

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA ACADÉMICO DE ARQUITECTURA



TESIS

**“Intervención al espacio arquitectónico del mercado modelo de
Huánuco para disminuir la confluencia comercial, 2025”**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ARQUITECTA

AUTORA: Chaupis Valenzuela, Alessandra Xiomara

ASESOR: Alomia Dextre, Aldo

HUÁNUCO – PERÚ

2025

U

D

H



UDH
UNIVERSIDAD DE HUANCAYO
<http://www.udh.edu.pe>

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Proyecto arquitectónico
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Humanidades

Sub área: Arte

Disciplina: Diseño arquitectónico

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título

Profesional de arquitecta

Código del Programa: P08

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 73009079

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 43395228

Grado/Título: Maestro en educación, mención en investigación y docencia superior

Código ORCID: 0009-0004-9397-5460

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Vasquez Castillo, Julio Cesar	Maestro en ciencias de la educación, con mención en investigación y docencia	41080231	0009-0006- 3400-4415
2	Yacolca Palacios, Sandra Oriana	Maestra en ciencias administrativas con mención en gestión publica	46429844	0000-0003- 2239-2490
3	Vasquez Huamancaja, Esli Ruth	Maestra en educación con mención en docencia en educación superior	45565435	0000-0001- 7017-0839

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE ARQUITECTO (A)**

En la ciudad de Huánuco, siendo las...18:30... horas del día...13... del mes de...DICIEMBRE... del año...2025..., en el Auditorio de la Facultad de Ingeniería, en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el **Jurado Calificador** integrado por los docentes:

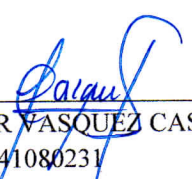
Mg. Julio Cesar Vasquez Castillo	(Presidente)
Mg. Sandra Oriana Yacolca Palacios	(Secretario)
Mg. Esli Ruth Vasquez Huamancaja	(Vocal)

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 2790-2025-D-FI-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: **“INTERVENCIÓN AL ESPACIO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO PARA DISMINUIR LA CONFLUENCIA COMERCIAL, 2025”**, presentada por el (la) Bachiller **Alessandra Xiomara CHAUPIS VALENZUELA**, para optar el Título Profesional de Arquitecto (a).

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas: procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a)...APROBADO... por...UNANIMIDAD... con el calificativo cuantitativo de...13...y cualitativo de...SUFICIENTE... (Art. 47)

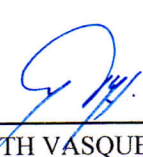
Siendo las...20:00... horas del día ...13... del mes de ...DICIEMBRE... del año...2025..., los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



MG. JULIO CESAR VASQUEZ CASTILLO
DNI: 41080231
ORCID: 0009-0006-3400-4415
Presidente



MG. SANDRA ORIANA YACOLCA PALACIOS
DNI: 46429844
ORCID: 0000-0003-2239-2490
Secretario



MG. ESLI RUTH VASQUEZ HUAMANCAJA
DNI: 45565435
ORCID: 0000-0001-7017-0839
Vocal



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: ALESSANDRA XIOMARA CHAUPIS VALENZUELA, de la investigación titulada "INTERVENCIÓN AL ESPACIO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO PARA DISMINUIR LA CONFLUENCIA COMERCIAL, 2025", con asesor(a) ALDO ALOMIA DEXTRE, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 2066-2024-D-FI-UDH del P. A. de ARQUITECTURA.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 16 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 02 de diciembre de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%	16%	4%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico la presente investigación a Dios por brindarme fuerzas y salud para concluir esta etapa tan importante de superación.

A mi familia, en especial a mis padres Flavio Chaupis Ortiz y Tania Valenzuela Cayas, quienes supieron formarme con buenos hábitos y valores, gracias a su apoyo incondicional pude alcanzar esta meta trazada.

También dedicar a mis hermanas, ya que gracias a su apoyo emocional y moral fueron mis tres pilares importantes que me sostuvieron durante todos los años de estudio.

Finalmente dedicar a mis amigos cercanos, demás familiares y aquellos que me brindaron su apoyo en todo momento en la realización de esta investigación.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a Dios por brindarme vida, salud y su bendición permitiéndome concluir satisfactoriamente mis estudios, ultimando así una de mis metas trazadas.

Gracias a mis padres por estar siempre presentes con su apoyo incondicional, por confiar y creer en mí, siendo así los principales promotores para el cumplimiento de mis sueños.

Al docente asesor por brindarme sus conocimientos y su paciencia para poder finalizar de manera correcta la investigación aportando así nuevas experiencias en mi formación.

También al Programa Académico de Arquitectura de la Universidad de Huánuco, por permitir formarme como profesional y las facilidades prestadas para poder culminarlas.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	XV
CAPÍTULO I	16
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.2.1.PROBLEMA GENERAL	19
1.2.2.PROBLEMAS ESPECIFICOS	20
1.3. OBJETIVO GENERAL	20
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
2.1.1.ANTECEDENTES INTERNACIONALES	23
2.1.2.ANTECEDENTES NACIONALES	25
2.1.3.ANTECEDENTES LOCALES.....	27
2.2. BASES TEÓRICAS	29
2.2.1.ESPACIALIDAD ARQUITECTÓNICA	29
2.2.2.CONFLUENCIA COMERCIAL	35
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES	39
2.4. HIPÓTESIS.....	40
2.4.1.HIPÓTESIS GENERAL	40
2.4.2.HIPÓTESIS ESPECIFICAS	40

2.5. VARIABLES	40
2.5.1.VARIABLE DEPENDIENTE	40
2.5.2.VARIABLE INDEPENDIENTE	41
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	36
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.1.1.ENFOQUE	39
3.1.2.ALCANCE O NIVEL	39
3.1.3.DISEÑO	39
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	40
3.2.1.POBLACIÓN	40
3.2.2.MUESTRA.....	40
3.2.3.MUESTREO ESTRATIFICADO	41
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS...	42
3.3.1.TÉCNICAS	42
3.3.2.INSTRUMENTOS.....	43
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	45
CAPÍTULO IV.....	46
RESULTADOS.....	46
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	46
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS..	70
CAPÍTULO V.....	78
DISCUSIÓN	78
5.1. PRESENTACIÓN DE LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS	78
CAPÍTULO VI.....	81
CONCLUSIONES	81
6.1. CONCLUSIÓN GENERAL.....	81
6.2. CONCLUSIÓN ESPECÍFICAS	82
RECOMENDACIONES.....	84
CAPÍTULO VII.....	85
PROPUESTA PROYECTO ARQUITECTÓNICO	85

7.1.	DEFINICIÓN DEL PROYECTO	85
7.1.1.	NOMBRE DEL PROYECTO	86
7.1.2.	TIPOLOGÍA.....	86
7.2.	ÁREA FÍSICA DE INTERVENCIÓN	87
7.1.3.	DEFINICIÓN DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN	87
7.1.4.	ANÁLISIS DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN.....	88
7.3.	ESTUDIO PROGRAMÁTICO	95
7.3.1.	DEFINICIÓN DE USUARIOS: SÍNTESIS DE REFERENCIA... 95	
7.3.2.	REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVIDAD	98
7.3.3.	PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA	106
7.4.	PROYECTO.....	116
7.4.1.	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA	116
7.4.2.	IDEA FUERZA O RECTORA	116
7.4.3.	CRITERIOS DE DISEÑO	119
7.4.4.	UBICACIÓN	131
7.4.5.	ZONIFICACIÓN.....	132
7.4.6.	PLANTAS, CORTES Y ELEVACIONES GENERALES.....	135
7.4.7.	DETALLES VISTAS 3D.....	158
	CAPÍTULO VIII.....	201
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	201
	ANEXOS.....	210

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	36
Tabla 2 Muestreo proporcional por estrato	42
Tabla 3 Técnicas e instrumentos	43
Tabla 4 Objetivos y estrategias metodológicas.....	43
Tabla 5 Ficha de identificación objetivos de instrumentos y conceptos	44
Tabla 6 Puntuación del coeficiente del alfa de Cronbach	48
Tabla 7 Puntuación del coeficiente del alfa de Cronbach	48
Tabla 8 Rangos de alfa de Cronbach	48
Tabla 9 Tabla cruzada de las variables	71
Tabla 10 Tabla de prueba de chi-cuadrada de la hipótesis general.....	72
Tabla 11 Tabla cruzada de variable y subvariable.....	73
Tabla 12 Tabla de prueba de chi-cuadrada de la hipótesis específica.....	73
Tabla 13 Tabla cruzada de variable y subvariable.....	74
Tabla 14 Tabla de prueba de chi-cuadrada de hipótesis específica 2	75
Tabla 15 Tabla cruzada de variable y subvariable.....	76
Tabla 16 Tabla de prueba de chi cuadrada de hipótesis específica 3.....	77
Tabla 17 Tabla de análisis climatológico de Huánuco	92
Tabla 18 <i>Tabla de usuario y actividades que realiza en los espacios</i>	98
Tabla 19 Tabla de reglamentación considerada para el diseño arquitectónico	98
Tabla 20 Cálculo de población proyectada al 2035	106
Tabla 21 Cálculo de la cantidad de puestos necesarios por cada rubro	106
Tabla 22 Programa arquitectónico	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ingreso al mercado por el Jr. Huánuco	18
Figura 2 Ingreso al mercado por el Jr. Huallayco.....	18
Figura 3 Exterior del mercado modelo de Huánuco.....	19
Figura 4 Inundaciones en épocas de precipitación	19
Figura 5 Distintas formas de edificación para el mayor aprovechamiento de la luz natural.....	30
Figura 6 Relación de medidas favorables en relación de la persona con el espacio	34
Figura 7 Dimensión de puesto por tipo de alimentos	38
Figura 8 Cálculo de la muestra para poblaciones finitas.....	41
Figura 9 Importación de los datos recopilados en la encuesta al SPSS	46
Figura 10 Ubicación de los puntos de observación.....	47
Figura 11 Importación de los datos recopilados en la guía de observación al SPSS	47
Figura 12 Genero del usuario encuestado	49
Figura 13 Edad del usuario encuestado	49
Figura 14 Lugar de procedencia del usuario.....	50
Figura 15 Tipo de usuario encuestado.....	51
Figura 16 Resultados de la observación sobre la presencia de carácter arquitectónico.....	52
Figura 17 Resultados de la guía de observación sobre la presencia de iluminación y ventilación	53
Figura 18 Resultados de la guía de observación sobre el cumplimiento de normas de salubridad y seguridad	53
Figura 19 Resultados de la guía de observación sobre la correcta organización espacial	54
Figura 20 Resultados de la guía de observación sobre la correcta organización espacial	55
Figura 21 Resultados de la encuesta sobre el tamaño de puestos de venta.....	56
Figura 22 Resultados de la guía de observación sobre la correcta organización espacial	57

Figura 23 Resultados de la encuesta sobre presencia de incomodidad en los anchos de los pasillos.....	58
Figura 24 Resultados de la guía de observación sobre el ancho de pasillos y su cumplimiento de las medidas reglamentarias	59
Figura 25 Resultados de la encuesta sobre la existencia de congestión en horas punta	59
Figura 26 Resultados de la guía de observación sobre la frecuencia del peatón en todas las áreas de circulación	60
Figura 27 Resultados de la guía de observación sobre la existencia de obstáculo en el flujo de circulación	61
Figura 28 Resultados de la encuesta sobre la existencia de obstáculos en la circulación	62
Figura 29 Resultados de la encuesta sobre la existencia de servicios básicos necesarios y en buen estado	63
Figura 30 Resultados de la encuesta sobre las dimensiones de los distintos espacios del Mercado Modelo de Huánuco	64
Figura 31 Resultados de la guía de observación sobre la existencia de servicios básicos reglamentarios	65
Figura 32 Resultados de la encuesta sobre los puestos formales del Mercado Modelo de Huánuco	65
Figura 33 Resultados de la encuesta sobre el comercio ambulatorio del Mercado Modelo de Huánuco	66
Figura 34 Resultados de la guía de observación sobre la presencia de adecuación de espacios del Mercado Modelo Huánuco	67
Figura 35 Resultados de la guía de observación sobre la existencia de integración de materialidad y coherencia cromática de los puestos.	68
Figura 36 Resultados de la encuesta sobre la existencia de elementos que interrumpen el campo visual	69
Figura 37 Formula general de la Chi Cuadrada	70
Figura 38 Clasificación de los mercados de abastos según su radio de influencia.....	85
Figura 39 Plano de ubicación del Mercado Modelo Privado de Huánuco	87
Figura 40 Delimitación del área de intervención	89
Figura 41 Topografía de la ciudad de Huánuco	90

Figura 42 Sección de las vías arteriales colindantes al Mercado Modelo de Huánuco	92
Figura 43 Dirección de vientos de Huánuco	93
Figura 44 Dirección de vientos del Mercado Modelo Privado de Huánuco..	94
Figura 45 Asoleamiento de la ciudad de Huánuco.....	94
Figura 46 Asoleamiento del Mercado Modelo Privado de Huánuco	95
Figura 47 Clasificación de los tipos de usuario por su relación	96
Figura 48 Clasificación del tipo de usuario por permanencia.....	97
Figura 49 Idea rectora del proyecto arquitectónico	117
Figura 50 Moadboard para la extracción de colores y materialidades predominantes	118
Figura 51 Organización espacial radial y lineal para la distribución optima	119
Figura 52 Tipos de circulación según su distribución.....	120
Figura 53 Diagrama de relaciones general	121
Figura 54 Diagrama de relaciones de la zona comercial	122
Figura 55 Diagrama de relación de la zona de almacén o depósitos.....	123
Figura 56 Diagrama de relación de la zona de refrigeración	123
Figura 57 Diagrama de relación de la zona de patio de maniobras y área de control de calidad.....	123
Figura 58 Diagrama de relación de la zona operativa.....	123
Figura 59 Diagrama de relación de la zona administrativa	123
Figura 60 Diagrama de relación de la zona de estacionamiento y depósitos servicios.....	124
Figura 61 Diagrama de relación de la zona estacionamiento y depósitos .	124
Figura 62 Diagrama de flujo de zonas generales.....	125
Figura 63 Diagrama de flujo de zona comercial primer nivel	126
Figura 64 Diagrama de flujo de la zona comercial segundo nivel	127
Figura 65 Diagrama de flujo de la zona almacén, refrigeración, patio de maniobras y área de control de calidad	127
Figura 66 Diagrama de flujos de la zona administrativa y servicios operativa	128
Figura 67 Diagrama de flujos de la zona estacionamiento y deposito	128
Figura 68 Requerimientos mínimos de los puestos según rubro	129

Figura 69 Plano de ubicación y localización del Mercado Modelo de Huánuco	131
Figura 70 Zonificación primer nivel	132
Figura 71 Zonificación del segundo y tercer nivel	133
Figura 72 Zonificación del semisótano y sótano	134
Figura 73 Plano primer nivel lamina A3	135
Figura 74 Plano según nivel lamina A4.....	136
Figura 75 Plano tercer nivel lamina A5	137
Figura 76 Plano de semisótano lamina A2	138
Figura 77 Plano de sótano lamina A1	139
Figura 78 Cortes A-A y B-B lamina A6.....	140
Figura 79 Cortes C-C y D-D lamina A7	141
Figura 80 Corte detallado de los frigoríficos	142
Figura 81 Elevaciones del proyecto lamina A8	143
Figura 82 Plano estructural de losas y vigas lamina E1.....	144
Figura 83 Plano estructural de cimentaciones lamina E2	145
Figura 84 Plano de desagüe del primer nivel lamina IS2.....	146
Figura 85 Plano de desagüe segundo nivel lamina IS3	147
Figura 86 Plano de desagüe tercer nivel lamina IS4.....	148
Figura 87 Plano de desagüe del semisótano lamina IS1	149
Figura 88 Plano de agua del primer nivel lamina IS6.....	150
Figura 89 Plano de agua del segundo nivel lamina IS7	151
Figura 90 Plano de agua del segundo nivel lamina IS7	152
Figura 91 Plano de instalaciones eléctricas del primer nivel lamina IE1	153
Figura 92 Plano de instalaciones eléctricas del segundo nivel lamina IE4	154
Figura 93 Plano de instalaciones eléctricas del tercer nivel lamina IE5.....	155
Figura 94 Plano de instalaciones eléctricas del semisótano lamina IE2	156
Figura 95 Plano de instalaciones eléctricas del sótano lamina IE1.....	157
Figura 96 Fachada principal ubicada en el jirón Huallayco.....	186
Figura 97 Fachada principal.....	187
Figura 98 Fachada lateral derecha ubicada en el jirón Huánuco	188
Figura 99 Fachada lateral derecha	189
Figura 100 Fachada posterior ubicada en el jirón San Martín	190
Figura 101 Fachada posterior	191

Figura 102 Fachada lateral izquierda ubicada en el jirón Ayacucho	192
Figura 103 Fachada lateral izquierda.....	193
Figura 104 Área de ventas.....	194
Figura 105 Área de ventas de comidas	195
Figura 106 Área de ventas.....	196
Figura 107 Áreas de circulación.....	197
Figura 108 Área de administración, cuarto de lactancia y guardería	198
Figura 109 Secretaria, sala de espera y servicios higiénicos	199
Figura 110 Duchas, vestidores y estacionamiento.....	199
Figura 111 Almacenes y cámaras frigoríficas	200

RESUMEN

El proyecto de investigación titulada “INTERVENCIÓN AL ESPACIO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO PARA DISMINUIR LA CONFLUENCIA COMERCIAL, 2025”, se realizó con la finalidad de contribuir con una investigación que pueda profundizar y brindar nuevos conocimientos en cuanto a la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial, por ello la investigación se centró en las condiciones en la que se pueda encontrar la infraestructura tanto en la distribución, función, imagen y organización, identificando problemas como el desorden de las funciones, estética de las fachadas y detrimento de todas las áreas externas e internas, para ello se recopiló toda la información de acuerdo a los objetivos presentados como la identificación del nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco, para ello se usó una metodología de investigación de tipo básica para poder aumentar los conocimientos y las bases teóricas que se tiene (Carrasco, 2007), con un enfoque cuantitativo de alcance correlacional para poder cuantificar la vinculación que tienen entre sí (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), y con un diseño no experimental - transversal.

