxiliares	Devoluciones, embalajes o materiales obsoletos
	TIENDAS ANCLAS	Tiendas grandes	Área de exhibición	Venta y exhibición de productos
			Caja	
			Almacén	Almacenar mercancía
		Tiendas medianas	Área de exhibición	Venta y exhibición de productos
			Caja	
			Almacén	Almacenar mercancía
		Tiendas pequeñas	Área de exhibición	Venta y exhibición de productos
			Caja	
			Almacén	Almacenar mercancía

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 12

Programación cualitativa de la zona comercial

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA COMERCIAL	TIENDAS DE AUTOSERVICIO	Plaza vea	Recepción	Recepcionar
			Área de ventas	Venta de productos
			Administración	Dirigir y gestionar
			Área logística	Mantener en orden los productos
			Laboratorio bromatológico	Analizar los productos
			Cámaras frigoríficas	Preservación de los productos
			Almacén	Almacenar los productos
			Área de preparación de productos	Separación y selección de productos
			Área de expedición o despacho	Control de salidas
		áreas auxiliares	Devoluciones, embalajes o materiales obsoletos	
		Promart	Recepción	Recepcionar
			Área de ventas	Venta de productos
			Administración	Dirigir y gestionar
			Área logística	Mantener en orden los productos
			almacén	Almacenar los productos
			área de preparación de productos	Separación y selección de productos
área de expendio o despacho	Control de salidas			
áreas auxiliares	Devoluciones, embalajes o materiales obsoletos			

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 13

Programación cualitativa de la zona de expendio de comidas y bebidas

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA DE EXPENDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS	PUESTOS DE COMIDA RAPIDA	Cocina		Cocinar
		Lavado		Lavar
		Servicios ss.hh		Necesidades fisiológicas
		Despensa		Guardas productos
		Barra de atención		Atender
	PATIO	Escenario	Podio	Ofrecer espectáculo
		Patio de comida	Comedor social	Comer

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 14

Programación cualitativa de la zona de agencias bancarias

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA DE AGENCIAS BANCARIAS	LOCALES BANCARIOS Y DE INTERMEDIACION FINANCIERA	Agencias bancarias		Transacciones de dinero
		Gerencia		Dirección y ejecución de eventos bancarios
		Secretaria		Atención al cliente
		Ventanillas		Gestiones bancarias
		Bóveda		Seguridad del dinero
	Ss.hh generales	Hombres		Necesidades fisiológicas
		Mujeres		Necesidades fisiológicas
CAJEROS AUTOMATICOS			Retiro de dinero	

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 15

Programación cualitativa de la zona de entretenimiento

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA DE ENTRETENIMIENTO	LOCALES DE RECREACION Y ENTRETENIMIENTO	Cine	Foyer	Acoger al usuario
			Salas de cine	Ver películas
			Cabinas	Proyectar pelicular
			Boletería	Venta de entradas
			área de comidas	Venta de palomitas y gaseosa
			Administración	Comer
			Secretaria + sala de espera	Gestiona y supervisa
			Ss.hh	Necesidades fisiológicas
			Deposito	Almacén de utensilios
			Cuarto de servicio técnico	Mantener en buen estado el equipamiento
			Cuarto de servicio de limpieza	Limpieza e higiene del establecimiento
		Pack	Barra de atención	Atención al publico
			área de juegos mecánicos	Jugar
			área de juegos	Diversión para niños
			Administración	Gestiona y supervisa
			Cuarto de limpieza	Guardar utensilios de limpieza
			Almacén	Almacenas mobiliario de juegos

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 16

Programación cualitativa de la zona de servicios generales

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD	
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	ZONA DE SERVICIO AL CLIENTE	Locales de servicio personal	Peluquería	Cosmetología	
			Farmacias	Proveer medicamentos	
			Tópicos	Atención medica	
			Gimnasio	Salud y educación física	
		Locales de servicio de interconexión - líneas telefónicas	Secretaria	Recepción del cliente	
			Ventanillas	Gestiones de línea telefónica	
			almacén	Seguridad de equipos móviles	
			Cajeros	Pagos y retiros de móvil	
			Ss.hh.	Necesidades fisiológicas	
		Ss.hh generales	Hombres	Necesidades fisiológicas	
			Mujeres	Necesidades fisiológicas	
		ZONA DEL PERSONAL DE SERVICIO	Control de seguridad	Oficinas de guardianía	Seguridad del lugar
			Limpieza	Vestidor	Cambiarse
	Ss.hh.			Necesidades fisiológicas	
	Deposito			Guardar instrumentos de limpieza	
	Servicio técnico		Cuarto de servicio eléctrico y potable	Mantener en buen estado el equipamiento	
			Almacén de herramientas	Guarda las herramientas de trabajo técnico	
			Cuartos de máquinas y electrobombas	Alimentación eléctrica y abastecimiento de agua	
		Ss.hh.	Necesidades fisiológicas		

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 17

Programación cualitativa de la zona de espacio público

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	NECESIDAD
ZONA DE ESPACIO PÚBLICO	ESTACIONAMIENTO	Est. Carros		Estacionar vehículos de uso personal
		Est. Camiones		Estacionar vehículos de carga pesada
		Est. Bicicletas		Estacionar vehículos ligeros
		Est. Motos		Estacionar vehículos de uso personal
		Patio de maniobras		Maniobras de llegada de vehículos
	PLAZOLETA	Plazas		Caminar y estancia
		Anfiteatros		Actividades artísticas

Nota: Dato propio del investigador.

9.2.2.2. Programación cuantitativa por zonas



Tabla 18

Programación cuantitativa de la zona administrativa

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2		AREA DEL ESPACIO	AREA SUB ZONA
							DIMENSION	PARCIAL		
ZONA ADMINISTRATIVA	DIRECCION	Gerencia	Oficina	2	1	9.5	9.5	19.0	21.4	136.9
			Ss.hh		1	1L,1I	1.2	2.4		
		Secretaria	Oficina	1	1	9.5	9.5	9.5	15.5	
			Recepción		3	2.0	6.0	6.0		
		Sala de reuniones	Salón	2	20	2.5	50.0	100.0	100.0	
	ADMINISTRACION	Marketing	Oficina	1	3	9.5	28.5	28.5	28.5	81.0
		Archivos	Oficina	1	3	9.5	28.5	28.5	28.5	
		Contabilidad	Oficina	1	1	9.5	9.5	9.5	9.5	
		Secretaria	Recepción	1	2	2.5	5.0	5.0	14.5	
			Oficina		1	9.5	9.5	9.5		
	SERVICIOS	Ss.hh	Varones	1	5	1L,1U,1I	6.0	6.0	12.0	37.0
			Mujeres		5	1L,1I	6.0	6.0		
		Guardianía	Cuarto de monitoreo	1	5	3.0	15.0	15.0	15.0	
		Cuarto de limpieza	Almacén	1	4	2.5	10.0	10.0	10.0	

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 19

Programación cuantitativa de la zona comercial

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2		AREA DEL ESPACIO	AREA SUB ZONA	
							DIMENSION	PARCIAL			
ZONA COMERCIAL	TIENDA POR DEPARTAMENTO	Ripley / oechsle	Recepción	1	100	3.0	300.0	300.0	1307.0	1307.0	
			Área de ventas		100	3.0	300.0	300.0			
			Administración		4	9.5	38.0	38.0			
			Área logística		2	9.5	19.0	19.0			
			Almacén		10	40.0	400.0	400.0			
			Área de preparación de productos		10	10.0	100.0	100.0			
			Área de expendio o despacho		10	10.0	100.0	100.0			
			Áreas auxiliares		5	10.0	50.0	50.0			
	TIENDAS ANCLAS	Tiendas grandes	Área de exhibición	20	100	3.0	300.0	6000.0	6650.0	15000.0	
					Caja	3	2.5	7.5			150.0
					Almacén	5	5.0	25.0			500.0
		Tiendas medianas	Área de exhibición	30	50	3.0	150.0	4500.0			
					Caja	2	2.5	5.0	150.0		
					Almacén	4	5.0	20.0	600.0		
		Tiendas pequeñas	Área de exhibición	40	20	3.0	60.0	2400.0			
					Caja	1	2.5	2.5	100.0		
					Almacén	3	5.0	15.0	600.0		

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 20

Programación cuantitativa de la zona comercial

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2		AREA DEL ESPACIO	AREA SUB-ZONA
							DIMENSION	PARCIAL		
ZONA COMERCIAL	TIENDAS DE AUTOSERVICIO	Plaza vea	Recepción	1	300	3.0	900.0	900.0	3444.0	5959.0
			Área de ventas		300	3.0	900.0	900.0		
			Administración		5	9.8	49.0	49.0		
			Área logística		5	9.5	47.5	47.5		
			Laboratorio bromatológico		5	9.5	47.5	47.5		
			Cámaras frigoríficas		5	40.0	200.0	200.0		
			Almacén		20	40.0	800.0	800.0		
			Área de preparación de productos		20	10.0	200.0	200.0		
			Área de expedición o despacho		20	10.0	200.0	200.0		
			áreas auxiliares		10	10.0	100.0	100.0		
		Promart	Recepción	1	200	3.0	600.0	600.0	2515.0	
			Área de ventas		40	3.0	120.0	120.0		
			Administración		5	9.5	47.5	47.5		
			Área logística		5	9.5	47.5	47.5		
			almacén		30	40.0	1200.0	1200.0		
			área de preparación de productos		20	10.0	200.0	200.0		
			área de expendio o despacho		20	10.0	200.0	200.0		
			áreas auxiliares		10	10.0	100.0	100.0		

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 21

Programación cuantitativa de las zonas de expendio de comidas y agencias bancarias

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2		AREA DEL ESPACIO	AREA SUB-ZONA	
							DIMENSION	PARCIAL			
ZONA DE EXPEDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS	PUESTOS DE COMIDA RAPIDA	Cocina		10	2	9.3	18.6	186.0	186.0	781.0	
		Lavado			1	2.5	2.5	25.0	25.0		
		Servicios ss.hh			1	1L, 1U, 1I	12.0	120.0	120.0		
		Dispensa			1	40.0	40.0	400.0	400.0		
		Barra de atención			1	5.0	5.0	50.0	50.0		
	PATIO	Escenario	Podio	2	20	2.5	50.0	100.0	100.0	3100.0	
		Patio de comida	Comedor social		1000	1.5	1500.0	3000.0	3000.0		
ZONA DE AGENCIAS BANCARIAS	LOCALES BANCARIOS Y DE INTERMEDIACION FINANCIERA	Agencias bancarias		5	2	5.0	10.0	50.0	50.0	842.5	
		Gerencia			1	9.5	9.5	47.5	47.5		
		Secretaria			1	9.5	9.5	47.5	47.5		
		Ventanillas			5	9.5	47.5	237.5	237.5		
		Bóveda			2	40.0	80.0	400.0	400.0		
		Ss.hh generales	Hombres			5	1L,1U,1I	6.0	30.0		60.0
			Mujeres			5	1L,1I	6.0	30.0		
	CAJEROS AUTOMATICOS				14	1.5	21.0	105.0	105.0	105.0	