Por lo cual se usaron técnicas como la encuesta y la observación haciendo uso de instrumentos como el cuestionario y las guías de observación para la recolección necesaria de datos que fueron dirigidos tanto a los comerciantes como consumidores, el cual se realizó en el campo del problema.

Palabras claves: Espacio arquitectónico, confluencia comercial, distribución arquitectónica, funcionalidad arquitectónica, circulación.

ABSTRACT

The research project entitled "INTERVENTION TO THE ARCHITECTURAL SPACE OF THE HUÁNUCO MODEL MARKET TO REDUCE COMMERCIAL CONFLUENCE, 2025", was carried out with the purpose of contributing to research that can deepen and provide new knowledge regarding architectural spatiality and commercial confluence, for this reason the research focused on the conditions in which the infrastructure can be found both in the distribution, function, image and organization, identifying problems such as the disorder of the functions, aesthetics of the facades and detriment of all external and internal areas, for this all the information was collected according to the objectives presented such as the identification of the level of relationship between the architectural spatiality and the commercial confluence of the Huánuco model market, To this end, a basic research methodology was used in order to increase the knowledge and theoretical bases that are available (Carrasco, 2007), with a quantitative approach of correlational scope to be able to quantify the link they have with each other (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), and with a non-experimental - cross-sectional design.

Therefore, techniques such as survey and observation were used, making use of instruments such as the questionnaire and observation guides for the necessary collection of data that were aimed at both merchants and consumers, which was carried out in the field of the problem.

Keywords: Architectural space, commercial confluence, architectural distribution, architectural functionality, circulation.

INTRODUCCIÓN

El distrito de Huánuco cuenta con equipamientos y espacios públicos que satisfacen las necesidades de los habitantes, pero con el crecimiento poblacional y urbano algunos de estos espacios no brindan los servicios óptimos para el uso humano, generando una serie de problemas en la ciudad y en la sociedad.

Uno de los equipamientos que contiene el mayor problema en cuanto a su construcción y su relación con el entorno es el mercado modelo del distrito de Huánuco, que con el pasar de los años se visualizó un incremento de puestos comerciales tanto al interior como exterior de la infraestructura y que en la mayoría de los casos no están diseñados correctamente para tal actividad, generando así una confluencia comercial trayendo consigo problemas en el aspecto constructivo, arquitectónico, funcional, social y ambiental, dando como resultado condiciones circundantes insalubres que alteran la calidad de los productos.

Por ello se tuvo como objetivo principal la identificación del nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco, de la misma forma se tiene los objetivos específicos que son: analizar el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado, identificar la medida de relación del estado de circulación y la confluencia comercial del mercado, por ultimo estudiar el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado. Por lo cual fue necesario partir de la metodología que comprende el tipo, nivel, método y diseño de la investigación, logrando captar toda la información mediante los estudios de una población y muestra, recolectando así todos los datos que aportaron a la investigación mayor confiabilidad.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los espacios públicos que cumplen el rol de mercados minoristas en la sociedad cumplen el rol sociocultural de abastecimiento de productos de primera necesidad entre alimentos e indumentaria para los habitantes y así generan un desarrollo para la población (Robles, 2014)

La actividad económica del comercio a nivel mundial se ve en constante aumento ya sea por la falta de puestos laborales o por el crecimiento poblacional, reflejándose en la ampliación del uso de suelo urbano de cada ciudad, como es el caso del Mercado Municipal de El Cantón El Panguí de Loja – Ecuador, el cual muestra una infraestructura que tiene la actividad comercial con espacialidad insuficiente, por el evidente crecimiento poblacional y comercial, esta construcción presenta distintos problemas como el deterioro arquitectónico, insalubridad, carencia de funcionalidad, ventilación, iluminación, circulación, accesibilidad, distribución espacial, mala imagen urbana, desorden y la insuficiencia de espacios para el aumento comercial de diferentes productos dentro del equipamiento, generando una desorganización en el exterior de la infraestructura (Román, 2024).

Estos espacios que presentan problemas es su forma de habitar en su mayoría no son planificados ni estudiados para que puedan dar un resultado favorable a la población, ya que presentan un reordenamiento legal o ilegal en el entorno urbano (Avimael, Medrano, Tapia, & San Martín, 2011).

En Perú, al igual que en los distintos países presentan esta problemática del ámbito comercial, como en Lima Metropolitana, donde se encuentra solo el 4% de mercados que satisface al distrito de La Punta, San Isidro, Miraflores, Carmen de la Legua y Jesús María, en este último distrito es necesario de una modernización del mercado de acuerdo a las nuevas necesidades del habitante, ya que en la actualidad presenta aglomeración por la falta de mayores medidas en su circulación, mayor seguridad en las instalaciones eléctricas, falta de planificación interna y el deterioro en la materialidad y acabados, sumando el aumento comercial y la falta de suelos para su

ubicación, dando como resultado la disminución del confort comercial y social que exigen los nuevos consumidores (Chavez & Pizarro, 2022)

Así mismo el comercio en Huánuco, al representar un 11,6% de la estructura del Valor Agregado Bruto, siendo así el segundo sector con mayor porcentaje al igual que el sector primario, y que también en la Población Económicamente Activa, el comercio concentra un 10,9%, que al igual que en el VAB es el segundo sector con mayor porcentaje (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2021). Este sector se convierte en uno de los más importantes para el desarrollo de la ciudad, generando así su aumento cada año y con ello nuevas necesidades de los nuevos y antiguos comerciantes y consumidores, por ello la problemática que se abarca en la presente investigación se ubica en el mercado modelo privado de Huánuco, situándose entre los jirones Huallayco, Huánuco, San Martín y el Jr. Ayacucho, en el distrito y provincia de Huánuco.

Esta infraestructura en su interior alberga todo tipo de comercio como la venta de artículos para el hogar, artículos de construcción, prendas de vestir, alimentos y la prestación de servicios vehiculares, pero al no estar preparado para el incremento comercial y poblacional, muestra diversas problemáticas en sus espacios. En el año 2017 se identificó 246 puestos interiores y 482 en su exterior que abasteció a una población aproximada de ochenta mil personas (Aliaga, 2019), en la actualidad según el Sr. Antonio Talenas Berrocal presidente de la junta directiva del mercado manifestó que se tiene un total de 1180 puestos comerciales, por lo cual la espacialidad de la actual infraestructura no viene satisfaciendo todas las necesidades, presentando inconvenientes en la distribución, función, imagen y organización, identificando problemas como el desorden de las funciones, estética de las fachadas y detrimento de todas las áreas externas e internas, ofreciendo la mínima comodidad, salubridad y seguridad al brindar los distintos servicios mencionados.

Por ello al no presentar mayor espacialidad los comerciantes adaptaron áreas de venta alrededor y al interior de la edificación ocasionando áreas inseguras que no cumplen con las normas técnicas, mientras que la contaminación ambiental se hace evidente por el manejo inadecuado de los residuos sólidos y por el sistema del desagüe precario (Aliaga, 2019)

aumentando así la confluencia de puestos comerciales, de peatones y de vehículos, lo cual se puede identificar con mayor capacidad en la actualidad.

Es insoslayable el peligro en el que se encuentra esta edificación la vulnerabilidad alta en aspectos como ambiental, físico, económico, social, cultural e ideológico.

Figura 1

Ingreso al mercado por el Jr. Huánuco

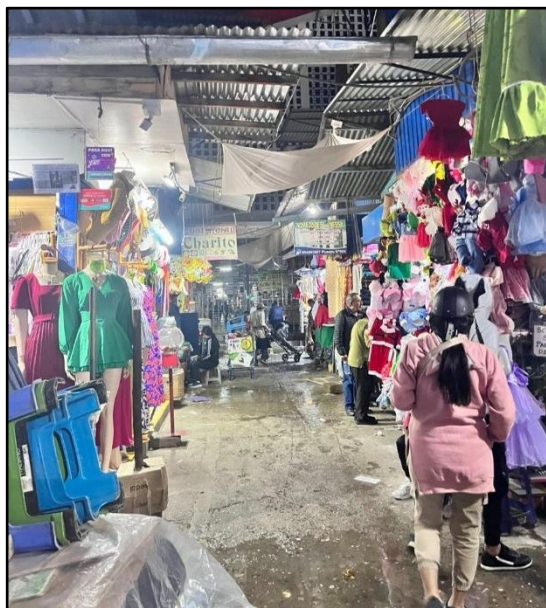


Figura 2

Ingreso al mercado por el Jr. Huallayco



Figura 3

Exterior del mercado modelo de Huánuco



Figura 4

Inundaciones en épocas de precipitación



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS

- ¿Cuál es el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?
- ¿En qué medida el estado de circulación se relaciona con la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.
- Identificar la medida de relación del estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.
- Estudiar el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN PRACTICA

El problema de algunas edificaciones que no contemplan los espacios requeridos de acuerdo a los usos que tienen actualmente, generan inconformidad por parte de la sociedad teniendo así percepciones negativas de la imagen urbana, dando como resultado el mal uso de la infraestructura.

La confiabilidad de esta investigación se realizó con el fin de ampliar el conocimiento sobre esta construcción y analizar los problemas mencionados para ello se generó soluciones como el ordenamiento del área, con diseños de espacios adecuados para los consumidores y vendedores del mercado, justificando así de manera practica ya que permite que el trabajo de investigación sirva para resolver a problemas prácticos, es decir, resolver el problema que es materia de investigación (Carrasco, 2007).

1.5.2. JUSTIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA

Por otro lado, el mejoramiento del área perjudicada influirá para la recuperación de su valía en la ciudad y el ordenamiento del comercio, generando así beneficios financieros, constructivos, ordenamiento y seguridad para la población. Esta justificación se basa en la justificación socioeconómica ya que es punto de partida para realizar proyectos de mejoramiento social y económicos para la población (Carrasco, 2007).

1.5.3. JUSTIFICACIÓN CULTURAL

Si los resultados posibilitan la mejora del Mercado Modelo siendo una construcción necesaria para la población, se afianzará la revaloración cultural a partir del mejoramiento en su aspecto físico y ordenamiento, así justificando de forma cultural, ya que, es aquella que cuando los resultados de la investigación realizada se consolide y afiance con los usos y costumbres de los pueblos, permite que se revaloren y se reafirmen en sus legado y patrones culturales (Carrasco, 2007).

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La principal limitante para poder realizar esta investigación es alcanzar toda la información en cuanto al número total de personas usuarias como comerciantes formales, ambulantes y consumidores que posee el mercado modelo de Huánuco

También la gran envergadura que se tendrá al momento de recopilar la información mediante las encuestas de acuerdo al resultado del flujo de la muestra de la población a investigar ya que será necesario el recorrido amplio de toda la infraestructura.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se basa en una investigación básica pues se busca ampliar el conocimiento acerca de la realidad actual del mercado modelo de Huánuco.

Para ampliar el proceso de la investigación se realizará las encuestas en las que se pueda reflejar la opinión de los usuarios en cuanto a la comodidad

y función del área a estudiar, también mediante las fichas de observación donde se plasmará lo visualizado.

Con la realización de esta investigación no se efectuará ni causara cambios o daños en la infraestructura, personas o ambientes que se encuentran en el presente estudio.

Los recursos a utilizar en la presente investigación son propios del investigador la cual no requiere de financiamiento mayor de alguna entidad o persona.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

En el año 2023, Agudelo Enciso, Néstor Andrés, en su tesis para optar el título profesional de Arquitecto, titulada “Plaza de Mercado Municipal-Fuerte Villaleyvano” de la universidad católica de Colombia, muestra su principal objetivo el diseñar una plaza de mercado que sirva como centro de actividad comunitaria, usando una metodología de enfoque cualitativo, de tipo descriptiva, exploratorio, llegando así a la conclusión que la plaza de mercado va a generar un impacto relevante en la zona, porque el diseño se basara en los principios patrimoniales, entorno sostenible, orden y buena organización porque sus resultados mostraron que el entorno tiene una rememoración cultural local y que su integración con el contexto histórico y que es necesario un espacio que consolide las manzanas adyacentes a la plaza principal, para que pueda convertirla en una nueva centralidad urbana y en una segunda atracción turística significativa. Esta investigación analiza la confluencia como un problema para los vendedores, generando desorden e inequidad en las ventas. Su enfoque en soluciones amigables con el entorno aporta datos valiosos para la propuesta de la solución.

En el año 2022, Alejandro Castro, María del Jesús y Pico de los Ángeles, Ana Raquel, en su tesis para optar el título profesional de Arquitectos, titulado “Propuesta de diseño para la habilitación de espacios comerciales comunitarios en la zona San Francisco ubicada en la Vía Daule” de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil – Colombia, presento como principal objetivo, diseñar una edificación apropiada para la rehabilitación de espacios comerciales, para ello uso una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva, no experimental, llegando así a la conclusión que de acuerdo al análisis que permitió identificar las carencias de la zona y las actividades que realizan, es necesario un diseño arquitectónico orientado a la

rehabilitación de espacios comerciales ya que en base a los resultados obtenidos donde mostraron que el 73% de los habitantes manifiestan que la actual infraestructura comercial no es la adecuada encontrándose en mal estado, y que el 79% de la población están en desacuerdo con la ubicación de dichos espacios comerciales, debido a que estos están ubicados en zonas que obstruyen el tráfico peatonal y vehicular. Esta investigación aborda la problemática de la expansión desordenada del comercio, con infraestructura inadecuada que afecta el uso del espacio, el ordenamiento, la seguridad y la salubridad. Su análisis y su forma de recaudar datos constituye un aporte significativo para realizar un uso similar de sus instrumentos e interpretación.

En el año 2020, Argüello Rojas, Yesid Alejandro, en su tesis para optar el título profesional de Arquitecto, titulada “Plaza de mercado el rincón, la plaza de mercado como Reactivador de dinámicas urbanas, caso de estudio UPZ 28” de la Universidad La Gran Colombia de Colombia, tiene como objetivo principal la propuesta de un diseño arquitectónico, con mayor seguridad y salubridad para la reactivación de las dinámicas urbanas, donde uso una metodología de enfoque mixto, con un tipo de investigación exploratorio observacional de nivel correlacional, llegando a la conclusión que es necesario un espacio arquitectónico que pueda contener áreas adecuadas para el comercio, con espacios diseñados y áreas necesarias como almacenes, áreas de lavado y dotados de servicios básicos, ya que se guiaron de los resultados que mostraron que la relación del mercado y el espacio urbano fue altamente probable, porque a influencia de ello se generó un corredor comercial, haciendo el cambio de residencia al uso comercial en un 70%, creando espacios adaptados y poco funcionales, pero acaparando espacialmente el ámbito constructivo urbano. Esta investigación destaca el análisis de establecimientos mal diseñados, sin considerar espacios adecuados para futuros cambios o crecimiento. Su enfoque en la relación entre la necesidad comercial y un espacio adecuado aporta ideas de soluciones con cambios mínimos por el cual se puede replicar en distintas investigaciones.

2.1.2. NTECEDENTES NACIONALES

En el año 2022, Castro Hernández, Gooppy Miyori en su tesis para optar el título profesional de Arquitecta, titulado “Mercado minorista para el mejoramiento de la actividad comercial de abastos del sector Chacupe, La Victoria, Chiclayo, 2022” de la universidad Cesar Vallejo Trujillo – Perú, donde muestra como objetivo principal, realizar un proyecto de diseño de un Mercado minorista para el mejoramiento de la actividad comercial, teniendo como metodología un enfoque cualitativo y con un diseño basado en la construcción de subsistemas de apoyo de la metodología facto-percepción por el cual recolectaron los datos mediante la observación directa y entrevistas a los usuarios, llegando así a la conclusión que el diseño del modelo de recuperación de la infraestructura comercial debe mejorar las 10 deficiencias halladas según las entrevistas y las fichas de observaciones que se realizaron, dando resultados como la existencia de incumplimiento de las necesidades funcionales, así como la insuficiencia en el suministro, almacenamiento y espacios públicos. Esta investigación resalta problemáticas comunes en la mayoría de los mercados en Perú, como la ocupación indebida de los puestos, el uso de materiales inflamables, el inadecuado manejo de residuos sólidos. Por ello estos aspectos constituyen puntos de partida esenciales que se debe notar al momento de observación para así aportar significativamente al desarrollo del estudio.

En el año 2021, Espinoza Curi, Sergio Andres, en su tesis para optar el título de Arquitecto titulada “Estrategias de renovación urbana para optimizar el comercio urbano del sector de San Pablo- La Victoria” de la Universidad Cesar Vallejo – Lima Perú, presenta como principal objetivo estudiar los problemas del comercio urbano y brindar estrategias adecuadas para su renovación, con una metodología de estudio de enfoque cualitativo de un tipo aplicada y un diseño fenomenológico, llegando así a la conclusión de que la economía de distrito depende de la comercialización en el sector, aun con los cambios que se obtuvo con el desalojo de los vendedores siguen presente, pero con una óptima

estrategia se puede disminuir aún más, ya que los resultados muestran que aún existen negocios formales e informales, donde el primero tiene menor impacto en la infraestructura por su ubicación, equipamiento básico y limpieza, mientras que el negocio informal tiene menor impacto en la seguridad ambiental y la tugurización en el espacio urbano. Esta investigación aborda la problemática de edificaciones comerciales en el distrito de La Victoria, caracterizadas por una planificación ineficiente, el mal aprovechamiento del espacio, la falta de proyección para actividades complementarias, la delincuencia y la tugurización. Estos factores proporcionan datos clave y patrones que se repiten en el área de estudio su forma de analizar mediante la observación son relevantes.

En el año 2020, Silva Huerta, Amparo Stephania y Soriano Cadillo, John Steves, en su tesis para optar el título profesional de Arquitectos, titulado “Intervención en el mercado de Challhua para el mejoramiento del Perfil Urbano en la ciudad de Huaraz, 2019” de la universidad Cesar Vallejo Huaraz - Perú, presenta como objetivo principal, determinar los lineamientos de diseño del mercado de Challhua para el mejoramiento del perfil urbano, con una metodología, de enfoque cualitativo de tipo descriptiva y de un diseño no experimental transeccional por lo cual, llegaron a la conclusión que la infraestructura donde se encuentran los comerciantes es inadecuado, arriesgando su vida por tratar de satisfacer sus necesidades, ya que adaptan el lugar según sus conocimientos, por ello según los resultados mostraron que el tiempo que permanecen en el mercado es de 1 a 2 horas en un 48% y es en ese tiempo los usuarios corren el riesgo de cualquier accidente, con una circulación poco visible y con presencia de aglomeración comercial. Esta investigación revela que la falta de espacios adecuados ha generado una concentración comercial en áreas peligrosas de la ciudad, provocando aglomeraciones, la aplicación de sus instrumentos de investigación fue clave para poder llegar a la opinión de todas las necesidades de los usuarios llegando así una solución óptima.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

En el año 2024, Ramos Tarazona, Edgardo Carlos, en su tesis para optar el título de profesional de Arquitecto titulada “Planteamiento espacial y las condiciones de la infraestructura comercial en el distrito de Yanahuanca - 2021” de la Universidad de Huánuco, Huánuco - Perú, teniendo como objetivo principal, el determinar la relación que existe entre el planteamiento espacial y las condiciones de la infraestructura comercial en el distrito de Yanahuanca, usando una metodología de enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y con un diseño no experimental correlativo, gracias a ello llego a la conclusión que si existe una relación entre el planteamiento espacial del mercado con su condiciones que tiene la infraestructura por ello es necesario que la infraestructura planteada brinde seguridad y fluides comercial ya que en sus resultados indico que el 66.7% de los comerciantes están de acuerdo que la actual infraestructura no debería interferir una circulación fluida y que el 35.00% están de acuerdo en que los puestos comerciales no deberían pasar de su área distribuida para evitar el desorden y con ello aglomeraciones. Esta investigación destaca un aspecto clave para analizar: la circulación y las características de los puestos comerciales. Estos elementos representan puntos fundamentales, ya que proporcionan información relevante que guía el análisis y ofrece datos cruciales para el desarrollo de la investigación.

En el año 2021, Barrueta Soria, Deili Mirza, en su tesis para optar el título de profesional de Arquitecta titulada “Propuesta arquitectónica del mercado municipal con espacios de integración en el distrito de Pillco Marca, periodo 2020” de la Universidad de Huánuco, Huánuco - Perú, donde tiene como objetivo principal, identificar la manera en que la que se puede articular los espacios de integración en la propuesta arquitectónica del mercado, para ello usó metodología de enfoque mixto, con un alcance descriptivo y de un diseño no experimental transaccional, mediante ello llego a la conclusión que el distrito de Pillco Marca necesita de una edificación dedicada al comercio con espacios de fácil acceso, espacios de socialización y con puestos comerciales de ventas de forma

directa que satisfagan las demandas de la población, ya que en sus resultados muestran que el 61.05% están totalmente de acuerdo en que les resulta dificultoso realizar sus compras domesticas en los mercadillos y que por ello el 65.26% está totalmente de acuerdo que existe la necesidad de contar con un mercado, porque el 32.63% acuden a los mercados del Distrito de Huánuco. Esta investigación proporciona información sobre las nuevas necesidades comerciales de los habitantes, como la importancia de incorporar espacios adicionales para la socialización, el descanso y la integración, los cuales podrían formar parte de la solución al problema abordado en el estudio.

En el año 2020, Tello Rojas, Sergio Andreé, en su tesis para optar el título profesional de Arquitecto, titulada “Mercado modelo de abastos con iconografías representativas en el distrito de Huánuco – 2019” de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán – Huánuco Perú, tiene como objetivo principal la propuesta de un mercado modelo con iconografías representativas que demuestre una arquitectura funcional y con mayor carácter huanuqueño, para su análisis se tomó una metodología con un enfoque cuantitativo, de nivel o alcance descriptivo, llegando así a la conclusión que por el crecimiento poblacional se incrementó el comercio, por ello es necesario un mercado modelo funcionalidad, ordenado y sustentable, para la mejora del paisaje urbano y la disminución de la apropiación de puestos comerciales alrededor de la infraestructura usando áreas de vía pública los cuales mostro en los resultados que califican un 85% de los usuarios de mala o inadecuada a la infraestructura actual, ocasionado por la falta de espacios adecuados para las ventas y almacenaje correspondiente, circulación inadecuada de los usuarios y comerciantes. Esta investigación proporciona datos destacables como tanto los comerciantes formales e informales de igual forma contribuyen a la falta de orden y limpieza, tanto en el interior como en el exterior del espacio. Esta situación genera una percepción de desorden y aglomeración, afectando negativamente la imagen de la infraestructura.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. ESPACIALIDAD ARQUITECTÓNICA

La espacialidad en arquitectura se determina mediante la percepción ya sea por sus dimensiones físicas y las experiencias que tiene el habitante en un espacio construido, incluyendo su configuración, volumen, luz, textura, proporción, y la relación entre elementos como la iluminación, ventilación, distribución, confort, etc. La espacialidad arquitectónica tiene que ver con cómo los espacios se perciben emocional y sensorialmente, y cómo influyen en el comportamiento y las emociones de quienes los habitan o transitan (Cabas, 2016).

Por ello tiene algunos factores que presenta el espacio:

- ✓ Escala y proporción
- ✓ Luz y sombra
- ✓ Materialidad
- ✓ Aperturas y circulaciones
- ✓ Vacío y lleno

2.2.1.1. DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA

Se basa en una planificación y organización del espacio que parte de un punto central o núcleo, con el fin de optimizar su funcionalidad, accesibilidad y experiencia. Esta distribución toma en cuenta diversos factores que afectan tanto a los comerciantes como a los clientes, con el objetivo de generar un flujo eficiente de personas, maximizar el aprovechamiento del espacio y fomentar la interacción comercial (Vilela, 2007).

La distribución arquitectónica engloba distintos aspectos de la construcción como:

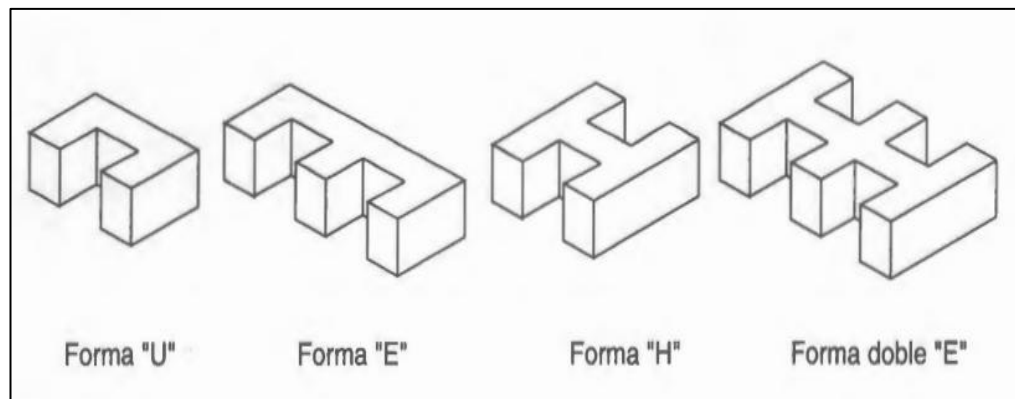
Carácter arquitectónico: Se basa en las características y el estilo que compone un patrimonio edificado perteneciente a una historia y cultura, es quien asigna una identidad particular a la imagen que capta el peatón como (Cabrera & Valiente, 2020):

- El estilo y diseño.
- La función y el uso según la necesidad.
- El contexto cultural e histórico.

Iluminación: En una edificación la iluminación es prescindible para la comodidad de los que habitan, de este modo la presencia lumínica se presencia mediante las aberturas que conecta el exterior con el interior; también para que una edificación aproveche el factor de luz diurna que siempre se ubica en el perímetro de la misma, se tendrá que diseñar edificios en formas de U, E doble C y doble E. (Arias & Ávila, 2004)

Figura 5

Distintas formas de edificación para el mayor aprovechamiento de la luz natural



Nota. En el artículo titulado La iluminación natural en la arquitectura (en climas templados) muestra cuatro ejemplos de formas que pueden tener las edificaciones para el mayor aprovechamiento de la iluminación. Tomada de Conacyt [Ilustración], (Arias & Ávila, 2004), <https://riudg.udg.mx/bitstream/20.500.12104/73673/1/BCUAAD00057.pdf>

Ventilación: La ventilación es indispensable, porque produce el intercambio de aire en el espacio generando comodidades para la habitabilidad, este se puede presentar de tres formas como la ventilación natural (resulta de manera intencional se genera mediante el ingreso del viento por aberturas como las puerta y ventanas), la infiltración (se da de manera no controlada sin ninguna intención de ventilación ya que su ingreso se genera mediante las fisuras o ranuras) y la ventilación forzada (se da mediante sistemas mecánicos y se presenta de manera controlada) (Fuentes & Rodríguez, 2004).

Salubridad: Es imprescindible ya que depende de ello el cuidado y bienestar de la salud, en edificaciones que tienen la actividad económica del comercio debería tener como mayor énfasis medidas sanitarias que inciden en la seguridad para adquirir productos, que la

infraestructura promueva la limpieza y desinfección del establecimiento sin la afluencia de público por lo menos una vez al mes, la edificación deberá contar con espacios y áreas para la recolección de desechos y un saneamiento básico requerido (Defensoría del Pueblo, 2020).

Zonificación interna: Para la regulación y división interna de la edificación se busca maximizar la eficiencia del espacio, mejorar la rentabilidad y garantizar que los clientes puedan encontrar fácilmente los productos teniendo mayor confort, por ello se establecen reglamentos de condiciones de diseño mínimo como la Resolución Ministerial N° 00086-2021 que aprueba a la norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas donde mencionan que: Art. 8 El análisis del entorno, Art. 9 La ubicación, Art. 10 La composición (Área de comercialización, Área de comercialización complementaria, Área de abastecimiento, control y despacho, área de administración y servicios complementarios, área de energía y mantenimiento y área de residuos sólidos) (Ministerio de la Producción, 2021).

Seguridad espacial: El ordenamiento y seguridad espacial va acorde a las necesidades del usuario evolucionando según las demandas del contexto y es un determinante para la buena calidad de los ambientes y su correcto uso gracias a su planificación y diseño apropiado (Sierra, 2023).

También se deberá considerar los reglamentos brindados para tener los requisitos mínimos de seguridad como la Resolución Ministerial N° 061-2021-VIVIENDA que modifica a la Norma Técnica A.070 “Comercio” del Reglamento Nacional de Edificaciones donde presenta a los requisitos mínimos de seguridad en su Art. 19 Requisitos de seguridad (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2021).

Materialidad: Son indispensables para la seguridad de los inmuebles, ya que según su tipo tienen la capacidad de soportar distintos problemas que puedan causar patologías constructivas, Están entre los más comunes de mayor resistencia como el concreto, ladrillo y la piedra, y los de menor resistencia como la madera y plásticos, estos materiales pueden ser naturales o artificiales (Martina, y otros, s.f.):

Relación con el entorno: La arquitectura debe tener en cuenta al entorno integrándolo para que genere la interacción y arraigo emocional, mediante la forma y volumetría del proyecto promoviendo la participación activa y la interacción inclusiva entre el equipamiento y el usuario, teniendo en cuenta las características físicas, cultural, histórico, integración visual y las conexiones sociales (Leaño, 2023).

2.2.1.2. ESTADO DE LA CIRCULACIÓN

En edificaciones de actividades comerciales deberá contener espacios para el traslado de las personas tanto para el ingreso, exterior, interior y demás áreas, estos conductos deberán ser divididos para clientes, empleados y proveedores para su traslado eficiente y seguro deberán contar el diseño mínimo que la Resolución Ministerial N° 061-2021-VIVIENDA que modifica a la Norma Técnica A.070 “Comercio” del Reglamento Nacional de Edificaciones donde presenta a los requisitos mínimos de circulación en su Art. 12 Pasajes de circulación (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2021).

Conectividad espacial: se debe relacionar con los diferentes espacios dentro de una edificación ya que deben estar interrelacionados permitiendo el movimiento o la interacción fluida entre ellos. Implica tanto el diseño físico de las conexiones entre espacios (puertas, pasillos, escaleras, atrios) como la percepción y experiencia de las personas al transitar de manera que se pueden establecer relaciones de movilidad (Santos & De la Rivas, 2008).

Fluidez del tráfico: Los espacios están diseñados para facilitar el movimiento sin obstáculos, asegurando que las personas puedan desplazarse de manera sencilla y clara de un área a otra, ya sea dentro de una edificación (Eziena arquitectura, 2023).

Anchos de pasillos: Las edificaciones para su conectividad espacial brindan pasajes de circulación que dan acceso según el tipo de usuario que las empleará para ello es necesario hacer uso de las medidas mínimas que el Reglamento Nacional de Edificaciones brinda en su Norma A.070 de comercio en el capítulo III Características de los

componentes que muestra al Art. 10, Art. 11 y Art. 12. (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2021).

Puntos de congestión: Se presentan en espacios donde se acumula o se ralentiza el flujo de personas, debido a una mala distribución espacial, diseño inadecuado, o alta densidad de clientes en ciertos momentos. Estos puntos pueden dificultar la movilidad y afectar la experiencia de compra, se dan por casos de pasajes insuficientemente amplios, limitados ingresos, bloqueos en el camino y la intersección de pasillos (Eziena arquitectura, 2023).

Condiciones de pavimento: Las condiciones adecuadas no solo influyen en la experiencia del cliente, sino también en la operatividad del mercado y el cumplimiento de normativas de seguridad, existiendo niveles determinando estas condiciones como inapropiado, moderado, aceptable y optimo, todos ellos resultan de un factor o problema diferente en campos como económico, poblacional, ambiental, patrimonial y estético (Menendez, 2013).

2.2.1.3. FUNCIONALIDAD ARQUITECTÓNICA

Abarca el entendimiento y resolución a todas las necesidades del usuario, comprendiendo los lineamientos para un diseño que den mejor confort (Ayala, 2022).

Por ello el objetivo principal de una edificación radica en contener espacios que funcionen afectivamente para su uso adecuado, cumpliendo su propósito y con las siguientes características circulación, accesibilidad, iluminación, ventilación y la sostenibilidad (Villafrute, Zevallos, Maldonado, & Vines, 2019).

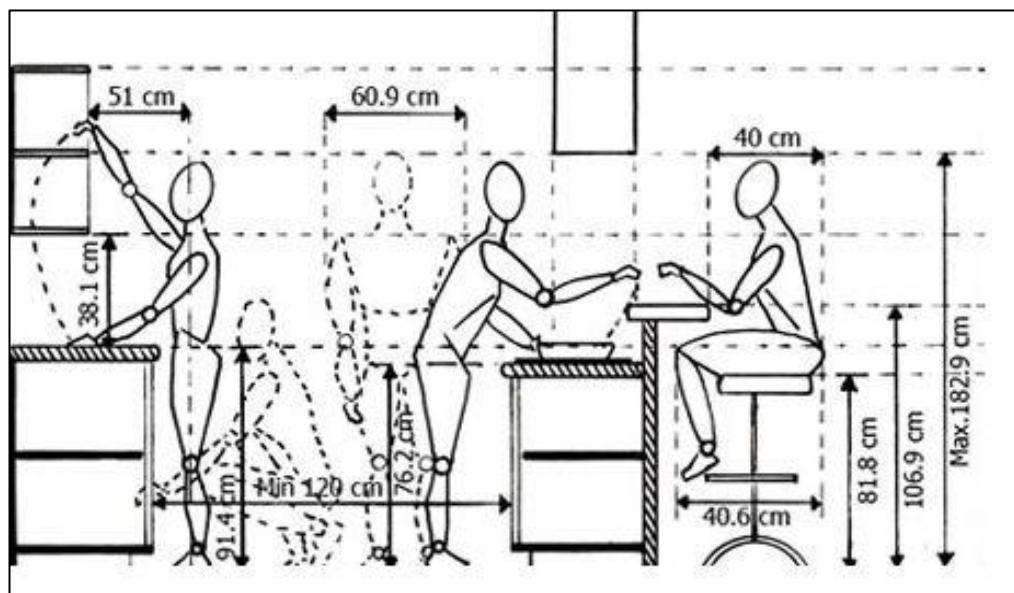
Equipamientos, servicios y condición espacial: Para poder tener una guía se establecen reglamentos de condiciones de diseño mínimo para una infraestructura productiva como la Resolución Ministerial N° 00086-2021 que aprueba a la norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas donde mencionan al Art. 10 La composición (Área de comercialización, Área de comercialización complementaria, Área de abastecimiento, control y despacho, área de administración y servicios complementarios, área de energía y

mantenimiento y área de residuos sólidos) y al Art. 11 Requerimientos mínimos por categoría (Ministerio de la Producción, 2021).