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 22

Programación cuantitativa de la zona de entretenimiento

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2		AREA DEL ESPACIO	AREA SUB ZONA
							DIMENSION	PARCIAL		
ZONA DE ENTRETENIMIENTO	LOCALES DE RECREACION Y ENTRETENIMIENTO	Cine	Foyer	7	10	1.5	15.0	105.0	3119.0	3119.0
			Salas de cine		100	1.5	150.0	1050.0		
			Cabinas		2	5.0	10.0	70.0		
			Boletería		5	2.5	12.5	87.5		
			área de comidas		3	9.5	28.5	28.5		
			Administración		1	9.5	9.5	66.5		
			Secretaria + sala de espera		1	9.5	9.5	66.5		
			Ss.hh		50	1L, 1U, 1I / 1L, 1L	60.0	420.0		
			Deposito		5	30.0	150.0	1050.0		
			Cuarto de servicio técnico		5	2.5	12.5	87.5		
			Cuarto de servicio de limpieza		5	2.5	12.5	87.5		
		Pack	Barra de atención	1	3	5.0	15.0	15.0	209.5	209.5
			área de juegos mecánicos		30	2.5	75.0	75.0		
			área de juegos		25	2.5	62.5	62.5		
			Administración		1	9.5	9.5	9.5		
			Cuarto de limpieza		3	2.5	7.5	7.5		
			Almacén		1	40.0	40.0	40.0		

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 23

Programación cuantitativa de la zona de servicios generales

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	SUB-ESPACIO	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2		AREA DEL ESPACIO	AREA SUB-ZONA
							DIMENSION	PARCIAL		
ZONA DE SERVICIOS GENERALES	ZONA DE SERVICIO AL CLIENTE	Locales de servicio personal	Peluquería	2	5	8.0	40.0	80.0	1025.6	2346.8
			Farmacias		5	6.0	30.0	60.0		
			Tópicos		5	20.0	2.4	4.8		
			Gimnasio		40	4.6	184.0	368.0		
		Locales de servicio de interconexión - líneas telefónicas	Secretaría	3	1	9.5	9.5	28.5	498.0	
			Ventanillas		10	9.5	95.0	285.0		
			almacén		1	40.0	40.0	120.0		
			Cajeros		2	9.5	19.0	57.0		
			Ss.hh.		1	2.5	2.5	7.5		
		Ss.hh generales	Hombres	7	1	1L, 1U, 1I	8.4	58.8	823.2	
	Mujeres		1		1L, 1I	8.4	58.8			
	ZONA DEL PERSONAL DE SERVICIO	Control de seguridad	Oficinas de guardianía	7	1	1.5	1.5	10.5	10.5	2533.4
			Limpieza	Vestidor	7	1	2.5	2.5	17.5	
		Ss.hh.		1		1L, 1U, 1I	8.4	58.8		
		Deposito		1		20.0	20.0	140.0		
		Servicio técnico	Cuarto de servicio eléctrico y potable	7	4	2.5	10.0	70.0	1008.8	
Almacén de herramientas			1		40.0	40.0	40.0			
Cuartos de máquinas y electrobombas			4		30.0	120.0	840.0			
Ss.hh.			1		1L, 1I	8.4	58.8			

Nota: Dato propio del investigador.

Tabla 24

Programación cuantitativa de la zona de espacios públicos

ZONA	SUB - ZONA	ESPACIOS	CANTIDAD DE ESPACIOS	AFORO - N°	AREA DE PERSONA / RNE	AREA m2	AREA DEL ESPACIO	AREA SUB-ZONA	
						PARCIAL			
ZONA DE ESPACIO PUBLICO	ESTACIONAMIENTO	Est. Carros	2	LIBRE	(1 ESTACIONAMIENTO POR CADA 15 PERSONAS) PERSONAL	AREA PARCIAL DE ESTACIONAMIENTO = 19m2	9658.3	9658.3	
		Est. Camiones		LIBRE					23
		Est. Bicicletas		LIBRE					
		Est. Motos		LIBRE	(1 ESTACIONAMIENTO POR CADA 20 PERSONAS) PUBLICO				
		Patio de maniobras		LIBRE					485
	PLAZO LETAS	Plazas	7	LIBRE	30% PARA EL AREA LIBRE				31500.0
		Anfiteatros		LIBRE	30% PARA EL AREA LIBRE				

Nota: Dato propio del investigador.

9.2.2.3. Resumen de áreas del terreno de investigación

Tabla 25

Resumen de áreas de programación

SUMATORIA DEL AREA TOTAL DE LA PROGRAMACION	35558.1
30 % DE MUROS SEGÚN EL RNE	10667.4
AREA TOTAL CONSTRUIDA (AREA DE LA PROGRAMACION + 30% DE AREAS DE MUROS)	46225.5
30% DE AREA LIBRE PARA EL AREA VERDE	31500.0
AREA TOTAL (AREA TOTAL CONSTRUIDA + 30% DE AREA LIBRE)	77725.5
AREA TOTAL DEL TERRENO ORIGINAL 105.000.00 : CENTRO COMERCIAL	105000.0

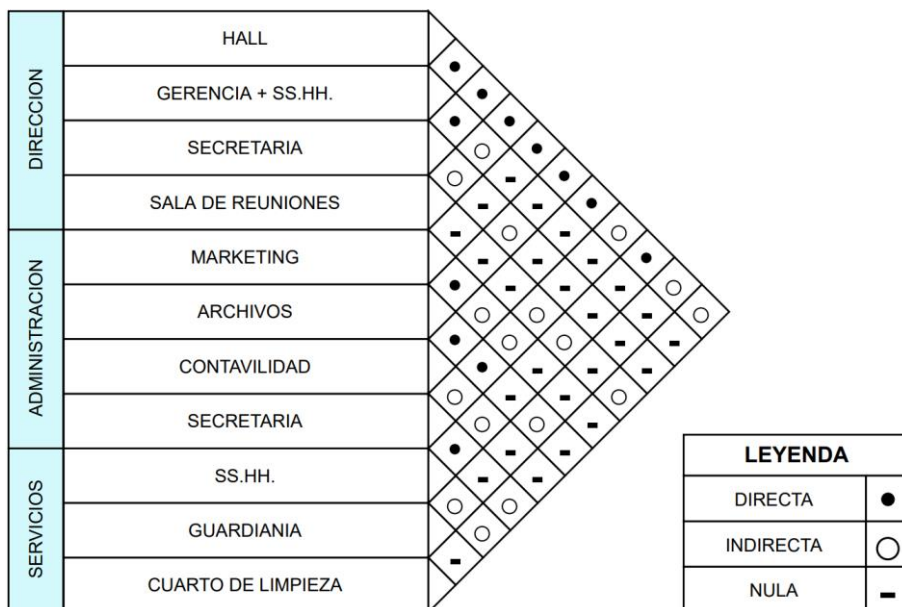
Nota: Dato propio del investigador.

9.3. Flujogramas y diagramas de relaciones espaciales

9.3.1. Flujogramas y diagramas de relaciones espaciales por zonas

Figura 51

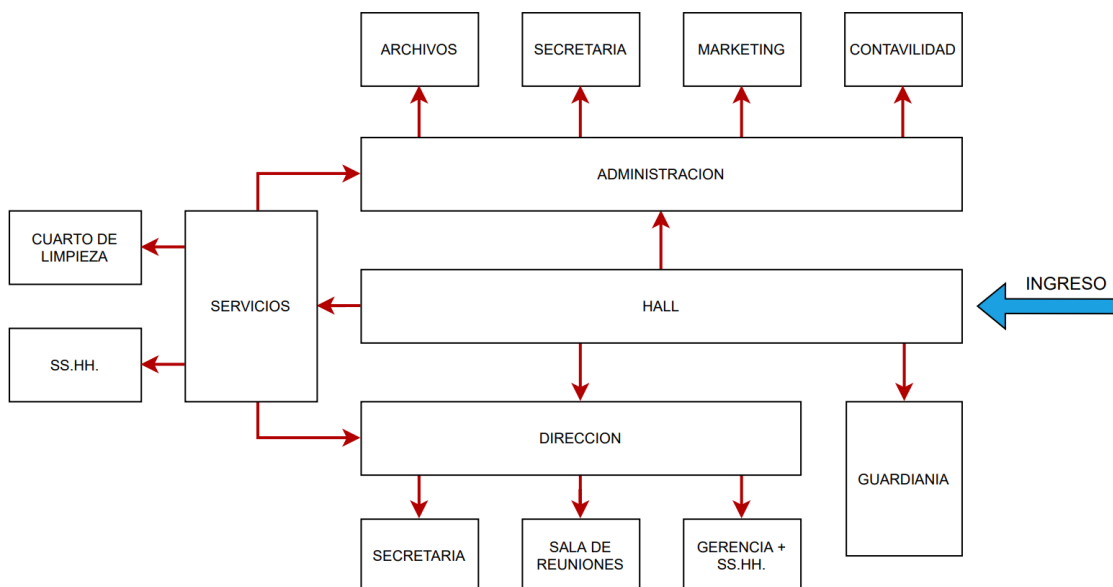
Diagrama de relaciones de la zona administrativa



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 52

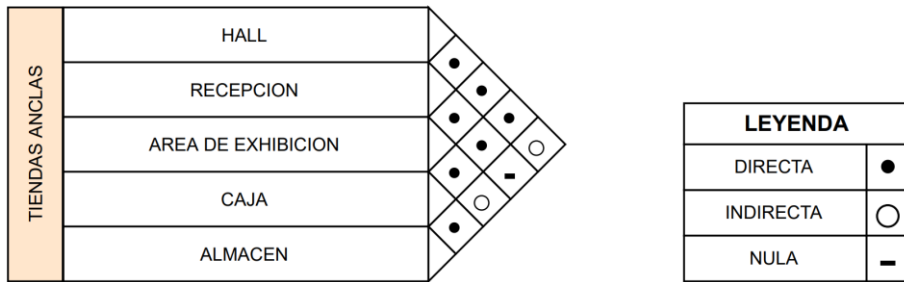
Organigrama de la zona administrativa



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 55

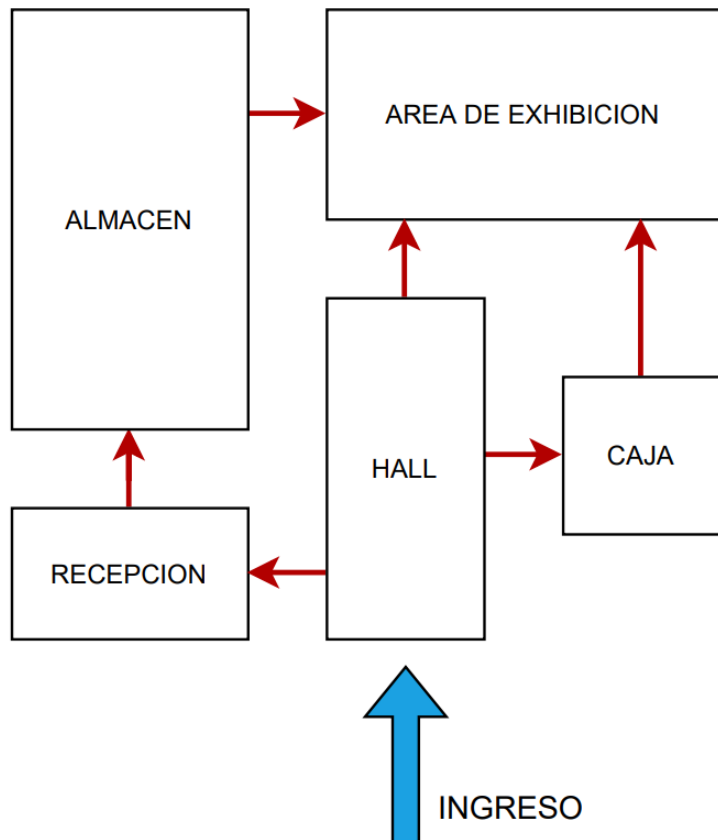
Diagrama de relaciones de la zona comercial (Tiendas anclas)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 56

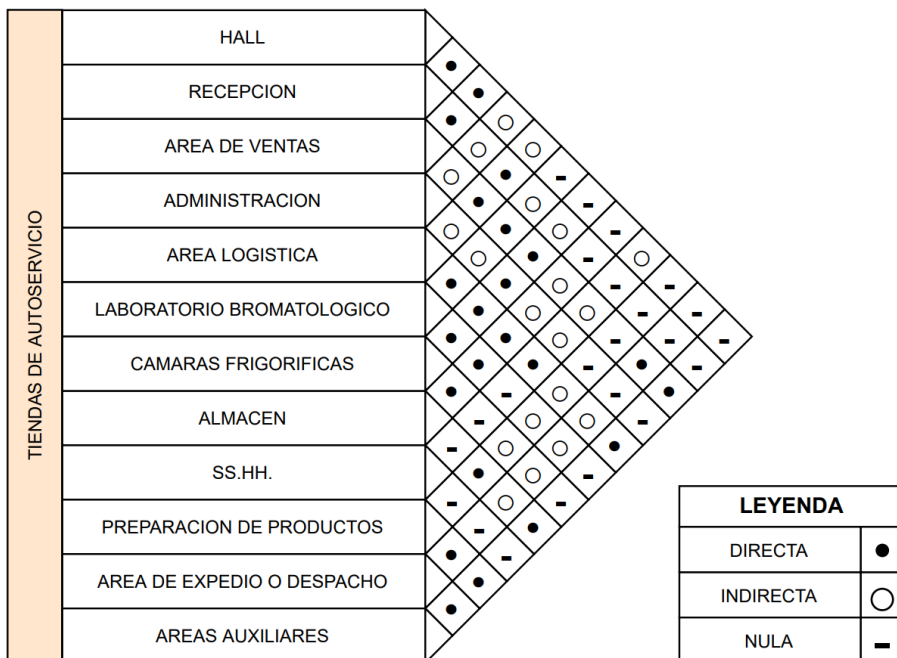
Organigrama de la zona comercial (Tiendas anclas)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 57

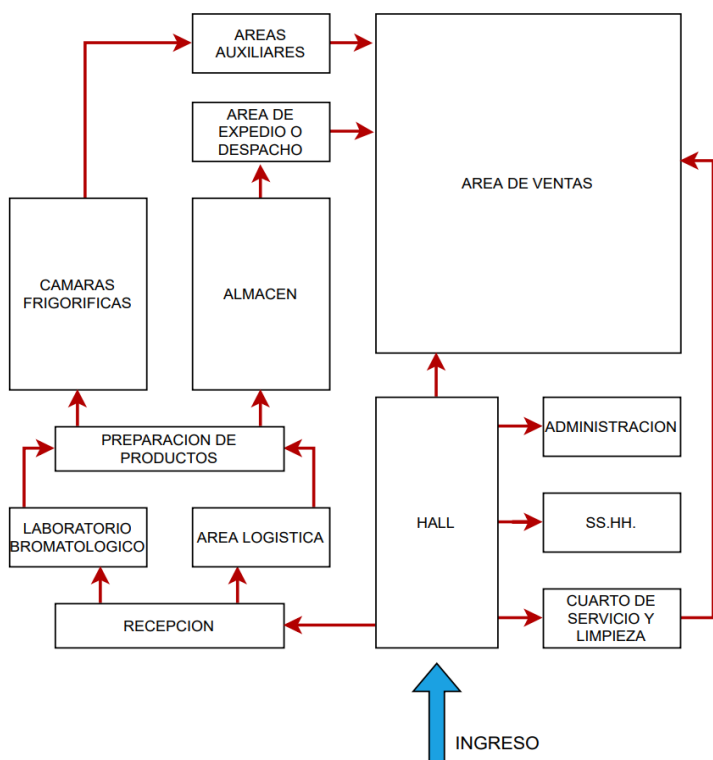
Diagrama de relaciones de la zona comercial (Tiendas de autoservicio)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 58

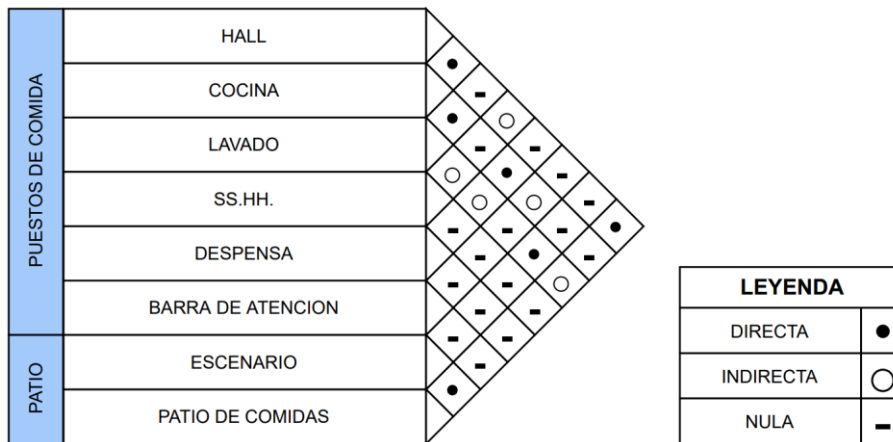
Organigrama de la zona comercial (Tiendas de autoservicio)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 59

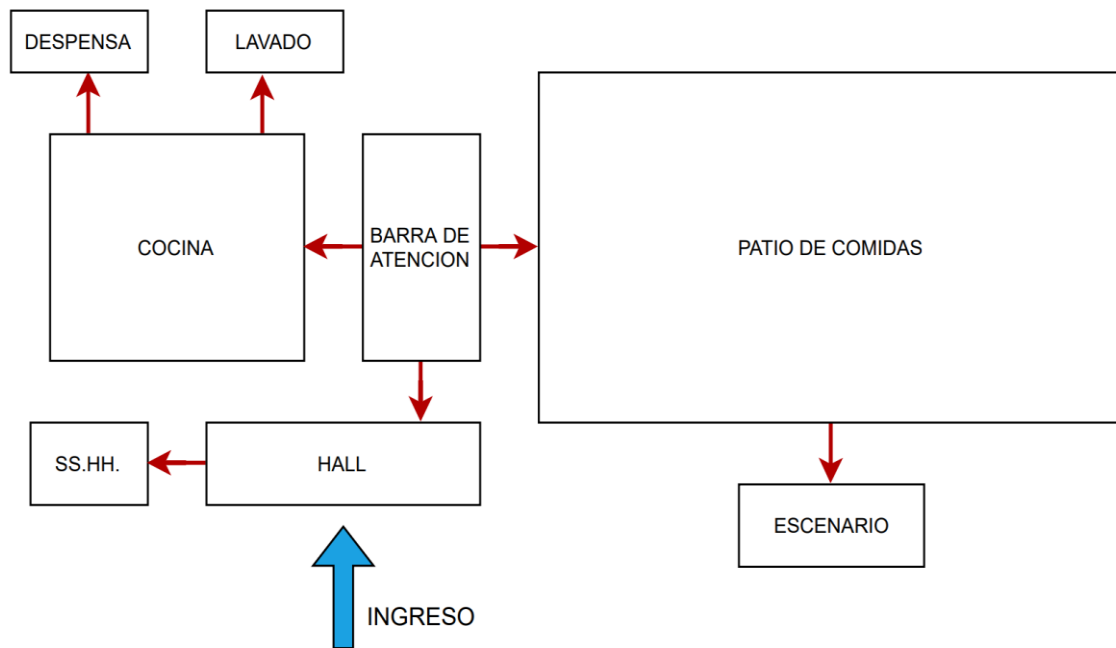
Diagrama de relaciones de la zona de expendio de comidas y bebidas