Ergonomía: La aplicación de principios de diseño que optimizan la interacción entre los clientes, empleados y el entorno físico del establecimiento, con el objetivo de mejorar la comodidad, la eficiencia, la seguridad y la experiencia general de compra beneficiando tanto a los usuarios como al negocio, al facilitar la circulación, reducir la fatiga y el esfuerzo físico (Huaman, 2019).

Figura 6

Relación de medidas favorables en relación de la persona con el espacio



Nota. En el sitio web Kansei (en climas templados) muestra una ilustración como ejemplo de una ergonomía que relacional al hombre con el espacio de una cocina. Tomada de *Kansei* [Ilustración], (Kansei, 2016), Todas las Medidas de una Cocina - Kansei Cocinas | Servicio profesional de Diseño y Decoración de Cocinas

Confort: Para poder estimar el confort de un espacio será necesario captarlo mediante los sentidos ya que estos están tangentes en el individuo y permitirá captar el entorno en el que está presente, el cual hace reflejar el estado físico y mental frente al grado de satisfacción que le brinda el medio donde está ubicado ya que puede ser el exterior o el interior de un espacio, el incorrecto uso o diseño puede generar

incomodidad a la hora de habitar los espacios, puede causar algún tipo de enfermedad, molestias por ruido, entre otras cosas (Florez, 2020).

Adecuación del espacio: La adecuación de un espacio es de acuerdo al nuevo continuo uso, la edificación inicia el proceso de transformación para adquirir las funciones mínimas de las nuevas necesidades, estos cambios en el uso traen consigo adaptaciones formales para poder desempeñar actividades de una manera confortable pero estas adaptaciones se vuelven formales si la edificación transformada cumplía con actividades similares a la nueva para poder dar usos correctos en la edificación de caso contrario la adaptación que se realizó difiera en la forma general ocasionando mayores gastos e inconformidad (Cruz, 2021).

Eficiencia espacial: Para que los espacios muestren eficiencia deben ser dotados de equipamientos o elementos de calidad que puedan generar pertenencia que el espacio integrando así tres elementos como los naturales, donde se encuentran los espacios verdes que generen paisajismo y recreación, el segundo elemento los equipamientos artificiales como la circulación peatonal y vehicular, articulación para dotar y generar la socialización, cultural y arquitectónica, y el tercer elemento donde se encuentran los componentes complementarios como la señalización, seguridad y los mobiliarios pertinentes (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2005).

2.2.2. CONFLUENCIA COMERCIAL

La confluencia comercial es una combinación de factores económicos, geográficos y culturales que potencian el intercambio y el desarrollo del comercio donde diferentes rutas o redes comerciales se encuentran, permitiendo una mayor variedad de productos y servicios disponibles que pueden generar aglomeración de personas. (Garrocho, Álvarez, & Chavez, 2012)

2.2.2.1. COMBINACIÓN ESTILÍSTICA

Uso de diferentes elementos de diseño y estilos arquitectónicos, decorativos y visuales para crear un entorno atractivo, funcional y alineado con la identidad de la marca o el tipo de negocio. En los

mercados minoristas, la combinación estilística no solo impacta la estética, sino que también influye en la percepción del cliente, la experiencia de compra y la funcionalidad del espacio (Webmazer, 2023).

Integración de materiales y coherencia cromática: La elección y combinación de materiales en una edificación responde a aspectos estéticos, funcionales y técnicos. Los materiales deben seleccionarse considerando tanto sus propiedades físicas (durabilidad, resistencia, mantenimiento) como su capacidad de integrarse visualmente con el conjunto arquitectónico (Martina, y otros, s.f.).

La armonía en el uso de los colores en una edificación, tanto en su exterior como en el interior. Esta coherencia es crucial para lograr un diseño equilibrado y estéticamente agradable, así como para comunicar la intención arquitectónica del proyecto (Aprendemus, 2023).

Interrupciones visuales: La percepción de los ambientes y de una infraestructura es importante para la atracción del usuario, al no tener armonía en cuanto al diseño de los distintos espacios cualquier elemento en el entorno físico podrá hacer que se capte la atención del cliente y lo aleje momentáneamente de su ruta de compra habitual, y la aglomeración de elementos llamativos resultara en una contaminación visual que se manifiesta en una sobrecarga de anuncios publicitarios, elementos de alumbrado público (postes y aglomeración de cables) e instalaciones sanitarias (tubos pluviales) (Chinchay & Rodriguez, 2022).

Confort visual: Un espacio que proporciona confort visual permite a las personas ver claramente sin esfuerzo excesivo, evitando fatiga ocular, distracciones o incomodidades derivadas de la iluminación, colores, contrastes o elementos visuales del entorno, el confort es esencial en espacios como oficinas, hogares, tiendas, y otros ambientes donde la calidad de la luz y el diseño visual juegan un papel importante por ello se debe considerar aspectos como: iluminación, distribución lumínica, colores y contrastes todo ello para la visibilidad cómoda (Tomás, 2019).

2.2.2.2. FLUJO DE USUARIOS

La presencia de usuarios en un espacio determinado como los pasadizos generan flujos en el ducto de acuerdo al movimiento y comportamiento de los clientes al transitar por los pasillos. Este flujo es clave para el diseño y gestión eficiente del espacio, ya que afecta tanto la experiencia del cliente como el rendimiento de las ventas, la mayoría de estos se presencia en nodos céntricos de la ciudad o en espacios llamativos con choques de pasadizos generando aglomeración de personas, así mismo muestra su importancia de un flujo fluido y cómodo ya que resulta un aumento de ventas, comodidad y optimización del espacio, (Puentes, 2019) por ello cuenta con factores que influyen en el flujo de personas tales como:

Frecuencia de uso: Las zonas calientes son las áreas donde los clientes tienden a detenerse más, generalmente cerca de las entradas, cajas registradoras o productos populares. Las zonas frías son áreas menos frecuentadas. La distribución de productos estratégicos puede optimizar este flujo, llevando a los clientes a todas las áreas del mercado (Puentes, 2019).

Efecto del mobiliario: La colocación de estaciones de autoservicio, carritos de compra, y cajas registradoras también puede impactar el movimiento, generando cuellos de botella o facilitando la fluidez (Puentes, 2019).

Obstáculos en el flujo: El ancho de los pasillos, la disposición de las góndolas y exhibiciones influyen en cómo se mueven los clientes (Puentes, 2019).

2.2.2.3. DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIO Y PUESTOS COMERCIALES

En los mercados minoristas se ubican una variedad de productos y servicios dentro del espacio de venta, abarcando múltiples categorías para atraer a una amplia gama de clientes y satisfacer diversas necesidades de consumo, por lo cual el mercado modelo de Huánuco presenta los siguientes tipos de puestos comerciales: 1. Puestos para la sección de pescados y mariscos, 2. Puestos para la sección carnes

rojas, 3. Puestos para la sección de carnes blanca y menudencias, 4. Puestos para la sección de frutas, verduras y tubérculos, 5. Puestos para la sección de florerías, 6. Puestos para la sección de juguerías, 7. Puestos para la sección de especias, 8. Puestos para la sección de panaderías, 9. Puestos para la sección de ventas de indumentaria, 10. Puestos para la sección de comidas y 11. Puestos de venta general (Aliaga, 2019).

Variedad de tamaños de puestos comerciales: El dimensionamiento del puesto debe ser calculado tomando en consideración los aspectos funcionales y el acondicionamiento del equipamiento y mobiliario interno (Ministerio de la Producción, 2021).

Figura 7

Dimensión de puesto por tipo de alimentos

Tipo de alimentos	m ²
Carnes, pescados y productos, abarrotes, mercería.	4 m ²
Cocina	6 m ²
Otros productos	5 m ²

Nota. El ministerio de la producción muestra la Norma Técnica para el Diseño de Mercados de abastos Minoristas, mencionando a las medidas mínimas de puestos por tipos de alimentos. Tomada del Ministerio de la Producción [Ilustración], (Ministerio de la Producción, 2021).

Las dimensiones de los puestos deben ser diseñados acorde al estudio de demanda y volumen de ventas, considerando que se garantice la ergonomía, seguridad, higiene, sanidad, inocuidad y maniobrabilidad (Ministerio de la Producción, 2021).

Comercio formal: Está conformada por una serie de normas de cada país donde se realiza, cuenta con los reglamentos mínimos para su funcionalidad y estatutos legales vigentes que proporcionan ventajas y seguridad a los consumidores como garantías del producto ofrecido, instalaciones altamente adecuadas para su funcionalidad y distintos métodos de consumo y pago, también menciona que este comercio en

gran mayoría presenta desventajas como la documentación engorrosa, el elevado precio de sus artículos, y sufre complicaciones económicas por parte de la sociedad que no cuentan con los recursos para su formalización (Guzmán, 2015).

Comercio ambulante: La arquitectura del comercio ambulatorio tiene características similares al comercio informal, ya que pueden ser fijos o también de fácil movimiento, esta segunda característica es primordial porque facilita su ubicación y reubicación de un lugar a otro en cualquier entorno. (Espinoza, 2021)

Al no estar formalizados presencian mayor ingreso económico tanto por no solventar la formalización o la documentación correspondiente y su ubicación deliberada que los facilitan hallar áreas donde tengan mayores consumidores generando competencias con el comercio formal (Alfonso & Sanchez, 2020).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Apropiación: Acción de atribuirse algún elemento ya sea en términos físicos, culturales, simbólicos, espacios, etc. (Real Academia Española, 2024).

Confluencia: La confluencia es la unión o el punto de encuentro de varios elementos que, al juntarse, crean algo nuevo o diferente (Real Academia Española, 2024).

Ergonomía: Estudio de la adaptación de las máquinas, muebles y utensilios a la persona que los emplea habitualmente, para lograr una mayor comodidad y eficacia (Real Academia Española, 2024).

Estilo arquitectónico: Conjunto de características que identifican la tendencia artística de una época, o de un género o de un autor (Real Academia Española, 2024).

Mercado: El mercado es un espacio público abierto, donde se generan las ventas, compras o permutación de bienes o servicios de productos (Real Academia Española, 2024).

Mercado minorista: Establecimiento en el que comerciantes distribuidos en puestos venden a usuarios en pequeñas cantidades productos agropecuarios, productos hidrobiológicos, abarrotes, productos de

limpieza personal, del hogar y otros productos alimenticios y no alimenticios o brindan servicios menores complementarios (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2021).

Puesto comercial: Denomínese a los espacios interiores delimitados, con estructura física adecuada para la comercialización de alimentos y productos autorizados (Aliaga, 2019).

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Hi: Existe una relación significativa entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco 2025.

Ho: No existe una relación significativa entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco en 2025.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS

- Existe una relación directa entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.
- Existe una relación significativa entre el estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.
- A disminución de la confluencia de los puestos comerciales mejora la funcionalidad arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.

2.5. VARIABLES

2.5.1. VARIABLE DEPENDIENTE

Confluencia Comercial

Definición conceptual:

La confluencia comercial es una combinación de factores económicos, geográficos y culturales que potencian el intercambio y el desarrollo del comercio donde diferentes rutas o redes comerciales se encuentran, permitiendo una mayor variedad de productos y servicios disponibles que pueden generar aglomeración de personas. (Garrocho, Álvarez, & Chavez, 2012)

Definición operacional:

La variable se operacionalizo con las 3 dimensiones principales de la variable independiente que son combinación estilística, flujo de usuarios y diversificación de puesto comercial, teniendo como instrumentos de medición el cuestionario y las guías de observación, ya que permitió la indagación de las opiniones del hecho del planteamiento del problema donde se marcan las conductas que se van a observar y analizar.

2.5.2. VARIABLE INDEPENDIENTE

Espacialidad Arquitectónica

Definición conceptual:

La espacialidad arquitectónica se refiere a la manera en que los espacios son diseñados, organizados y percibidos dentro de una obra arquitectónica. Este concepto abarca la relación entre las dimensiones físicas, visuales y sensoriales de un espacio y cómo estas influyen en la experiencia de las personas que lo habitan o transitan. (Páramo, y otros, 2018).

Definición operacional:

La variable se operacionalizo con las 3 dimensiones principales: Distribución arquitectónica, estado de la circulación y la funcionalidad arquitectónica, según ello se analiza sus respectivos índices teniendo como instrumentos de medición el cuestionario y las guías de observación, ya que permitió la indagación de las opiniones del hecho del planteamiento del problema.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
ESPACIALIDAD ARQUITECTÓNICA	La espacialidad arquitectónica se refiere a la manera en que los espacios son diseñados, organizados y percibidos dentro de una obra arquitectónica. Este concepto abarca la relación entre las dimensiones físicas, visuales y sensoriales de un espacio y cómo estas influyen en la experiencia de las personas que lo habitan o transitan. (Páramo, y otros, 2018).	La variable se operacionalizará con las 3 dimensiones principales: Distribución arquitectónica, estado de la circulación y la funcionalidad arquitectónica, según ello se analiza sus respectivas índices, teniendo como instrumentos las encuestas a los comerciantes y consumidores, ya que permitirá la indagación de las opiniones del hecho del planteamiento del problema.	Distribución arquitectónica	Carácter arquitectónico	Nominal (Observación si cuenta con carácter (Sí/No))
				Iluminación y ventilación	Nominal (Observación si cuenta con iluminación y ventilación (Sí/No))
				Salubridad y seguridad	Nominal (Observación de cumplimiento de normas (Sí/No))
				Zonificación	Nominal (correcta organización espacial (Sí/No))
		Estado de la circulación		Anchos de pasillos	Nominal (Cumplimiento de normas (Sí/No)) Nominal (comodidad al transitar por los pasillos de circulación)
				Puntos de congestión	Nominal (existencia de puntos de congestión en hora punta) Nominal (Existencia de obstáculos en los pasillos)
				Servicios	Nominal (El mercado ofrece servicios básicos en buen estado para su funcionamiento)
		Funcionalidad arquitectónica			Nominal (Cuenta con todos los servicios básicos reglamentarios (Sí/No))

						Nominal (La ergonomía de los distintos espacios es la adecuada (Sí/No))
						Nominal (Los tamaños de las áreas del mercado le permiten trabajar sin dificultades)
						Nominal (El comercio de puestos formales genera desorden en el espacio del mercado)
						Nominal (El comercio ambulatorio genera aglomeración en el mercado, dificultando la experiencia de compra)
						Nominal (Presencia de adecuación de espacios (Sí/No))
CONFLUENCIA COMERCIAL	La confluencia comercial es una combinación de factores económicos, geográficos y culturales que potencian el intercambio y el desarrollo del comercio donde diferentes rutas o redes comerciales se encuentran, permitiendo una mayor variedad de productos y servicios disponibles que pueden	La variable se operacionalizará con las 3 dimensiones principales: Actividades sociales, flujo de usuarios y la diversificación comercial, según ello se analizará sus respectivos índices, teniendo como instrumentos de medición a las fichas encuestas a los comerciantes y consumidores, ya que	Combinación estilística			Nominal (Observación si existe armonía material (Sí/No))
						Nominal (Presencia de materialidad adecuada (Sí/No))
						Nominal (El mercado cuenta con elementos que interrumpen tu campo visual)
						Nominal (Alto nivel de frecuencia de uso (Sí/No))

generar aglomeración de personas. (Garrocho, Álvarez, & Chavez, 2012)	permitirá la indagación de las opiniones del hecho del planteamiento del problema donde se marcan las conductas que se van a observar y analizar.	Diversificación de puestos comercial	Relación entre tamaño del local y tipo de producto	Nominal (El tamaño de los puestos comerciales se ajusta correctamente a los productos en venta)
---	---	--------------------------------------	--	--

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación del presente proyecto es la investigación básica, porque se analiza la relación que existe entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco, para poder aumentar los conocimientos y las bases teóricas que se tiene sobre el presente tema sin un objetivo practico inmediato (Carrasco, 2007).

3.1.1. ENFOQUE

El enfoque de la presente investigación es el enfoque cuantitativo, porque examina la medida de la relación que puede existir entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del del mercado modelo de Huánuco, para ello fue necesario recurrir a datos estadísticos, gracias a los datos que se va a recolectar mediante las encuestas y guías de observación dirigidos a los comerciantes y consumidores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

El alcance o nivel del presente proyecto de investigación es el alcance correlacional porque se realizó un análisis para entender el grado de relación que tiene la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco, para así poder cuantificar la vinculación que tienen entre sí y dar respuesta según su comportamiento que puede ser positiva o negativa (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.1.3. DISEÑO

El diseño del proyecto de investigación es no experimental – transversal - correlacional, porque se estudió la relación de las variables en un tiempo determinado, esto se realizó en el momento exacto en el que se suscitó los contextos ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación (Carrasco, 2007).