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 60

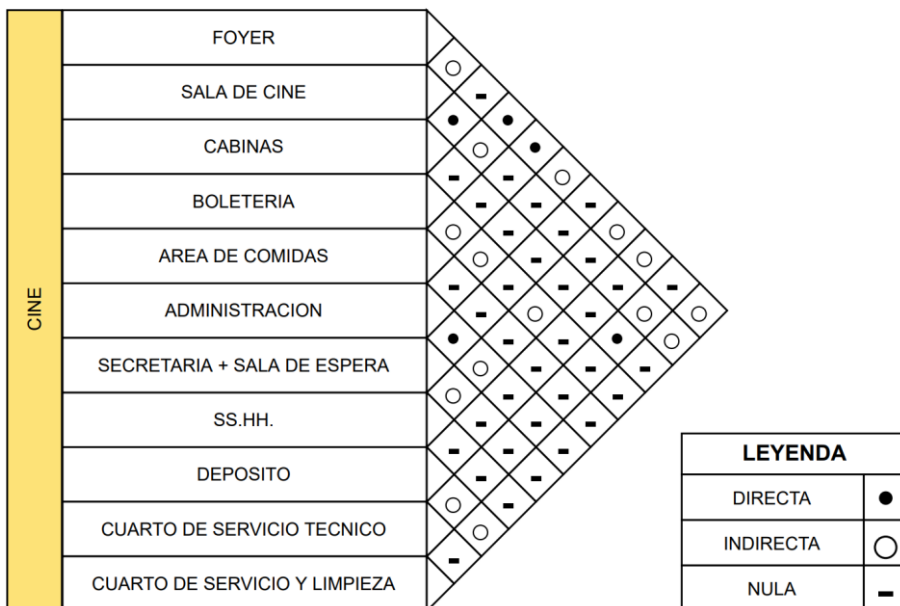
Organigrama de la zona de expendio de comidas y bebidas



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 61

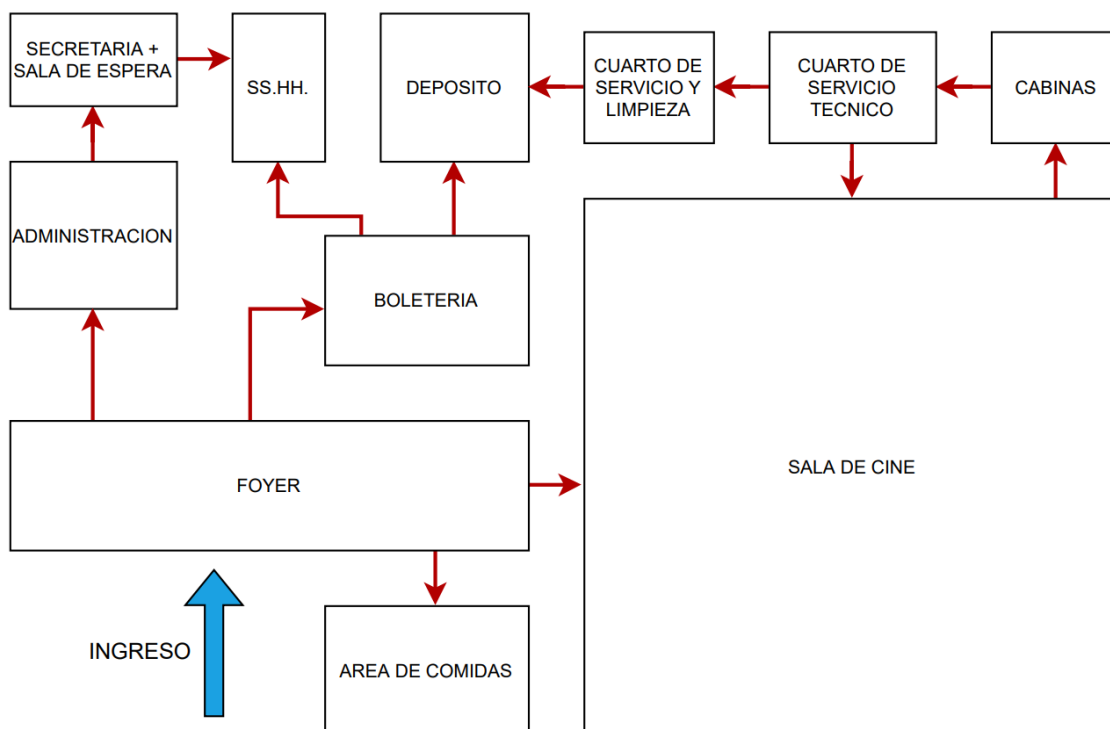
Diagrama de relaciones de la zona de entretenimiento (cine)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 62

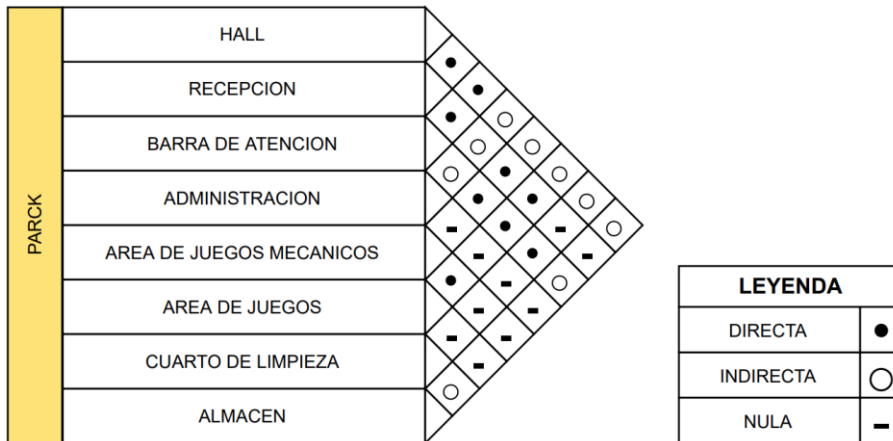
Organigrama de la zona de entretenimiento (cine)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 63

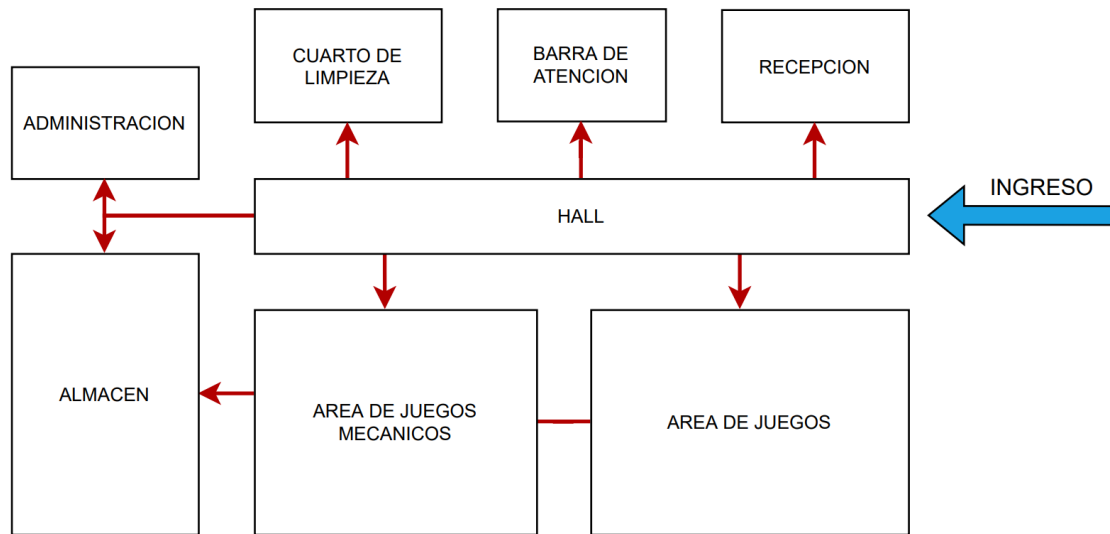
Diagrama de relaciones de la zona de entretenimiento (parck)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 64

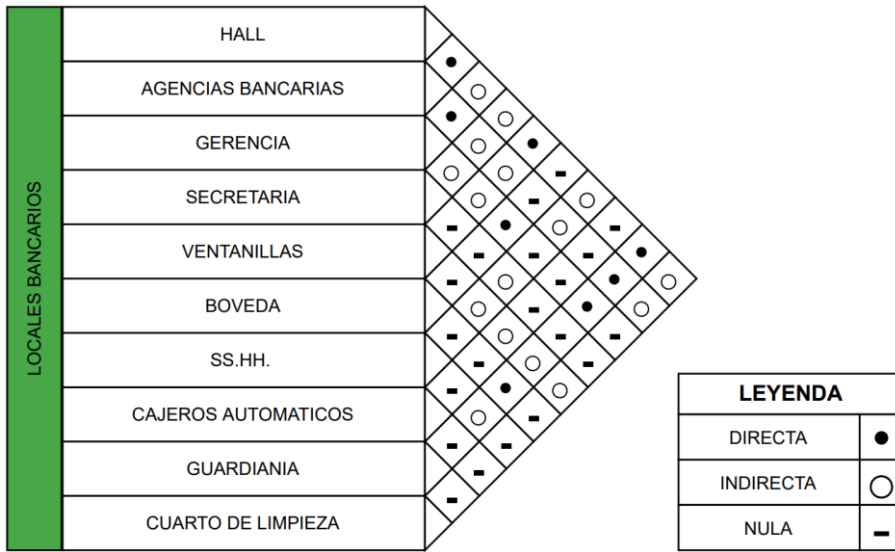
Organigrama de la zona de entretenimiento (parck)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 65

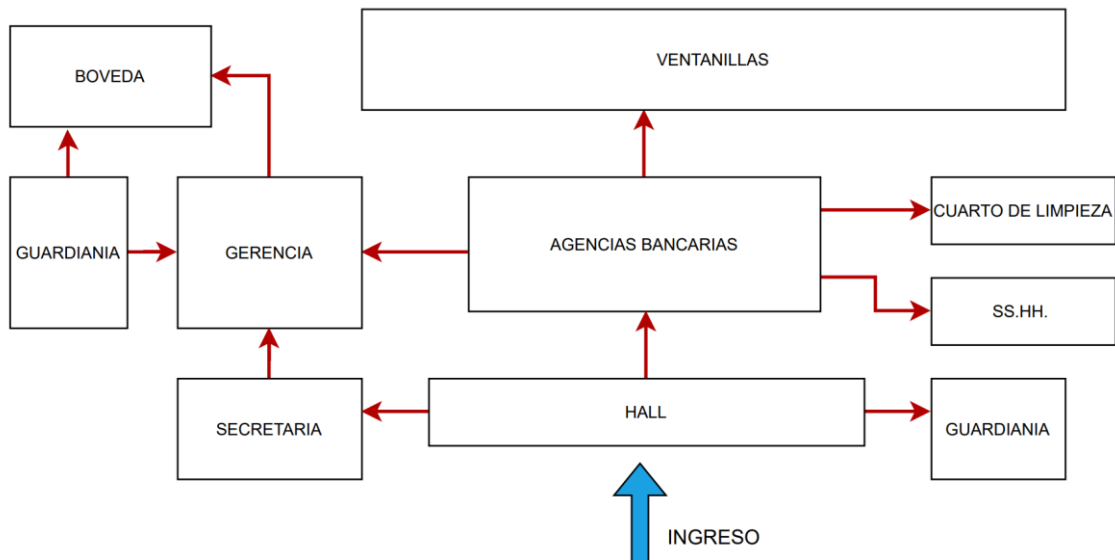
Diagrama de relaciones de la zona de agentes bancarios



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 66

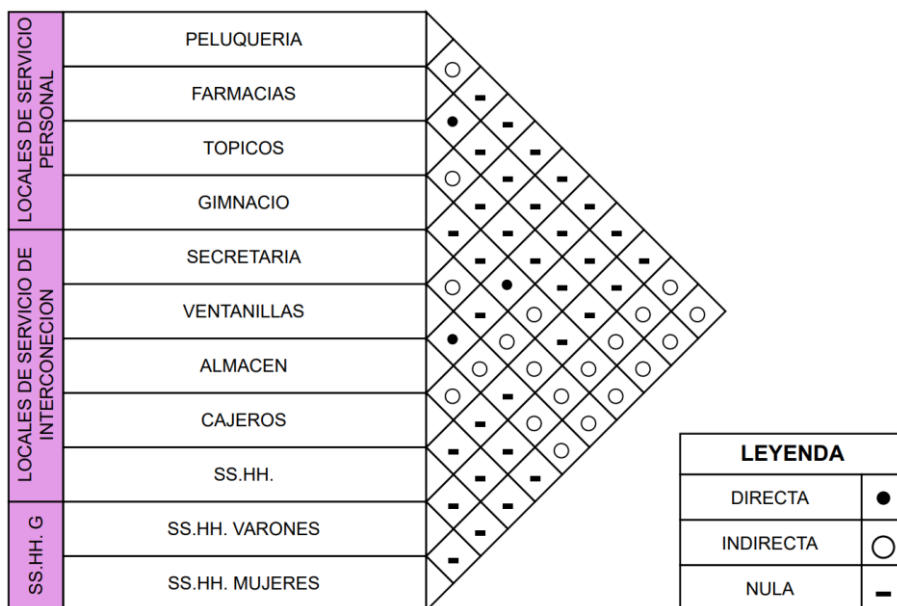
Organigrama de la zona agentes bancarios



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 67

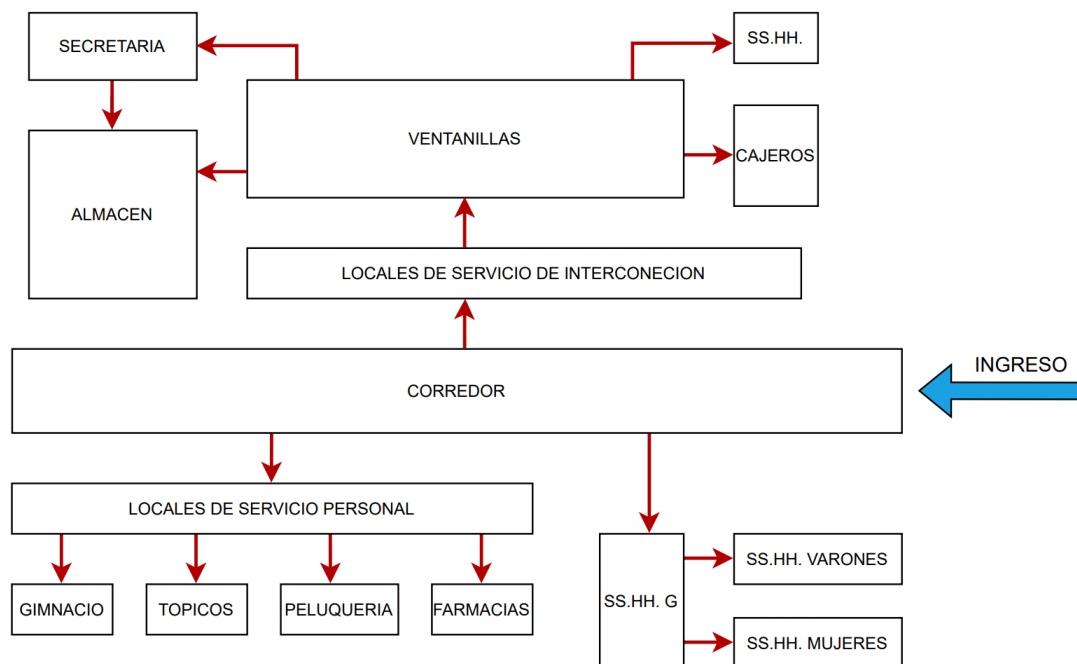
Diagrama de relaciones de la zona de servicios generales (servicio al cliente)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 68

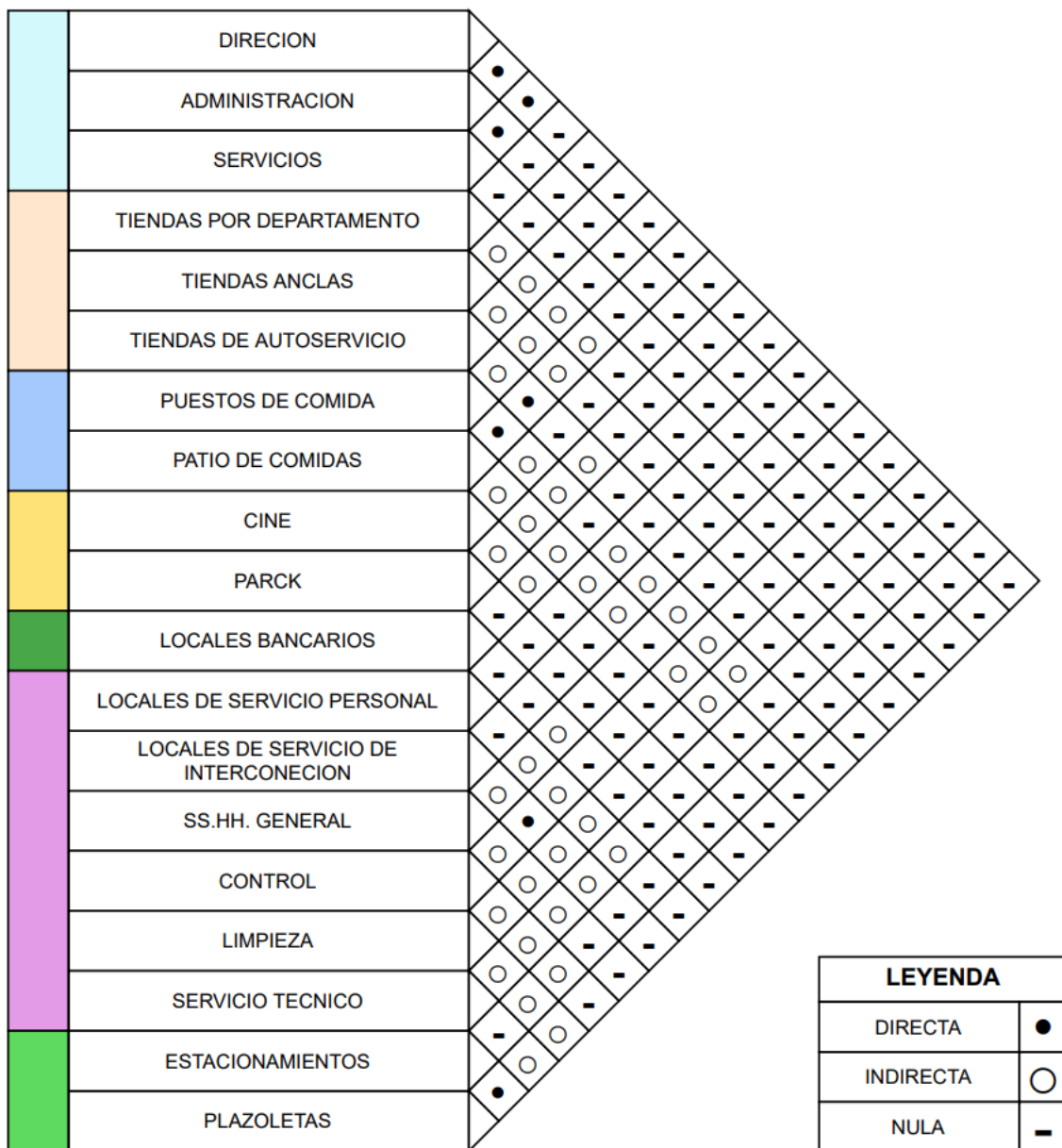
Organigrama de la zona servicios generales (servicio al cliente)



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 71

Diagrama de relaciones general del Centro comercial



Nota: Dato propio del investigador.

9.4. Desarrollo del partido arquitectónico

En esta etapa de la investigación, necesitamos un concepto arquitectónico como punto de partida, que tenga en cuenta los objetivos e intenciones del proyecto. el partido arquitectónico es la primera propuesta de la idea de arquitectura. Es la intención inicial del proyecto, donde se muestra por primera vez la idea del arquitecto sobre el problema a resolver.

9.4.1. Concepto arquitectónico

El concepto de la propuesta arquitectónica está basado en el “**concepto de la Analogía con la naturaleza**”, que estudia las formas orgánicas y también las ideas intangibles. El punto de inicio se da a partir de la abstracción de un factor natural que es la simbolización del “**VIENTO**” que es un factor climático muy recurrente en ámbito de estudio.