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La unidad de análisis del proyecto de investigación es el mercado modelo de Huánuco, porque es donde muestra la problemática general en el planteamiento del problema, por ello es necesario ser estudiado en todos sus aspectos, como los participantes, objetos, sucesos o colectividades. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.2.1. POBLACIÓN

Se tomo como población el aforo total del mercado, que se detalla y muestra con la siguiente formula:

Área útil:

$$\text{Área Útil} = \text{Área total} \cdot (1 - \text{Porcentaje de ocupación})$$

$$\text{Área Útil} = 12885.82 (1 - 0.10)$$

$$\text{Área Útil} = 11567.238 \text{ m}^2$$

Aforo total:

$$\text{Aforo} = \frac{\text{Área Útil (m}^2\text{)}}{\text{Espacio requerido por persona (m}^2\text{ / persona)}}$$

$$\text{Aforo} = \frac{11567.238 \text{ m}^2}{2 \text{ m}^2}$$

$$\text{Aforo total} = 5783 \text{ personas}$$

Donde se considerará a los vendedores con puestos comerciales en su totalidad que, según el presidente de la junta directiva, en la actualidad cuentan con 1180 puestos activos, siendo así una población general que pertenecen al caso principal del proyecto de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.2.2. MUESTRA

Teniendo como muestra el cálculo de manera probabilística con la fórmula de Andrew Fisher según los siguientes datos:

Figura 8

Cálculo de la muestra para poblaciones finitas

FORMULA DE CALCULO	
$n =$	$\frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$
Donde:	
Z =	nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
p =	Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
q =	Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
	Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
N =	Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
e =	Error de estimación máximo aceptado
n =	Tamaño de la muestra

Nota. En el sitio web Unknown muestra una ilustración que contiene el cálculo de la Muestra Poblaciones Finitas. Tomada de *Unknown* [Ilustración], (Unknown, s.f.), estadística: CÁLCULO DE LA MUESTRA POBLACIONES FINITAS (estadistica-andi-chan.blogspot.com)

Donde los datos tomados son:

N = Total población = 5783

Z = 95% = 1.96

P = Probabilidad o proporción esperada = 0.5

q = 0,5

e = 4% = 0.04

$$n = \frac{(1.96^2) \cdot (5783) \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.04^2 \cdot (5783 - 1)) + (1.96^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5))}$$

$$n = 544$$

El tamaño de la muestra es de 544 personas entre comerciantes y consumidores del establecimiento.

3.2.3. MUESTREO ESTRATIFICADO

Ahora se hallará la fracción por estratos según los puestos comerciales y consumidores del mercado según la siguiente formula:

Donde:

$$fh = \frac{n}{N} = \frac{544}{5783} = 0.094$$

n = Muestra total

N = Población total

fh = Fracción de la muestra

A continuación, se hallará una muestra por cada tipo de estrato siguiendo la siguiente formula:

$$nh = Nh \times fh$$

Donde:

Nh = Sub población

fh = Fraccion de la muestra

nh = Muestra de los grupos

Tabla 2

Muestreo proporcional por estrato

TIPO	Nh	fh	nh
Puestos comerciales	1180	0.094	111
Ambulantes estimados (10% del total de puestos)	118	0.094	11
Consumidores	4485	0.094	422
TOTAL	5783		544

Nota. Tipos de la población general del Mercado Modelo de Huánuco

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. TÉCNICAS

La técnica principal para la recolección de datos fue mediante una encuesta para reunir los datos de acuerdo a los objetivos que se deseaba conocer, dirigido a los usuarios principales del inmueble como los comerciantes y consumidores.

También se hizo uso de la observación, para registrar el estado de la arquitectura, funcionalidad, espacialidad y seguridad, por ello la técnica de recolección de datos debe ser mediante el uso de una serie de pasos para la recopilación y registro con el propósito de procesarlo y convertirlo en información (Carrasco, 2007).

3.3.2. INSTRUMENTOS

El instrumento necesario para la recolección de datos fue el cuestionario donde se plasmaron las posiciones de los usuarios principales, con preguntas de acuerdo a cada indicador y respuestas a una escala de Likert (Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indeciso, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo) (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

También fue necesario emplear una guía de observación para registrar los datos visualizados según cada índice, utilizando respuestas cerradas, como "sí" o "no", ya que es necesario registrar datos que se generan como resultado del contacto directo entre el investigador y la realidad (Carrasco, 2007).

Tabla 3

Técnicas e instrumentos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación no experimental	Guía de observación
Encuesta	cuestionario

Tabla 4

Objetivos y estrategias metodológicas

	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATEGIA	
		Cuantitativo	Cualitativo
ETAPA 1	Analizar el nivel de relación entre la confluencia comercial y la distribución arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.	Guía de observación	
ETAPA 2	Identificar la medida de relación de la confluencia comercial y el estado de circulación del mercado modelo de Huánuco 2025.	Cuestionario	

ETAPA 3	Estudiar el nivel de relación entre la confluencia comercial y la funcionalidad arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.	Cuestionario Guía de observación
---------	--	---

Tabla 5

Ficha de identificación objetivos de instrumentos y conceptos

ETAPA 1			
Objetivo específico 01 de la investigación	Analizar el nivel de relación entre la confluencia comercial y la distribución arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.		
Instrumento	Unidad de Análisis/sujeto	Objetivo	Concepto
Guía de observación	Infraestructura del mercado modelo de Huánuco	Analizar el espacio arquitectónico como el área, función y estado de los puestos comerciales	Área construida, espacios interiores y exteriores como vías aledañas
ETAPA 2			
Objetivo específico 02 de la investigación	Identificar la medida de relación de la confluencia comercial y el estado de circulación del mercado modelo de Huánuco 2025.		
Instrumento	Unidad de Análisis/sujeto	Objetivo	Concepto
Cuestionario	Comerciantes, ambulantes y consumidores del mercado modelo de Huánuco	Reconocer la apreciación de la circulación y su comodidad transitando por el área	Apreciación del uso de las vías de circulación en general
Guía de observación	Rutas de circulación del mercado modelo de Huánuco	Analizar la circulación de todos los espacios comerciales	Área construida, espacios interiores y exteriores como vías aledañas
ETAPA 3			
Objetivo específico 03 de la investigación	Estudiar el nivel de relación entre la confluencia comercial y la funcionalidad arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.		
Instrumento	Unidad de Análisis/sujeto	Objetivo	Concepto
Cuestionario	Comerciantes, ambulantes y consumidores del mercado modelo de Huánuco	Reconocer la apreciación de su puesto de trabajo o espacio de compra	Apreciación del uso de los espacios en general del mercado

Guía de observación	Infraestructura del mercado modelo de Huánuco	Analizar los espacios de venta y de socialización de acuerdo al servicio brindado	Área construida, espacios interiores y exteriores como vías aledañas
---------------------	---	---	--

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La técnica utilizada para el procesamiento y análisis de la información en este proyecto incluyó el uso de herramientas como IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences). Este software permitió generar y clasificar las respuestas obtenidas a través de encuestas y fichas de observación aplicadas a diversos comerciantes y consumidores. Además, se integró los datos recopilados mediante la observación directa del mercado, representándolos gráficamente en formato de barras para facilitar su interpretación y análisis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Para poder llegar a los resultados se realizó mediante la aplicación de los instrumentos como del cuestionario y la guía de observación en el tamaño de muestra de 550 personas para contestar 9 preguntas, datos que fueron utilizados en la herramienta IBM SPSS Statistics como se muestra en la figura N° 9.

Figura 9

Importación de los datos recopilados en la encuesta al SPSS

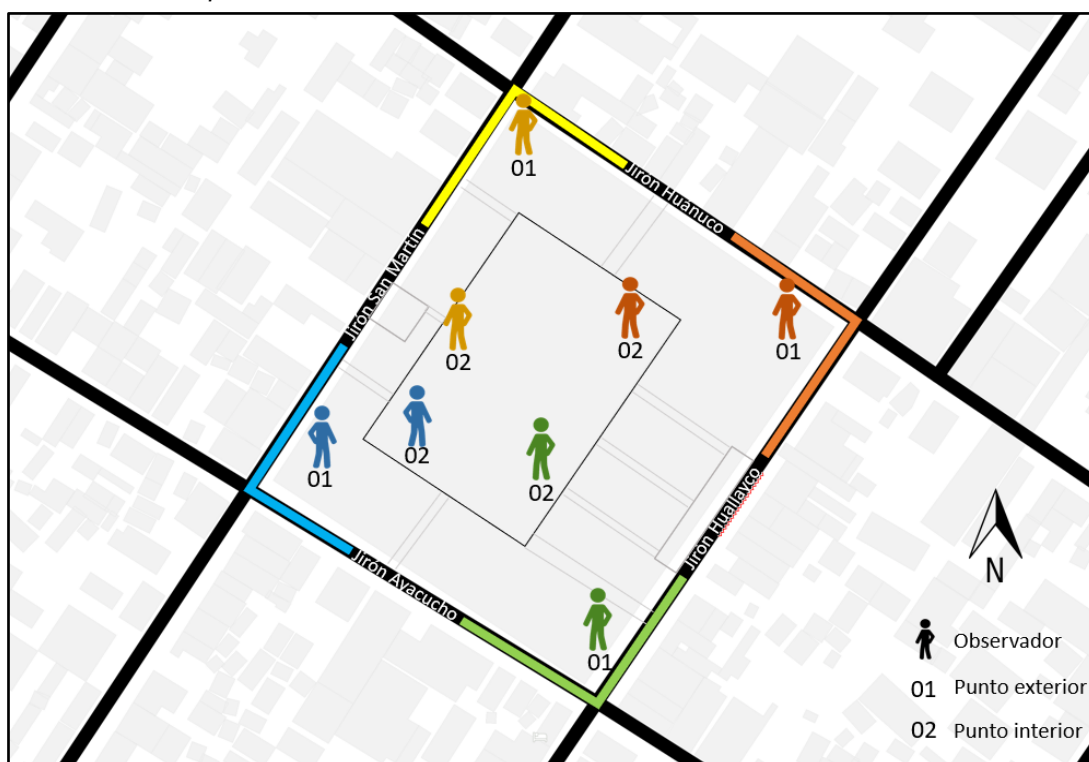
	Genero	Usuario	Lugar	Edad	Pasillos	Congestion	Obtaculos	Servicios	Areas	PuestosFormales
1	FEMENINO	CONSUMIDOR	AMARILIS	56-65 AÑOS	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
2	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	26-35 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
3	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	36-45 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
4	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	20-25 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
5	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	36-45 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
6	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	56-65 AÑOS	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
7	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	MÁS DE 65 AÑOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
8	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	20-25 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
9	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	36-45 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	20-25 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
11	FEMENINO	COMERCIANTE	OTRO	MÁS DE 65 AÑOS	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
12	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	20-25 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
13	MASCULINO	CONSUMIDOR	AMARILIS	46-55 AÑOS	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
14	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	56-65 AÑOS	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
15	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	MÁS DE 65 AÑOS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
16	MASCULINO	CONSUMIDOR	AMARILIS	46-55 AÑOS	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
17	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	36-45 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
18	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	56-65 AÑOS	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
19	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	26-35 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
20	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	MÁS DE 65 AÑOS	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
21	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	36-45 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
22	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	56-65 AÑOS	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
23	MASCULINO	CONSUMIDOR	HUÁNUCO	36-45 AÑOS	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
24	MASCULINO	CONSUMIDOR	AMARILIS	46-55 AÑOS	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
25	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	56-65 AÑOS	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
26	FEMENINO	COMERCIANTE	PILCO MARCA	56-65 AÑOS	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo
27	MASCULINO	CONSUMIDOR	AMARILIS	46-55 AÑOS	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences).

Para la guía de observación se tomó 8 puntos entre ubicaciones interna y externas del mercado de acuerdo a las 4 direcciones, que evidenciaron las características físicas observadas de cada punto como se muestra en la figura N° 10, generando así datos que fueron utilizados en la herramienta IBM SPSS Statistics como se muestra en la figura N° 11.

Figura 10

Ubicación de los puntos de observación



Nota. Elaboración propia de acuerdo a las ubicaciones que se optó según los ingresos directos al interior del mercado.

Figura 11

Importación de los datos recopilados en la guía de observación al SPSS

La imagen muestra la interfaz de IBM SPSS Statistics. En la parte superior hay una barra de menú con opciones como Archivo, Editar, Ver, Datos, Transformar, Analizar, Gráficos, Utilidades, Ampliaciones, Ventana y Ayuda. Debajo hay una barra de herramientas con iconos para abrir archivos, guardar, imprimir, etc. El área principal muestra una hoja de cálculo con la siguiente estructura:

	Ubicación	Caracter	Iluminación y Ventilación	Normas	OrgEspacial	Materialidad	Fluidez	Pasillos	SerBásicos	Ergonomía	AdecEspacial	IntegraciónMaterial	FrecuenciaPeaton	ObstáculoFlujo	var	var
1	Jr. Huánuco Jr. Hualayo pt1	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI		
2	Jr. Huánuco Jr. Hualayo pt2	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	NO		
3	Jr. Hualayo Jr. Ayacucho pt1	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI		
4	Jr. Hualayo Jr. Ayacucho pt2	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI		
5	Jr. Ayacucho Jr. San Martín pt1	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	SI	NO		
6	Jr. Ayacucho Jr. San Martín pt2	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	SI	NO	SI		
7	Jr. San Martín Jr. Huánuco pt1	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	SI	NO		
8	Jr. San Martín Jr. Huánuco pt2	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI		
9																
10																
11																
12																
13																
14																
15																
16																
17																
18																
19																
20																
21																
22																
23																
24																
25																

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences).

También se muestra la puntuación del coeficiente del primer instrumento que es el cuestionario, el cual resultó en un 0.980, por lo que según los rangos de alfa de Cronbach se encuentra en un rango muy alto para la continuidad de la investigación.

Tabla 6

Puntuación del coeficiente del alfa de Cronbach

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,980	0,985	13

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences).

Por otro lado, se muestra la puntuación del coeficiente del segundo instrumento que es la guía de observación, el cual resultó en un 0.746, por lo que según los rangos de alfa de Cronbach se encuentra en un rango alto para la continuidad de la investigación.

Tabla 7

Puntuación del coeficiente del alfa de Cronbach

ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,746	11

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences).

Tabla 8

Rangos de alfa de Cronbach

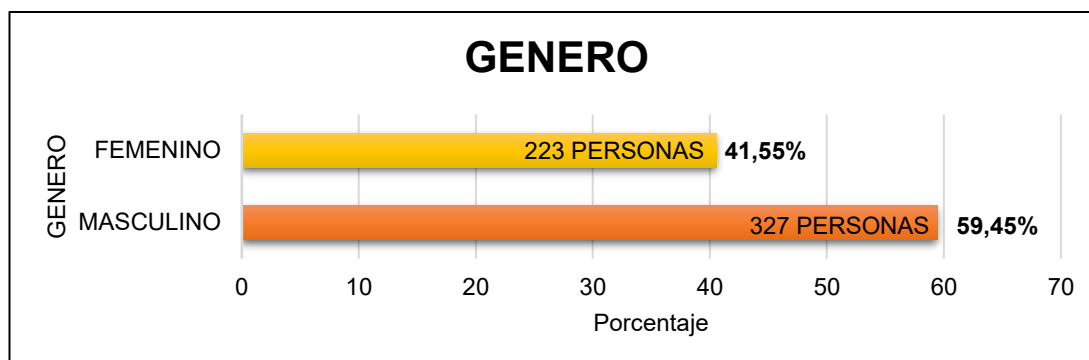
RANGOS	MAGNITUD
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Nota. En el libro titulado Metodología de la investigación cuantitativa muestra el cuadro de rangos de alfa de Cronbach. Tomada de *Fedupel* [Tabla], (Palella & Martins, 2012)^o, <https://drive.google.com/file/d/0B7gC0vup46j2M2txYjM4c1FNZTg/view?resourcekey=0-FZylqsYhblwqyUtTiTMlclg>

El cuestionario se realizó en área de estudio siendo el Mercado Modelo de Huánuco, aplicándose el primer instrumento el cuestionario, donde también se agregó las preguntas del género, tipo de usuario, lugar de donde provienen y la edad, para poder tener la información exacta tanto de comerciantes como de los consumidores lo cual mostro lo siguiente:

Figura 12

Genero del usuario encuestado



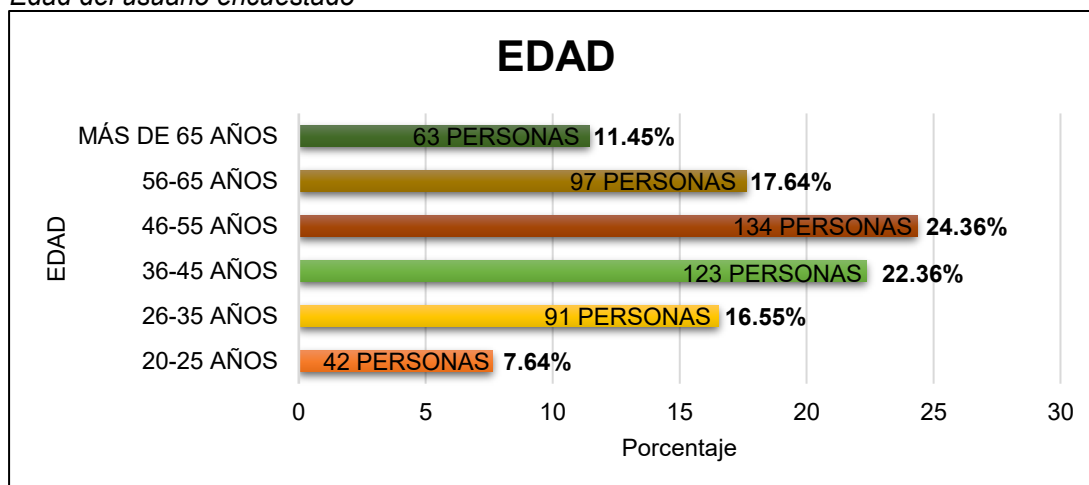
Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Se puede evidenciar que un 59.45% de los encuestados pertenece al género masculino siendo un total de 327 personas, sin embargo, existe una diferencia mínima entre el género femenino mostrando un 41.55% representando a un total de 223 personas, demostrando así que los usuarios asistentes al mercado en su mayoría son masculinos.