Figura 72

Simbolización del concepto del viento



Nota: Dato de iStock by Getty Images

Figura 73

Factores de la elaboración conceptual



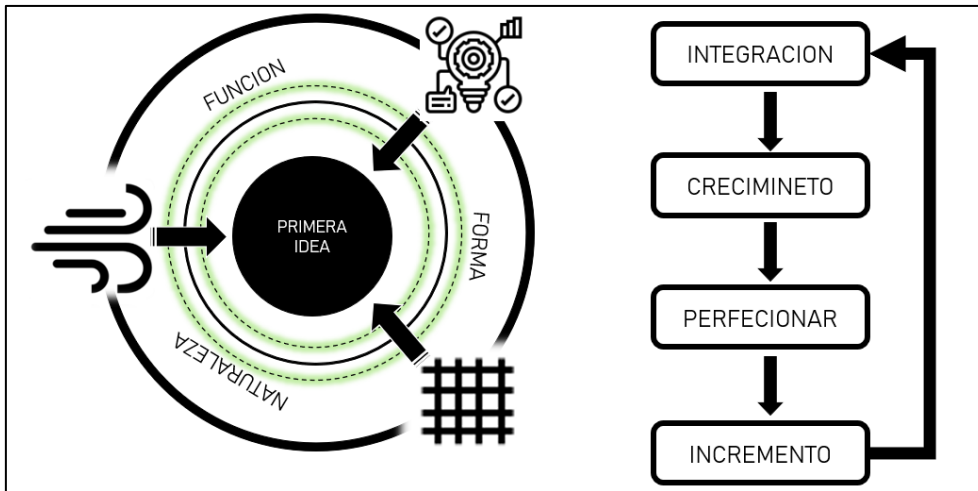
Nota: Dato propio del investigador.

9.4.2. Abstracción del concepto

Considerando el entorno morfológico del área de estudio con una trama perpendicular y combinando el concepto arquitectónico con el entorno morfológico del sitio para que no se descontextualice.

Figura 74

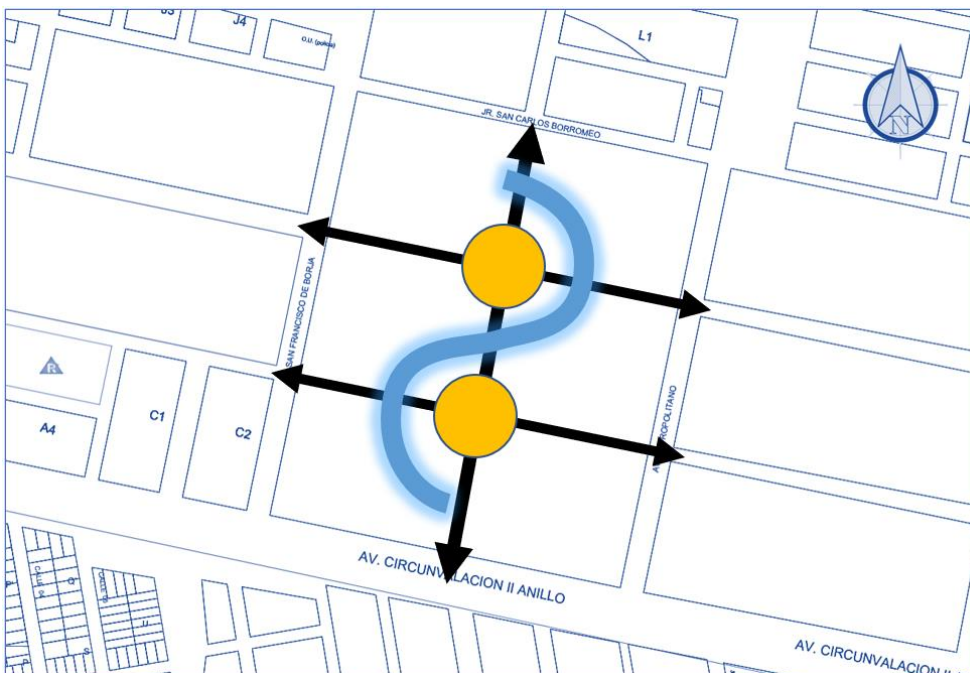
Esquema conceptual



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 75

Abstracción conceptual



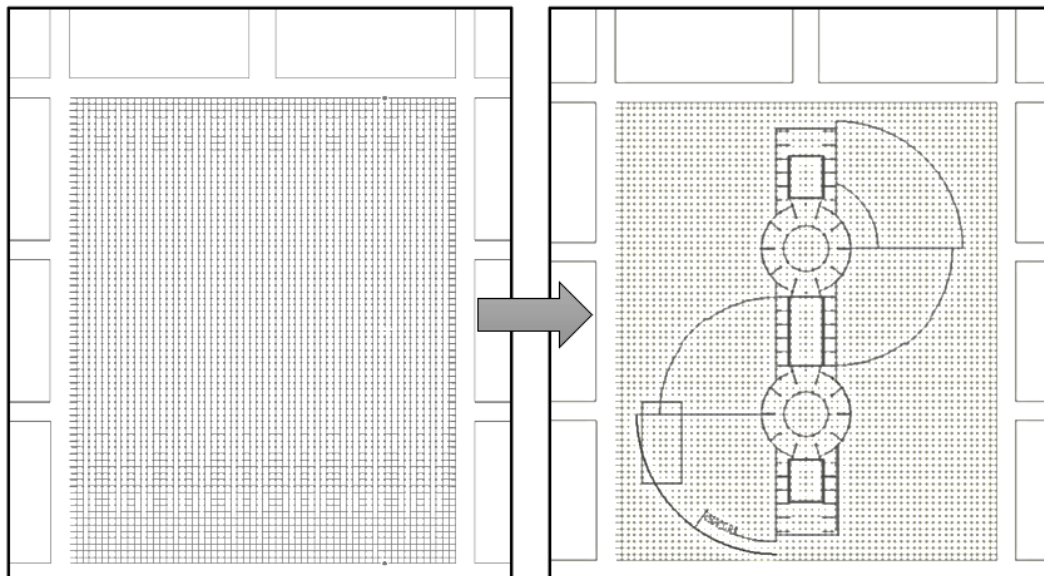
Nota: Dato propio del investigador.

9.4.3. Geometrización del partido arquitectónico

La geometría de proyecto inicia con un entramado el terreno como punto de partida para luego generar los ejes principales que son paralelos a las calles del entorno urbano, generando así dos nodos principales de interacción y conectados por medio de un volumen rectangular

Figura 76

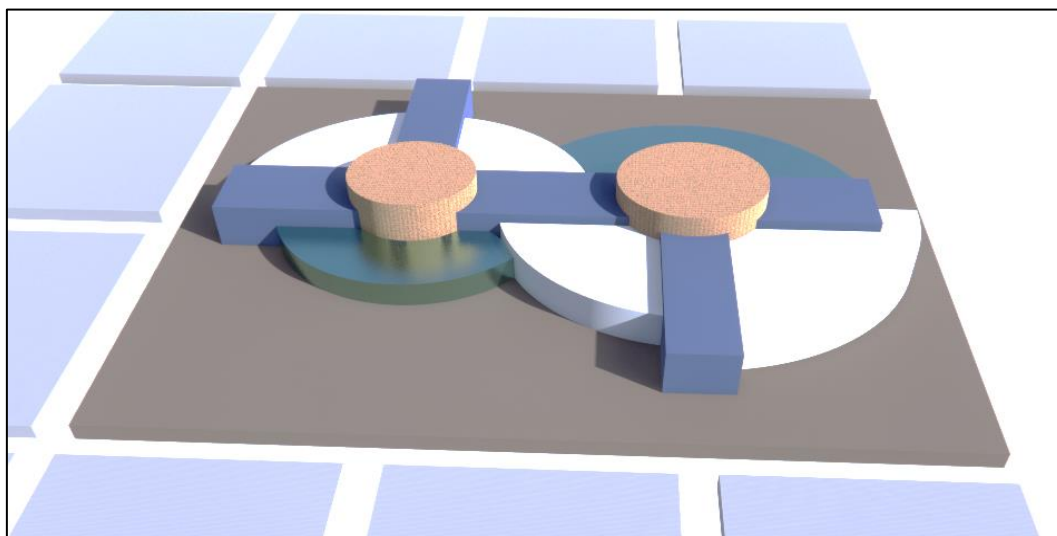
Geometría conceptual



Nota: Dato propio del investigador.

Figura 77

Geometría volumétrica



Nota: Dato propio del investigador.

9.4.4. Técnicas de diseño

Primero, para contextualizar las ideas principales, consideramos un análisis morfológico del área de estudio, utilizando como punto de partida un concepto arquitectónico que representa las representaciones del viento y la trama urbana del área de estudio.

Para el desarrollo de la volumetría se tendrá en cuenta el concepto arquitectónico (VIENTO), la morfología del lugar (trama ortogonal) y las distintas zonas que se plantea en la programación arquitectónica, para seleccionar cada espacio y distribuirlo adecuadamente a las necesidades de los usuarios en general

La accesibilidad peatonal al equipamiento es un factor principal para todo el equipamiento por ello se generarán accesos verticales como lo son los ascensores, y la accesibilidad horizontal que se da por medio de rampas y escaleras mecánicas para mejor comodidad, estos factores de emplazamiento están presentes en todo el equipamiento

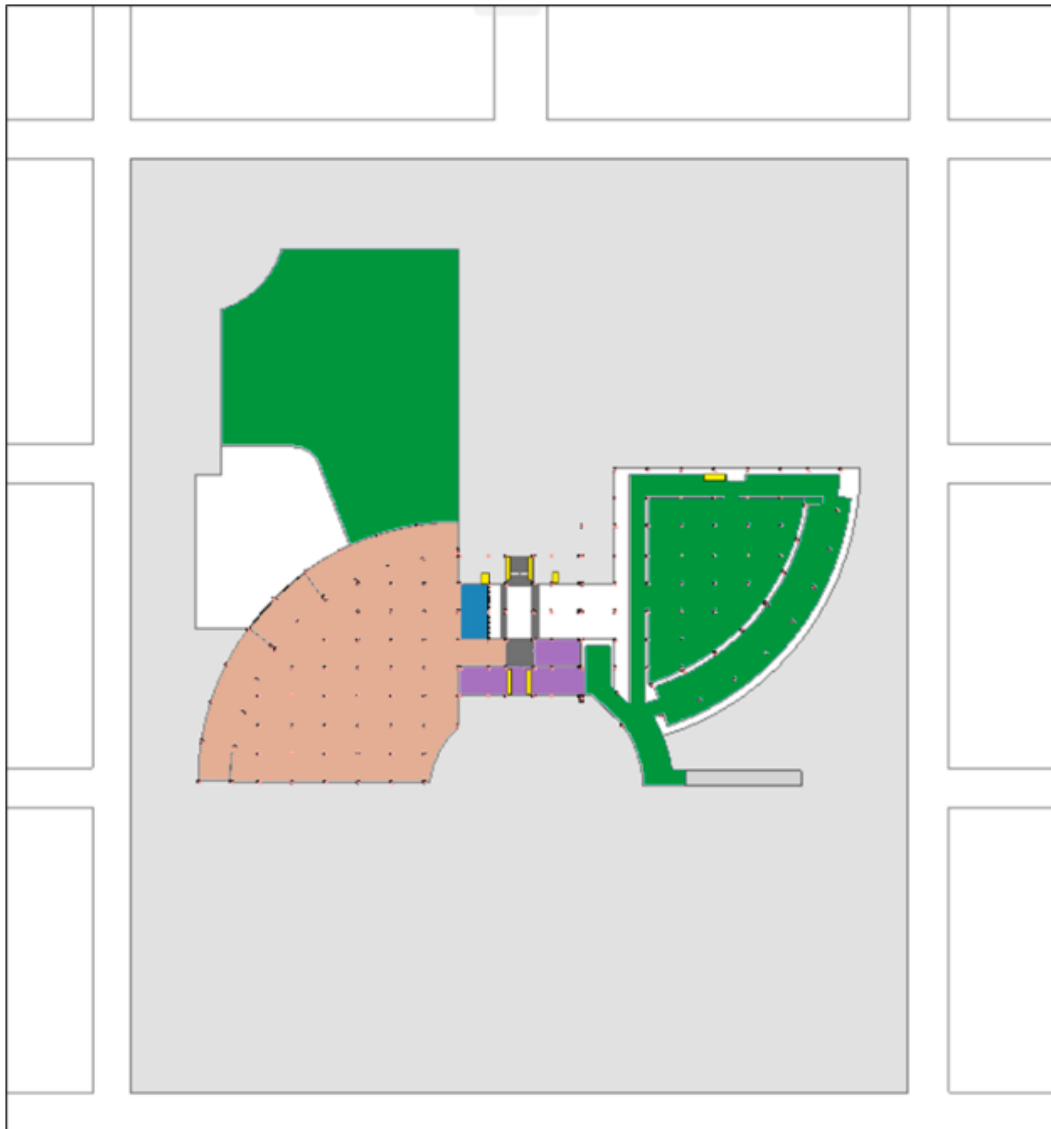
El diseño del espacio público está pensado en satisfacer las necesidades del usuario siendo este un lugar de encuentro como también un espacio en donde el usuario pueda realizar diferente tipo de actividades, con este objetivo es a que se crearan los anfiteatros y espacios de recreación activa para promover el deporte y los espacios de recreación pasiva para la estadía tranquila de los usuarios El espacio de área verde estará presente en zonas estratégicas del proyecto con un fin de integrar un ambiente saludable y natural.

Con respecto a las energías renovables se integrarán al diseño de distintas maneras en las que se pueda aprovechar y reutilizar para el mantenimiento de los mismos espacios públicos en el equipamiento en el general, como los es el agua, la energía eólica y la energía solar. Implementar estos recursos tanto en el equipamiento como en los espacios públicos.

9.4.5. Zonificación bidimensional

Figura 78

Zonificación del nivel 1 subterráneo

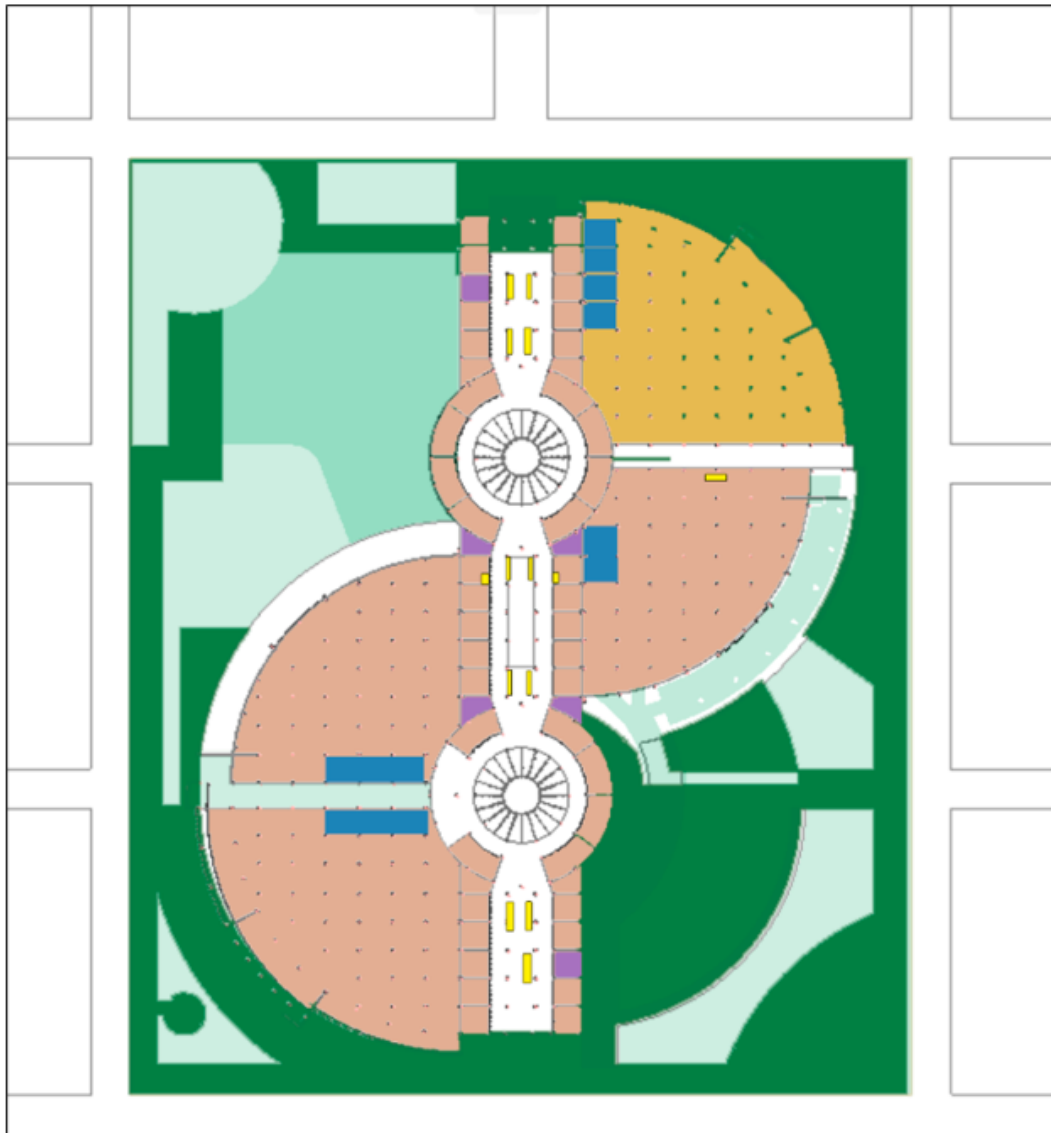


LEYENDA POR ZONAS	
	ZONA ADMINISTRATIVA
	ZONA COMERCIAL
	ZONA DE EXPEDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS
	ZONA DE ENTRETENIMIENTO
	ZONA DE AGENCIAS BANCARIAS
	ZONA DE SERVICIOS GENERALES
	ZONA DE ESPACIO PUBLICO
	CIRCULACION VERTICAL

Nota: Dato propio del investigador.

Figura 79

Zonificación del nivel 2



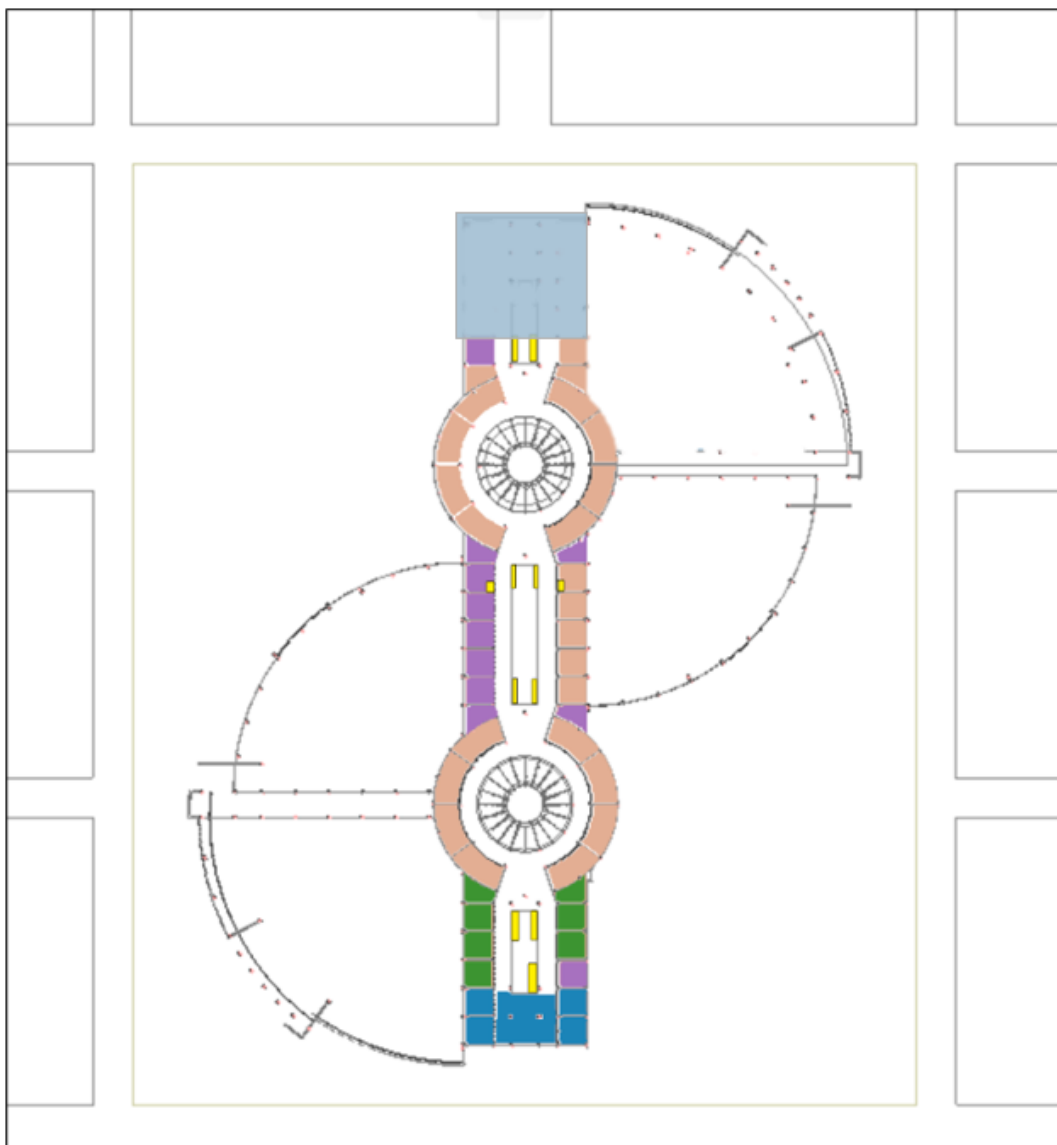
LEYENDA POR ZONAS

	ZONA ADMINISTRATIVA
	ZONA COMERCIAL
	ZONA DE EXPEDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS
	ZONA DE ENTRETENIMIENTO
	ZONA DE AGENCIAS BANCARIAS
	ZONA DE SERVICIOS GENERALES
	ZONA DE ESPACIO PUBLICO
	CIRCULACION VERTICAL

Nota: Dato propio del investigador.