Figura 13

Edad del usuario encuestado



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

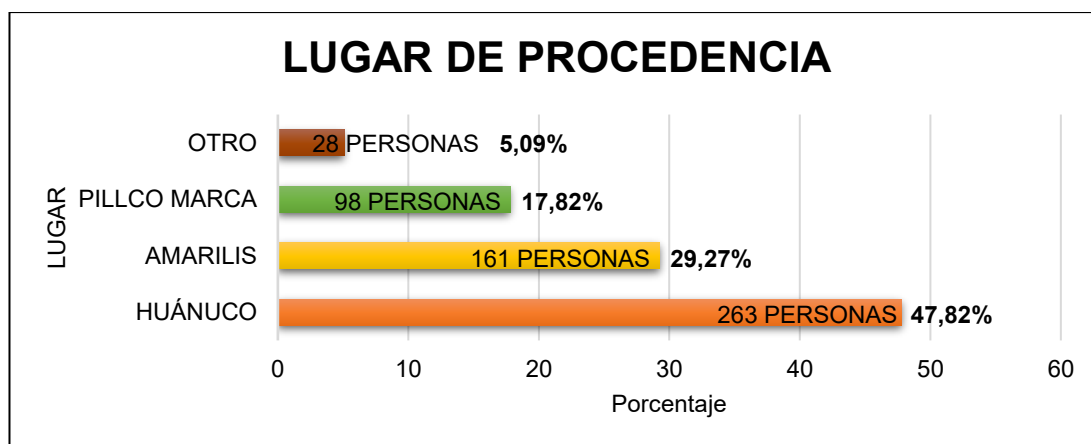
Análisis e interpretación

Se puede comprobar que los usuarios con mayor porcentaje de asistencia al mercado de Huánuco, tienen la edad de 46 a 55 años con un 24.36% siendo un total de 143 personas encuestadas mostrando así que pertenecen en gran medida a personas económicamente activas siendo responsables del abastecimiento, en segundo lugar se tiene a personas con 36 a 45 años de edad representando a un total de 22.36% siendo un número total de 123 personas encuestadas, por último se tiene una menor participación por jóvenes de 20 a 25 años con un 7.64% con un total de 42 personas, por la baja participación juvenil se sugirió una oportunidad para adaptar o modernizar algunos servicios del mercado.

También se realizó la encuesta para poder tener conocimiento de que lugares provienen los usuarios del mercado modelo, ya que al ser una edificación céntrica es notable la presencia de habitantes de distintas localidades, evidenciando según la encuesta lo siguiente:

Figura 14

Lugar de procedencia del usuario



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

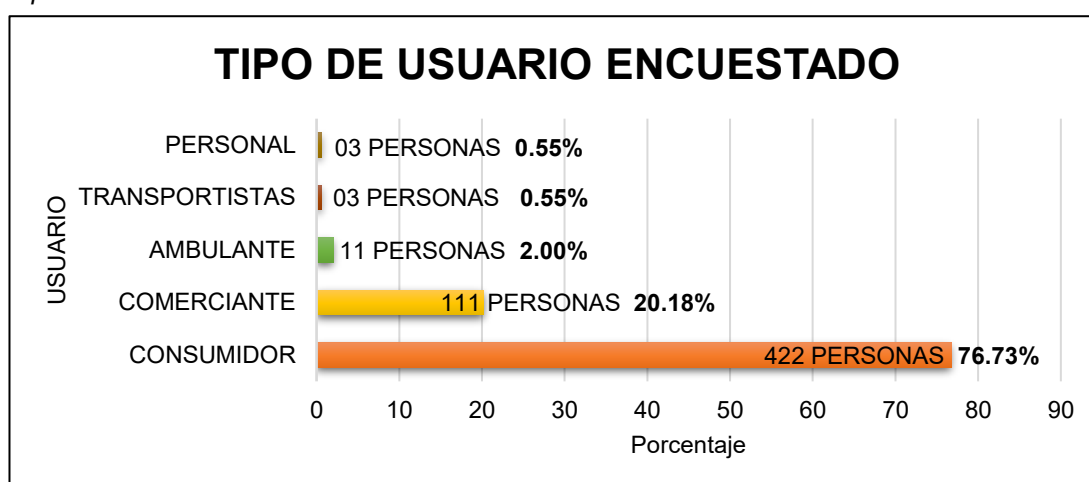
Análisis e interpretación

Se puede comprobar que los usuarios con mayor porcentaje de asistencia al mercado son del distrito de Huánuco, ya que, sería en consecuencia de la cercanía de la infraestructura para los habitantes por encontrarse en el mismo distrito, en segundo lugar se tiene a los habitantes pertenecientes al distrito de Amarilis con un 29.27% que realizan sus

adquisiciones de productos semanalmente en el mercado, por último se tiene al distrito de Pillco Marca con un 17.82% donde se asume que la asistencia de sus habitantes se debe a la lejanía y presencia de demás mercados en la zona, también se tiene a usuarios de otras localidades que en su manifestación se resalta las provincias de Dos de Mayo y Leoncio Prado, y de otras ciudades como Pasco, Junín y Lima.

Figura 15

Tipo de usuario encuestado



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Se puede evidenciar que un 72.73% de los encuestados pertenece al tipo de usuario de consumidor por la gran envergadura de asistentes que tiene el mercado, en segundo lugar se tiene a los comerciantes con un 20,18% abarcando a vendedores con puestos permanentes del exterior e interior, en tercer lugar se muestra a los vendedores ambulantes con un 2%, por último se tiene a transportistas y demás personal con un 0.55% respectivamente, ya que son personas en menor cantidad que sirven para el mejoramiento y administración del mercado.

Según el análisis descrito de los datos anteriores, se encuesta todas las interrogantes y para un estudio con mayor exactitud se complementó con los resultados de la guía de observación describiendo así por cada indicador con sus respectivos objetivos:

- **PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO:**

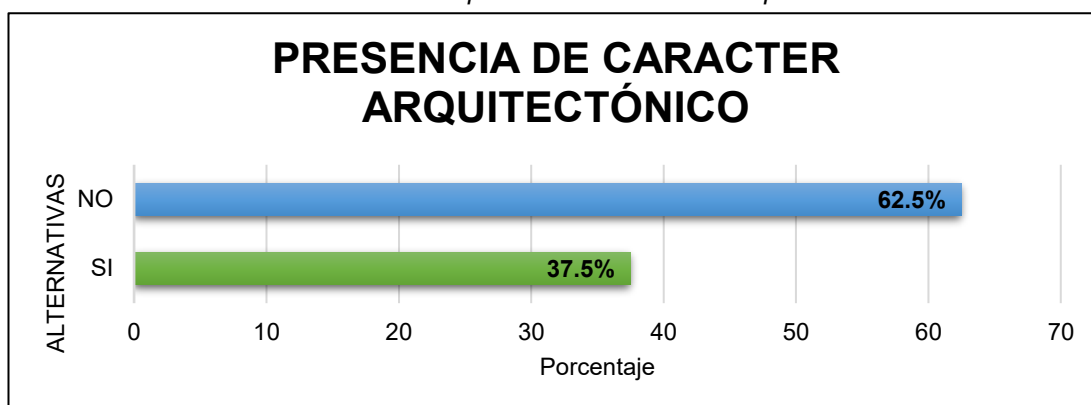
Analizar el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, por el cual se tuvo que abordar desde sus indicadores establecidos como: Carácter arquitectónico, iluminación y ventilación, normas de salubridad y seguridad, organización espacial, materialidad adecuada, relación entre tamaño del local y tipo de producto.

Del indicador: Carácter arquitectónico

Ítem 1: Observación de la infraestructura si presenta carácter arquitectónico (SI/NO)

Figura 16

Resultados de la observación sobre la presencia de carácter arquitectónico



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

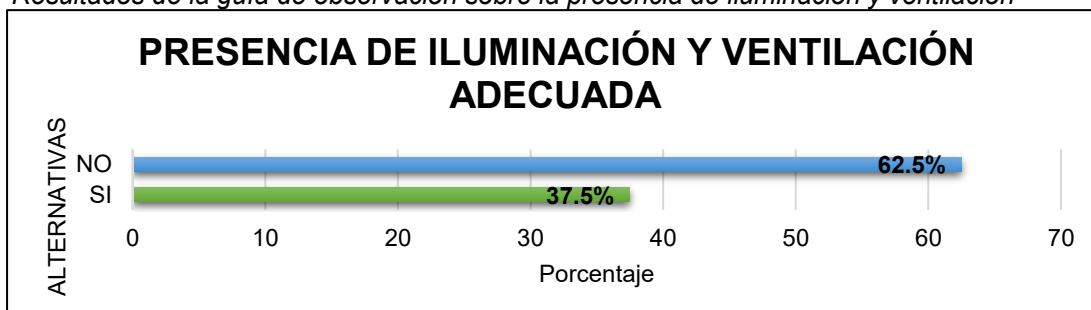
En la figura N° 16 se muestra el estudio mediante la observación sobre la presencia de carácter arquitectónico del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que en un 62.5% de la infraestructura no tiene un carácter de mercado ya que no presenta un ordenamiento o zonificación clara, algunos espacios de circulación poco transitables y deficiencia en su infraestructura como en su materialidad. También se muestra un 37.5% que si presenta carácter arquitectónico en el interior de la construcción ya que presenta algunos puestos comerciales organizados y funcionales.

Del indicador: Iluminación y ventilación

Ítem 1: Observación de la infraestructura si presenta una iluminación y ventilación adecuada (SI/NO)

Figura 17

Resultados de la guía de observación sobre la presencia de iluminación y ventilación



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

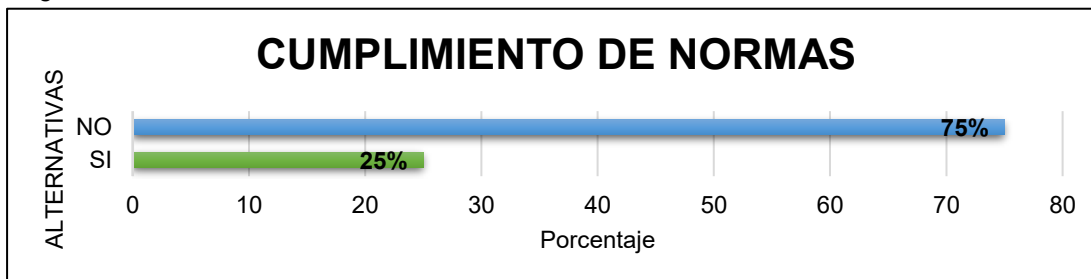
En la figura N° 17 se muestra el estudio mediante la observación sobre la presencia de iluminación y ventilación adecuada en el Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que en un 62.5% de la edificación no presenta lo adecuado para que el usuario se sienta cómodo en el establecimiento, y este problema se pudo visualizar que esta influenciado por la alta densidad de puestos, la materialidad de las cubiertas (esto se ve reflejado también en épocas de precipitación pluvial), por otro lado también se muestra que el 37.5 de la infraestructura si cuenta con los requisitos mínimos.

Del indicador: Normas de salubridad y seguridad

Ítem 1: Observación de la infraestructura si cumple con las normas de salubridad y seguridad (SI/NO)

Figura 18

Resultados de la guía de observación sobre el cumplimiento de normas de salubridad y seguridad



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos

Análisis e interpretación

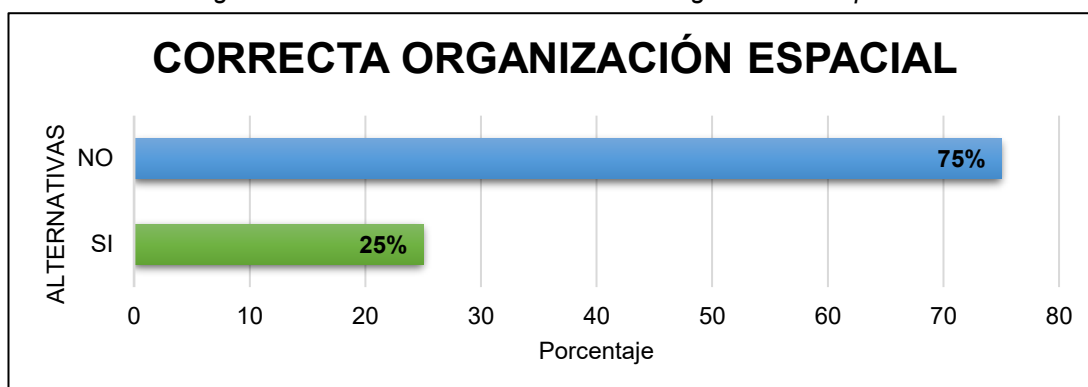
En la figura N° 18 se muestra el estudio mediante la observación sobre el cumplimiento de las normas de salubridad y seguridad del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que un 75% de la edificación no cumplen estas normativas esenciales para su funcionamiento como el de la limpieza por cada zona según su tipo de productos ofrecido y el tratado de los residuos sólidos que producen lo cual genera el poco higiene y olores desagradables. También se muestra que solo un 25% de la edificación si cumplen estas normas, pero por el tipo de producto que ofrecen que su mayoría son de puestos complementarios o de zonas secas.

Del indicador: Organización espacial

Ítem 1: Observación de la infraestructura si presenta una correcta organización espacial adecuada (SI/NO)

Figura 19

Resultados de la guía de observación sobre la correcta organización espacial



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

En la figura N° 19 se muestra el estudio mediante la observación sobre la correcta organización espacial del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que un 75% de la edificación no presenta una organización optima ya que la zonificación de los puestos de venta por productos no se distingue teniendo una aglomeración y combinación de estos puestos generando problemas como de la salubridad. También muestra que un 25% de la edificación si muestra una organización o zonificación por el intento de división

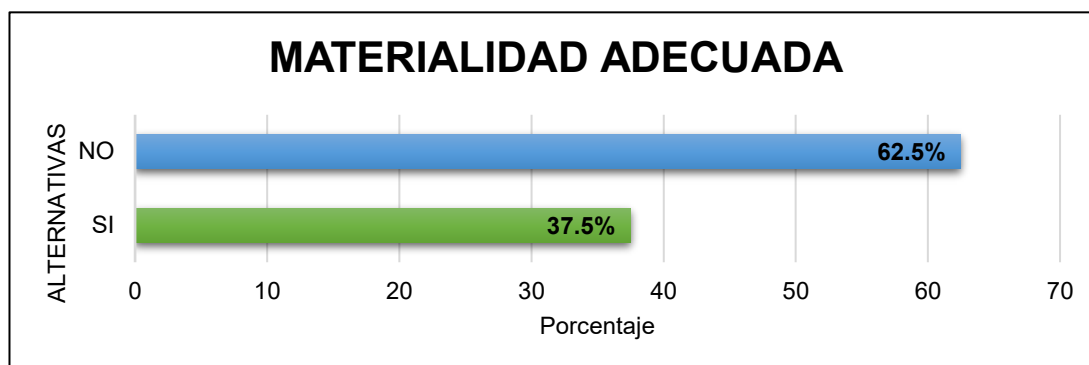
de productos como reas de cosmetología, venta de jugos y áreas de venta de productos de belleza.