Figura 80

Zonificación del nivel 3



LEYENDA POR ZONAS

	ZONA ADMINISTRATIVA
	ZONA COMERCIAL
	ZONA DE EXPEDIO DE COMIDAS Y BEBIDAS
	ZONA DE ENTRETENIMIENTO
	ZONA DE AGENCIAS BANCARIAS
	ZONA DE SERVICIOS GENERALES
	ZONA DE ESPACIO PUBLICO
	CIRCULACION VERTICAL

Nota: Dato propio del investigador.

9.5. Conclusiones

Después del análisis y estudio del lugar de intervención y propuesto ya un equipamiento de carácter comercial para dar una respuesta a la población de San Miguel – Juliaca, con la finalidad de promover el crecimiento económico como también social y repotenciar el entorno urbano dando una nueva perspectiva de equipamiento comercial moderno y ecológico.

PRIMERO: La fase de investigación tiene como objetivo abordar los problemas causados por el área de San Miguel. Articular temas clave, luego obtener objetivos de investigación para continuar con el desarrollo del proyecto.

SEGUNDO: Se da una fase de investigación teórica con respecto a la propuesta del equipamiento comercial que se propondrá para tener en claro los conceptos teóricos, referenciales y normativos para sustentar el proyecto

TERCERO: Se da la fase del desarrollo del proyecto en donde dejamos a conocer la conceptualización arquitectónica y el desarrollo de los objetivos. En esta fase se la organización de la propuesta por medio de la programación arquitectónica, organigramas y flujogramas. Viendo así por la organización adecuada del proyecto

CUARTO: viene a ser la fase de solución en donde se puede apreciar el concepto arquitectónico y los principios de diseño que se tienen en cuenta en el desarrollo del proyecto y la cual hemos de conocer ya un anteproyecto, siendo esta una respuesta arquitectónica a las problemáticas que tiene el área de estudio.



CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ArchDaily. (2017, diciembre 10). *Parc Central / Benoy | ArchDaily Perú*. ArchDaily.
<https://www.archdaily.pe/pe/885078/parc-central-benoy>
- Barajas Maldonado, A. (2012, noviembre 18). *El aporte de los centros comerciales trasciende a las ventas*. EL MUNDO.COM.
https://www.elmundo.com/porta1/noticias/economia/el_aporte_de_los_centros_comerciales_trasciende_a_las_ventas.php#.YyD-rnZBy3B
- Barrón Cornejo, A., Centurión Cruz, M., Ferreyros Corigliano, L., Forero Chávez, G., López Velásquez, G., & Markovinovic Godoy, L. (2021). *LA IMPORTANCIA DEL USO DE ENERGÍAS RENOVABLES EN CENTROS COMERCIALES EN LIMA*.
- Canaza Alfaro, L. A. (2011, septiembre 9). *Real Plaza inauguró primer «mall» en Juliaca - Generacion.com*. Grupo Generacion.
<http://www.generacion.com/noticia/120397/real-plaza-inauguro-primer-mall-juliaca>
- Carreño Campo, C. (2018). RELACIÓN ENTRE LOS PROCESOS DE URBANIZACIÓN, EL COMERCIO INTERNACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD URBANA. *Cuadernos de Viviendas y Urbanismo*.
- Congreso de la República, L. N. 30492. (2016). *NORMAS LEGALES CONGRESO DE LA REPUBLICA*.
- Delgado, J. (2020, noviembre 11). *Significado de Centro*. WIKI CULTURALIA.
<https://edukavital.blogspot.com/2013/02/centro.html>
- Distrito San Miguel - Juliaca*. (s. f.). Recuperado 22 de septiembre de 2022, a partir de
<https://pe.worldorgs.com/catalogar/juliaca/gobierno/distrito-san-miguel-juliaca>



el Peruano. (2016). Normas Legales. *El Peruano*.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-de-la-ley-n-30200-ley-que-promueve-decreto-supremo-n-018-2016-sa-1367795-2/>

Escritos con Sangre. (2010, mayo 26). *Historia de los Centros Comerciales En Lima*.

Marcados x Su Sangre. <http://marcadosxsusangre.blogspot.com/2010/05/historia-de-los-centros-comerciales-en.html>

Esty, D. C. (2001). *COMERCIO INTERNACIONAL Y MEDIO AMBIENTE**.

Fernández Baca, M. (1994). *Energía de Biomasa*. 23.

Galindo, E. M. (2016, diciembre 5). *Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis.:*

NIVELES DE INVESTIGACIÓN. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2016/12/niveles-de-investigacion-cientifica.html>

Gardey, A., & Pérez Porto, J. (2011). *Definición de centralización*. Definicion.De.

<https://definicion.de/centralizacion/>

Grajales G, T. (2000). *TIPOS DE INVESTIGACION*.

Gutiérrez, J. I. (2016, septiembre 18). *¿Cuáles son los beneficios de un Centro Comercial?*

Noticias Diarias. <https://www.informabtl.com/cuales-los-beneficios-centro-comercial/>

Huamani Lipa, M. (2011, noviembre 6). *Juliaca, la ciudad de mayor migración en la región*

Puno. RPP. <https://rpp.pe/peru/actualidad/juliaca-la-ciudad-de-mayor-migracion-en-la-region-puno-noticia-419762?ref=rpp>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Estimaciones y proyecciones de*

población por departamento, provincia y distrito, 2018 - 2020.

Jaramillo Salgado, O. A. (2008). *ENERGÍA EÓLICA*.



Masaba. (2017, marzo 30). *La historia y el inicio de los Centros Comerciales*. Masaba.

<https://mabasa.com.mx/inicio-los-centros-comerciales/>

Meteoblue. (s. f.). *Datos climáticos y meteorológicos históricos simulados para Juliaca* .

Recuperado 23 de septiembre de 2022, a partir de https://www.meteoblue.com/es/tiempo/historyclimate/climatemodelled/juliaca_per%C3%BA_3937513

Ministerio de Economía y Finanzas. (s. f.). Perú, Ministerio de Economía y Finanzas.

Recuperado 21 de septiembre de 2022, a partir de https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&id=672&Itemid=100357&lang=es

Modd, G. (s. f.). *¿Qué es Centro comercial?* Mott Glosario. Recuperado 19 de septiembre

de 2022, a partir de <https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/centro-comercial>

Montoya Rasero, C. (2010). *Energía Solar Fotovoltaica*. www.eoi.es

Orwell, M. (2018, febrero 1). *Historia del centro comercial*. Cuida Tu Dinero.

<https://www.cuidatudinero.com/13125307/historia-del-centro-comercial>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008). *Definición de comercial*. Definicion.De.

<https://definicion.de/comercial/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2008). *Definición de mercado*. Definicion.De.

<https://definicion.de/mercado/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2011). *Definición de centro comercial*. Definicion.De.

<https://definicion.de/centro-comercial/>

PERÚ, N. E. C. (2021). *Caos y aglomeración en zonas comerciales: el coctel perfecto para*

la propagación del COVID-19. <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/caos-y->



aglomeracion-en-zonas-comerciales-el-coctel-perfecto-para-la-propagacion-del-
covid-19-coronavirus-contagios-mesa-redonda-gamarra-noticia/
covid-19-coronavirus-contagios-mesa-redonda-gamarra-noticia/

PerúRetail. (2019, agosto 2). *Mall Aventura: Conoce al detalle cada uno de sus centros comerciales*. PerúRetail. <https://www.peru-retail.com/especial/mall-aventura-detalle-cada-uno-centros-comerciales/>

Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Juliaca 2016 -2025. (s. f.).

Red Juliaca. (s. f.). *Juliaca - San miguel*. Red Juliaca. Recuperado 12 de septiembre de 2022, a partir de <https://juliaca-red.web.app/sanmiguel/index.html>

Responsabilidad Social y Sustentabilidad. (2017, mayo 9). *¿Qué es la arquitectura sustentable? Responsabilidad Social y Sustentabilidad*. <https://responsabilidadsocial.net/la-arquitectura-sustentable-concepto-principios-mitos/?amp>

Weather Spark. (s. f.). *El clima y el tiempo promedio en todo el año en Juliaca*. Weather Spark. Recuperado 23 de septiembre de 2022, a partir de <https://es.weatherspark.com/y/26601/Clima-promedio-en-Juliaca-Per%C3%BA-durante-todo-el-a%C3%B1o#Sections-Temperature>

Westreicher, G. (2022). *Centro comercial - Qué es, definición y concepto*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/centro-comercial.html>



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 14-03-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Julia Fernando Mamani Condori
Dirección: Urb. El Carmen Mz. "B"
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70583039
Teléfono: 925 514025 email: mamani.condori2000@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ingenierías y Ciencias Puras
Escuela Profesional o Mención: Arquitectura y Urbanismo
Título o Grado Académico a optar: Arquitecto
Asesor: Dr. Arq. Ramiro Amílcar Balaños Calderón

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:
Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: "DESARROLLO DE UN CENTRO COMERCIAL ECOLÓGICO PARA
REVOLUCIONAR Y PROMOVER EL CRECIMIENTO
SOCIOECONÓMICO, SAN MIGUEL - JULIACA 2022"

Palabras claves, (3 a 5 términos): Centro comercial, crecimiento, comercialización, renovación

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?
1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.
² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo
 No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: DISEÑO ARQUITECTONICO P-23

Firma de Autor



huella digital

14 - 03 - 2025

Fecha