Del indicador: Materialidad adecuada

Ítem 1: Observación de la infraestructura si presenta una materialidad adecuada (SI/NO)

Figura 20

Resultados de la guía de observación sobre la correcta organización espacial



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

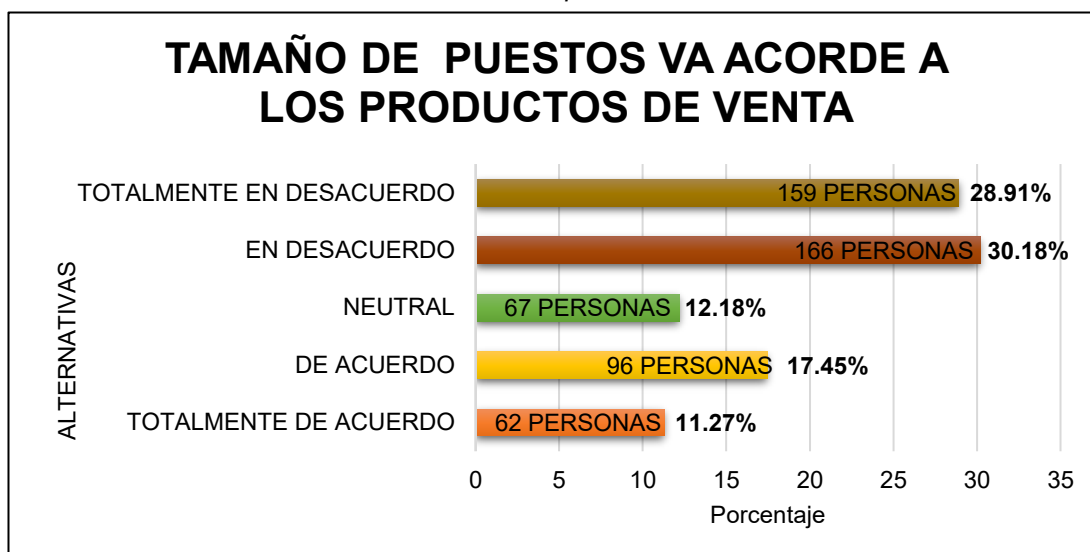
En la figura N° 20 se muestra el estudio mediante la observación sobre la presencia de materialidad adecuada del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que un 62.5% de la edificación no muestra una materialidad conveniente siendo materiales inflamables como la madera y cubiertas antiguas que representan un peligro de humedecimiento y probabilidad de desmoronamiento por el mismo uso. También se muestra que un 37.5% de la edificación si presenta una materialidad adecuada siendo eso visual en el interior, ya que están realizados con concreto y losetas facilitando su limpieza y poco probable de deflagración en los puestos comerciales, pero las cubiertas presentan deterioro por el tiempo de uso.

Del indicador: Relación entre tamaño del local y tipo de producto

Ítem 2: ¿Consideras que el tamaño de los puestos comerciales se ajusta correctamente a los productos en venta?

Figura 21

Resultados de la encuesta sobre el tamaño de puestos de venta



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

La figura anterior muestra la percepción de los encuestados de los usuarios del Mercado Modelo de Huánuco, con respecto a que si consideran que el tamaño del puesto de venta va acorde a los productos que ofrecen, puesto que la mayoría de ellos consideran de estar en desacuerdo que el tamaño de los puestos comerciales no concuerda con los productos en venta siendo un total de 30.18% y en un 28.91% también manifestó están en totalmente en desacuerdo, por otro lado un total de 11.27% manifestaron que el tamaño de su puesto comercial es adecuado para sus producto o servicios, lo que se sugiere que 2 de cada 3 puestos comerciales enfrentan limitaciones espaciales, lo cual conlleva a generar nuevas soluciones como el usos de las vías de circulación para minimizar el obstáculo de eficiencia operativa como la dificultad en la adecuada disposición de productos, reducción del confort, desorden, acumulación de productos y riesgo sanitario.

- **SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO SE TIENE:**

Identificar la medida de relación del estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, por el cual se tuvo que

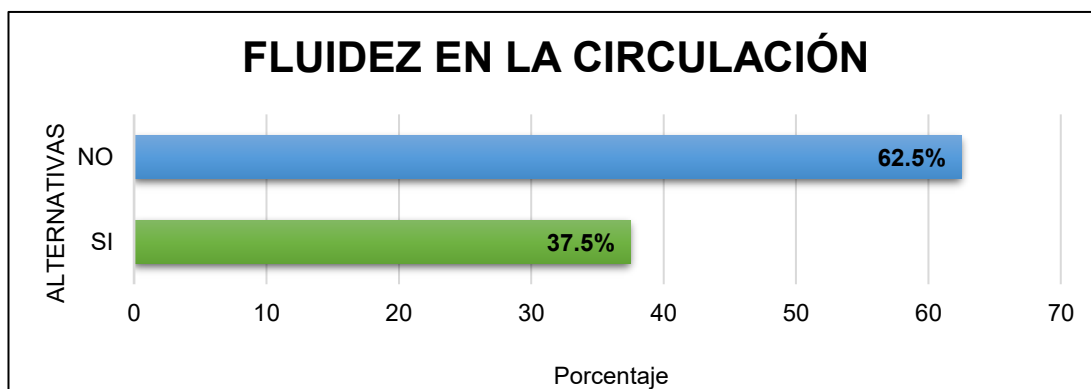
abordar desde sus indicadores establecidos como: Fluidez del tráfico, anchos de pasillos, puntos de congestión, frecuencia de uso y obstáculos en el flujo.

Del indicador: Fluidez del tráfico

Ítem 1: Observación de la infraestructura si presenta fluidez del tráfico en la circulación

Figura 22

Resultados de la guía de observación sobre la correcta organización espacial



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

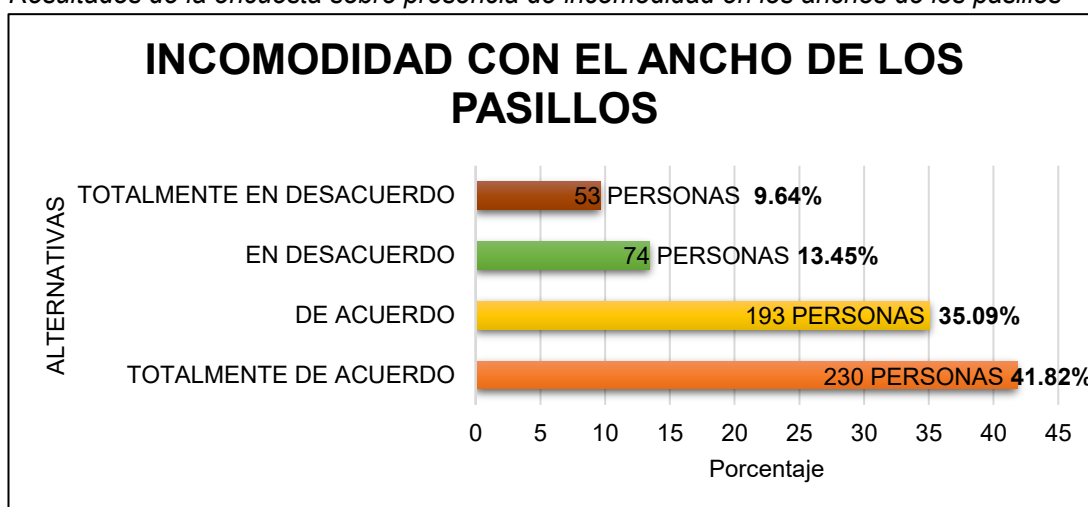
En la figura N° 22 se muestra el estudio mediante la observación sobre la fluidez del tráfico en la circulación del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que un 62.5% de la circulación no presenta una fluidez en zonas de mayor transpirabilidad de personas, teniendo como influencia las horas punta del día, ancho de pasillos, elementos sobresalientes de los puestos de venta y el tipo de productos de venta que ofrecen, todo ello ocasiona aglomeración de usuarios. También muestra que un 37.5% de la circulación si presenta fluidez de transpirabilidad esto se refleja por la ubicación de los puestos, ancho de pasillos y tipo de producto de venta.

Del indicador: Anchos de pasillos

Ítem 1: ¿Se siente incómodo al transitar por los pasillos de circulación del mercado?

Figura 23

Resultados de la encuesta sobre presencia de incomodidad en los anchos de los pasillos



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

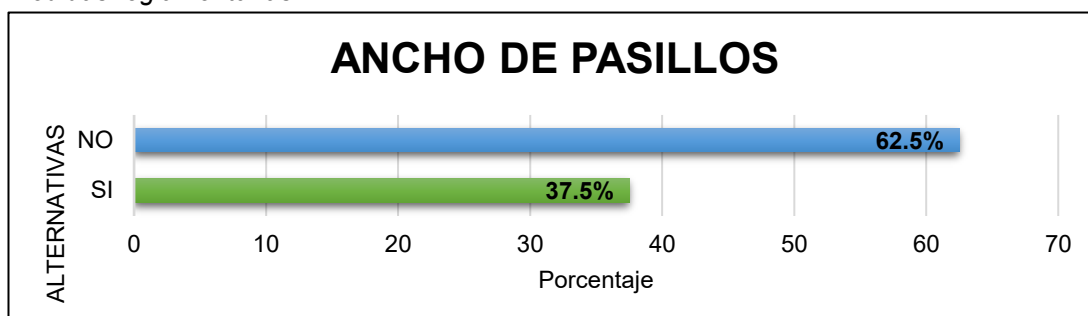
En la figura anterior se muestra la percepción de los encuestados de los usuarios del Mercado Modelo de Huánuco con respecto a la presencia de incomodidad respecto al ancho de los pasillos de circulación interior y alrededores de la infraestructura, puesto que resultó que un 41.82% de encuestados manifestaron que estar totalmente de acuerdo de sentir incomodidad, percibiendo así una deficiencia en el diseño o en el orden de la distribución del espacio, pudiéndose estar relacionado con la alta densidad de puestos, obstrucciones al paso o la existencia de mobiliarios no previstos, dando como resultado la congestión de usuarios y molestias en la experiencia de compra y de venta de productos.

Por otro lado, la representación del 9.64% de las personas que están totalmente de acuerdo sintiéndose cómodos en los pasillos demuestra la poca circulación que realizaron en la infraestructura o la realización de ello en horas con baja densidad de personas realizando sus adquisiciones.

Ítem 2: Observación de la infraestructura si los anchos de pasillos cumplen con las medidas reglamentarias

Figura 24

Resultados de la guía de observación sobre el ancho de pasillos y su cumplimiento de las medidas reglamentarias



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

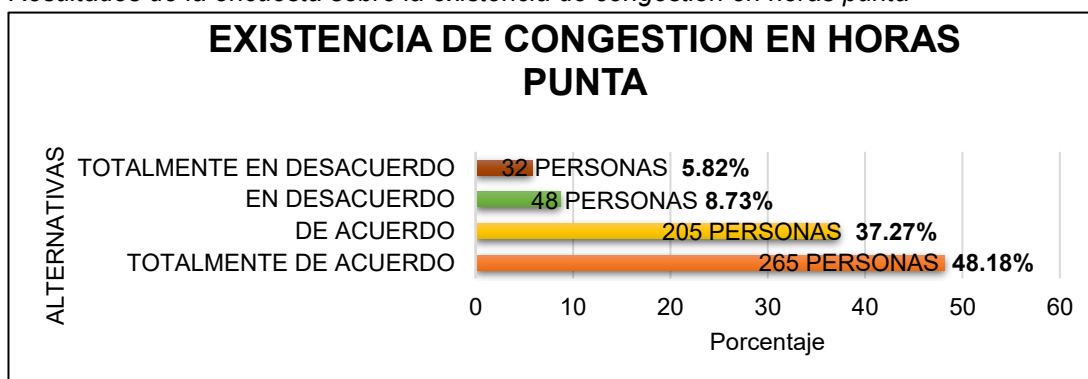
En la figura N° 24 se muestra el estudio mediante la observación sobre el cumplimiento de las medidas reglamentarias del ancho de pasillos de la circulación del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que un 62.5% de los pasillos no cumplen con las medidas mínimas, ya que se visualiza una disminución del ancho y la desigualdad que se tiene en todos los espacios de circulación. También se puede mostrar que el 37.5% de los pasillos de circulación de la edificación si presenta medidas reglamentarias mínimas, visualizando su existencia en el interior de la edificación, no obstante, esto se ve afectado por los vendedores ambulantes o vendedores permanentes.

Del indicador: Puntos de congestión

Ítem 1: ¿Considera que el nivel de congestión en ciertos puntos de circulación es elevado en horas punta?

Figura 25

Resultados de la encuesta sobre la existencia de congestión en horas punta



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

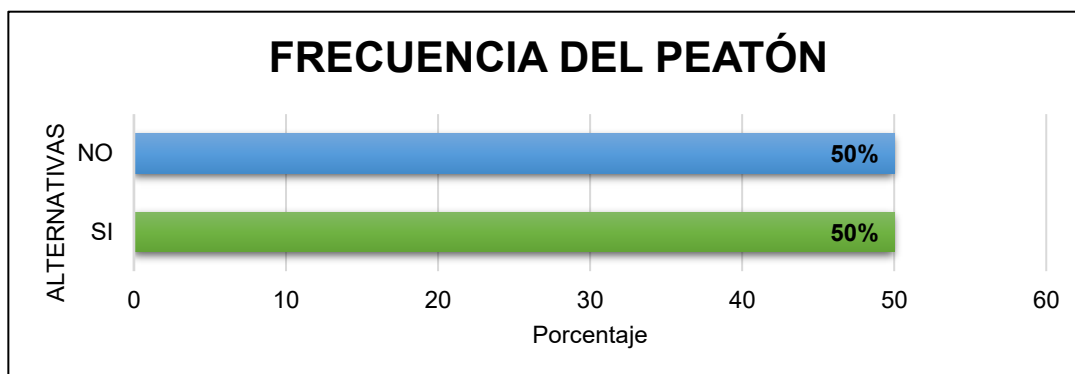
En la figura anterior se muestra la percepción de los encuestados de los usuarios del Mercado Modelo de Huánuco con respecto a la existencia de congestión en horas punta, el cual muestra que un 48.18% manifestaron estar totalmente de acuerdo ya que generan problemas visibles para la movilidad interna de los usuarios. Este problema se relaciona con problemas ya identificados y descritos como la insuficiencia en la medida de los pasillos, el tamaño reducido y el mal ordenamiento de los puestos de venta, por lo cual se genera un flujo lento y desordenado.

Del indicador: Frecuencia de uso

Ítem 1: Visualización de frecuencia del peatón en todas las áreas de circulación (SI/NO)

Figura 26

Resultados de la guía de observación sobre la frecuencia del peatón en todas las áreas de circulación



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

En la figura N° 26 titulado Frecuencia del Peatón se muestra el estudio mediante la observación sobre la frecuencia del peatón en todas las áreas de circulación del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que en un 50% de la infraestructura si muestra circulación recurrente en áreas de productos indispensables como los de alimentación, puestos de rápida ubicación y áreas con una organización notable.

También muestra que el 50% de la edificación no presenta una circulación recurrente del peatón, lo cual se visualizó en espacios de

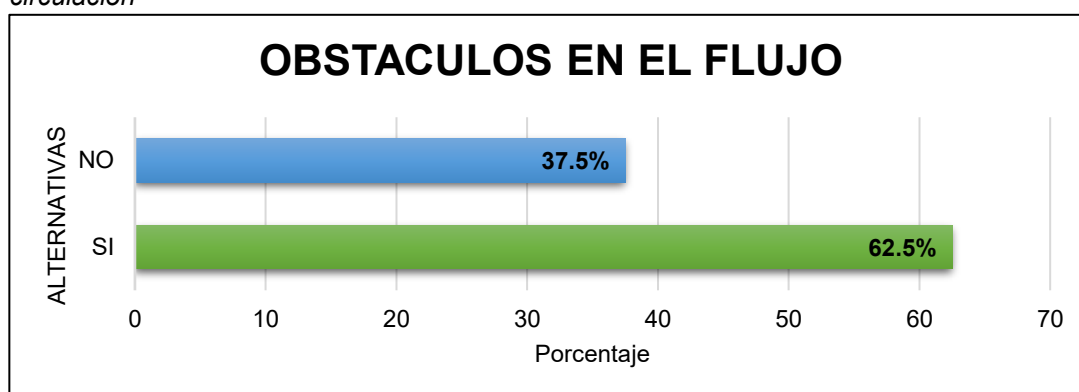
productos de venta no indispensables, áreas donde el ancho de circulación no es favorable, puestos de venta no visibles para los consumidores y espacios con poca salubridad. Todo ello afecta en el consumo haciendo que los peatones no muestren interés en su adquisición.

Del indicador: Obstáculos en el flujo

Ítem 1: Observación en la infraestructura la existencia de obstáculos en el flujo (SI/NO)

Figura 27

Resultados de la guía de observación sobre la existencia de obstáculo en el flujo de circulación



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación

Análisis e interpretación

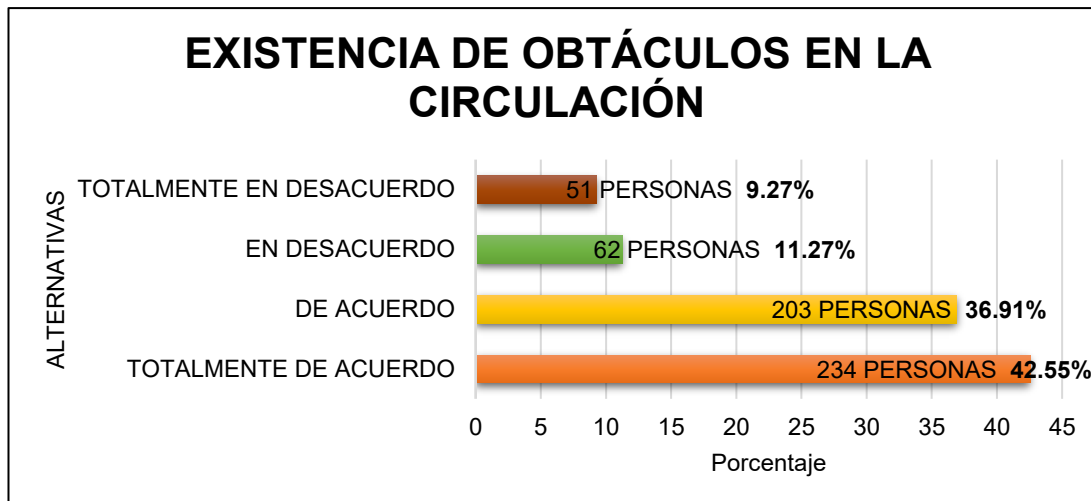
En la figura N° 27 titulado Obstáculos en el flujo se muestra el estudio mediante la observación sobre la existencia de obstáculo en el flujo de circulación del Mercado Modelo de Huánuco, el cual muestra que en un 62.5% de las observaciones muestran que si existen obstáculos al paso del usuario, lo cual revela una problemática de la infraestructura, ordenamiento, gestión del espacio, falta de ordenamiento con la distribución de los mobiliarios o productos colocados fuera de los puestos de venta, dificultando al tránsito, seguridad y experiencia del comerciante y consumidor.

También muestra que tan solo el 37.5% de la edificación no presenta obstáculo en el flujo de circulación, pero se tiene la necesidad de una mejor organización, señalización y accesibilidad en todas las áreas.

Ítem 2: ¿visualizó existencia de obstáculos en los pasillos ya sea por los puestos u otros elementos?

Figura 28

Resultados de la encuesta sobre la existencia de obstáculos en la circulación



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

En la figura N° 28 se muestra la opinión de los encuestados e cuanto a su percepción de la existencia de obstáculos en la circulación, teniendo a un porcentaje alto entre 42.55% y 36.91% de que están totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente en la existencia de obstáculos afectando su experiencia en el recorrido, por lo cual se puede decir que solo 1 de cada 5 encuestados consideran que no visualizaron obstáculos siendo un total entre la suma de estar en desacuerdo y total mente en desacuerdo con un 20.54% de encuestados. Esto afecta tanto a la seguridad, comodidad y eficiencia de compra.

- **TERCER OBJETIVO ESPECÍFICO SE TIENE:**

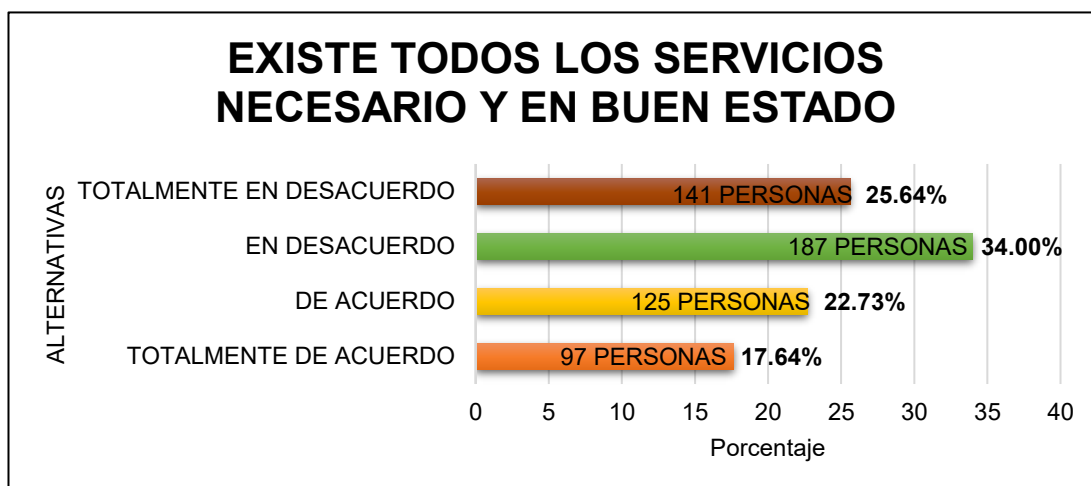
Estudiar el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, por el cual se tuvo que abordar desde sus indicadores establecidos como: Servicios, ergonomía, Confort, adecuación del espacio, Integración de materiales, coherencia cromática e interrupciones visuales.

Del indicador: Servicios

Ítem 1: ¿Consideras que el mercado ofrece servicios básicos en buen estado para su funcionamiento?

Figura 29

Resultados de la encuesta sobre la existencia de servicios básicos necesarios y en buen estado



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

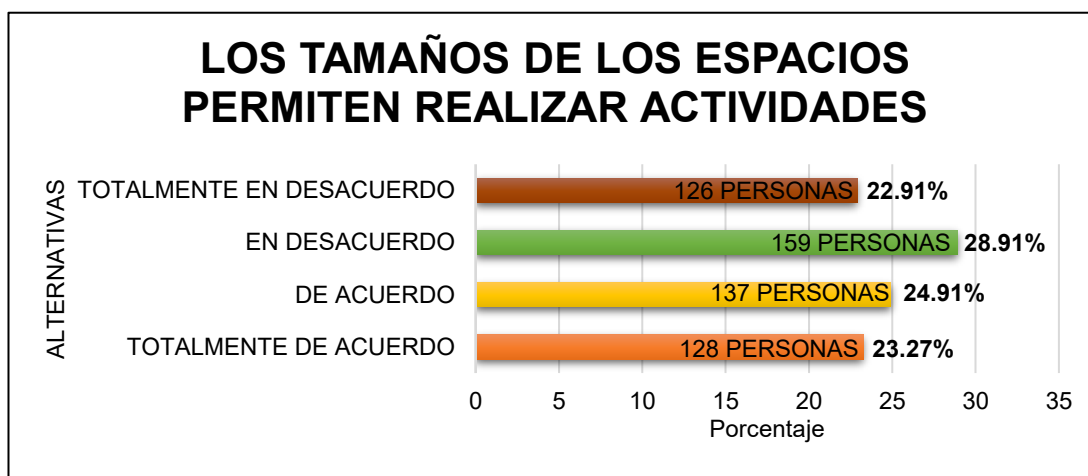
La figura anterior presenta resultados de la percepción de los encuestados, presentando que un 34% y 25.64% de los usuarios consideran estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo que los servicios se encuentren en buen estado o no abastecen la extensión de todos los puestos, ya sea por la distancia o las condiciones, a comparación de los participantes que están de acuerdo y totalmente de acuerdo sumando un total de 40.37%. Esta problemática también evidencia que complica la operatividad comercial, salubridad y seguridad de los consumidores y vendedores.

Del indicador: Ergonomía

Ítem 1: ¿Los tamaños de las áreas del mercado le permiten trabajar sin dificultades?

Figura 30

Resultados de la encuesta sobre las dimensiones de los distintos espacios del Mercado Modelo de Huánuco



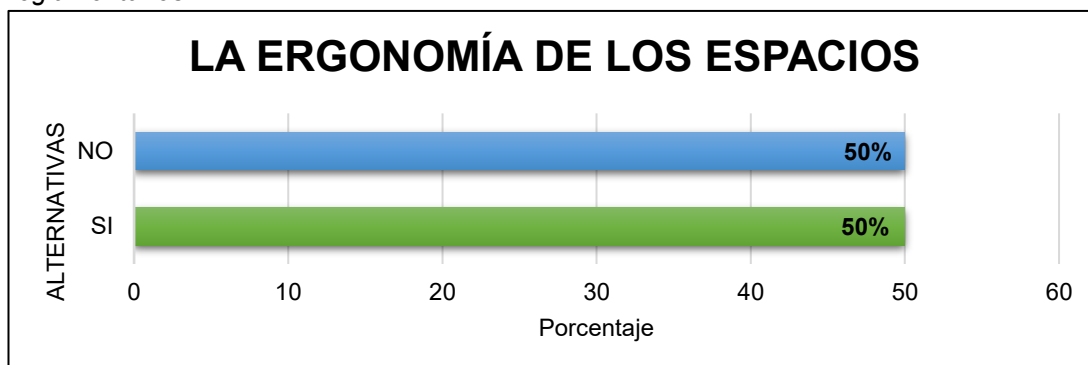
Análisis e interpretación

En la figura anterior titulado Tamaño de Espacios, presenta resultados de la percepción de los encuestados que son los usuarios del Mercado Modelo de Huánuco, mostrando que un 28.91% estar en desacuerdo y un 22.91% manifestaron estar totalmente en desacuerdo manifiestan que todas las áreas del mercado permiten realizar las actividades con confort y fluides, ya que la espacialidad es insuficiente, lo cual demuestra que pueden estar influenciando por los pasillos angostos, puesto de ventas aglomeradas o mal distribuidas y la informalidad de ubicación de elementos que no permiten el libre tránsito, esto conlleva a la generación de congestión, conflictos y dificultades para demás actividades como áreas de almacenamiento y descanso, y por último se muestra que un 23.27% y 24.91% de personas manifestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente que las áreas del mercado permite realizar sus actividades.

Ítem 2: Observación de la infraestructura si la ergonomía de los distintos espacios es la adecuada

Figura 31

Resultados de la guía de observación sobre la existencia de servicios básicos reglamentarios



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS

Análisis e interpretación

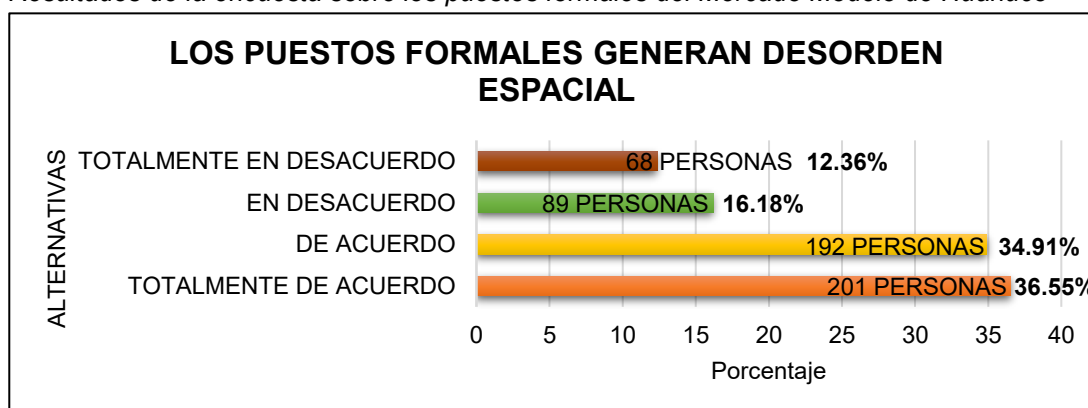
En la figura N° 31 se muestra el estudio sobre si la ergonomía de los distintos espacios del Mercado Modelo de Huánuco es la adecuada, por el cual los datos mostraron que en un 50% de la infraestructura no cuenta con espacios adecuados para su uso, presentando características como puestos comerciales con medidas mínimas y la adecuación de algunos espacios generando incomodidad, baja productividad y accidentes de los usuarios. También muestra que el 50% de edificación si presenta la ergonomía adecuada contando con una adecuada altura, dimensiones de los puestos, accesibilidad y una ventilación e iluminación necesaria.

Del indicador: Confort

Ítem 1: ¿Consideras que el comercio de puestos formales genera desorden en el espacio?

Figura 32

Resultados de la encuesta sobre los puestos formales del Mercado Modelo de Huánuco



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

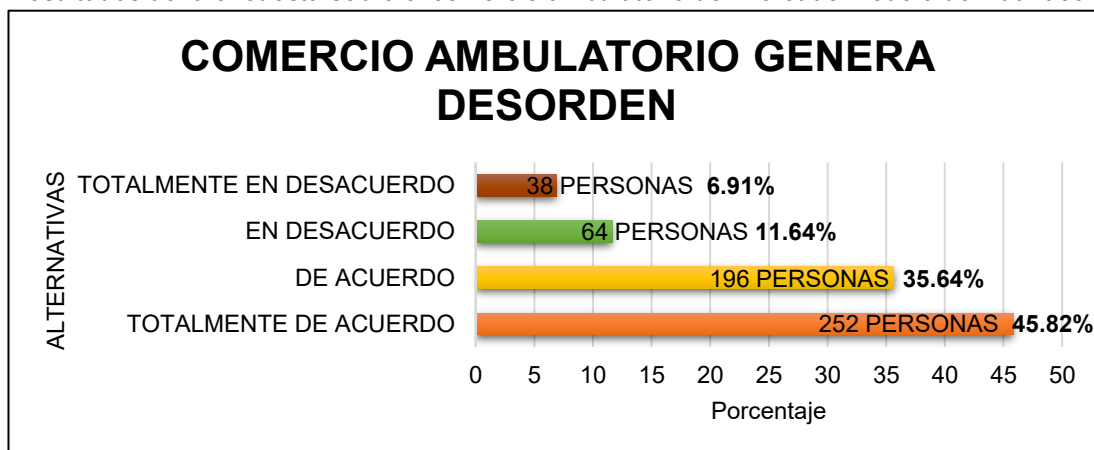
Análisis e interpretación

En la figura anterior titulado Puestos formales, correspondiente al ítem ¿Consideras que el comercio de puestos formales genera desorden en el espacio?, según la percepción de los encuestados, el cual mostro que un 36.55% de personas están totalmente de acuerdo y un 34.91% de personas están de acuerdo apreciándose así que si generan este tipo de problemas en el espacio, ya sea por sus elementos que sobresalen de sus puestos de venta o también de la mala organización de ubicarse en distintas áreas del mercado que se convirtió en la raíz de la mala distribución y de los tamaños diferenciados de los puestos comerciales, influyendo así en la aparición de confluencia comercial en determinados puntos.

Ítem 2: ¿Crees que el comercio ambulatorio genera aglomeración en el mercado, complicando la experiencia de compra?

Figura 33

Resultados de la encuesta sobre el comercio ambulatorio del Mercado Modelo de Huánuco



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

En la figura anterior titulado Comercio ambulatorio, correspondiente al ítem ¿Crees que el comercio ambulatorio genera aglomeración en el mercado, complicando la experiencia de compra?, según la percepción de los encuestados, mostro una suma de 81.46% de que están totalmente de acuerdo y de acuerdo que el comercio ambulatorio influye en el desorden del mercado y siendo solo un 18.55% que manifiestan lo contrario. Se puede interpretar que al no tener una ubicación permanente este tipo de comercio

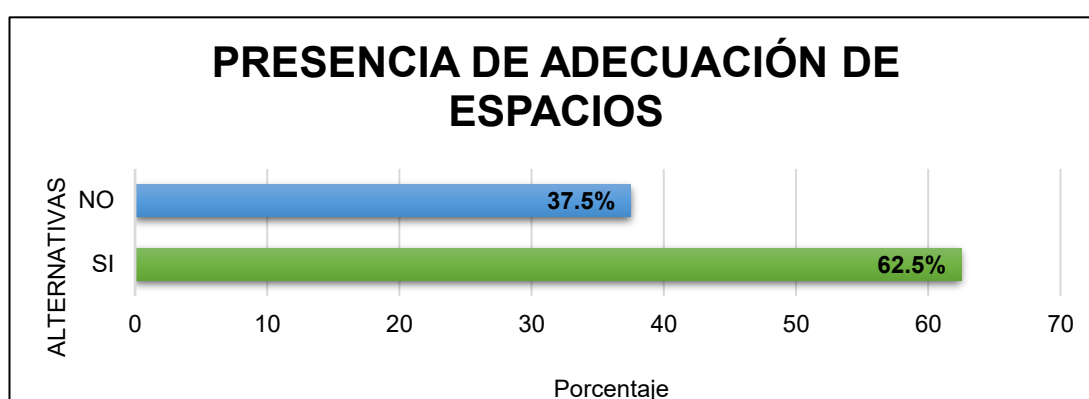
provoca molestias a los consumidores y comerciantes, ya que por sus características de circular por los pasillos provoca aglomeración en horas punta.

Del indicador: Adecuación de espacios

Ítem 1: Observación de la infraestructura si cuenta con presencia de adecuación de espacios

Figura 34

Resultados de la guía de observación sobre la presencia de adecuación de espacios del Mercado Modelo Huánuco



Análisis e interpretación

En la figura N° 34 titulado Presencia de adecuación de espacios en el Mercado Modelo de Huánuco, por el cual los datos recolectados mostraron que en un 62.5% de la edificación si presenta una adecuación espacial realizada por los comerciantes implicando los cambios de dimensiones de los puestos, pasillos, accesos y vías de circulación vehicular y peatonal, afectando así a la zonificación, organización y distribución del espacio del mercado provocando áreas con espacios estrechos y diferencias de dimensiones de todas las áreas.

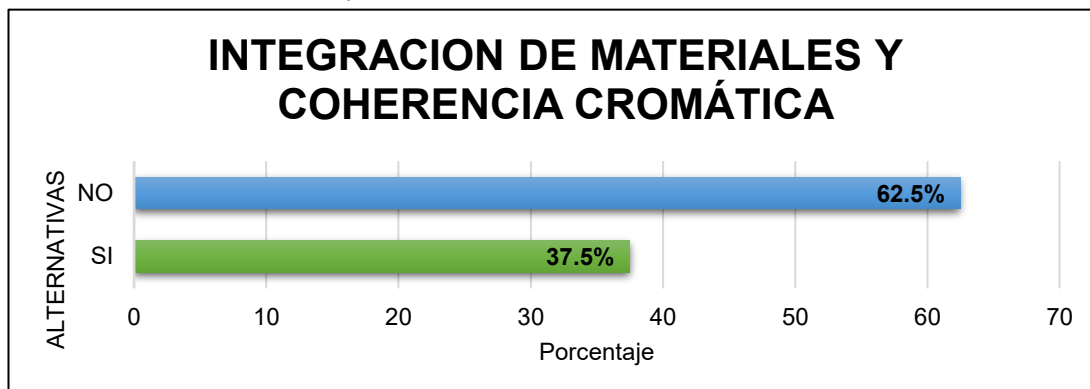
También muestra que un 37.5% de la edificación no presenta ningún cambio en su infraestructura inicial como los puestos internos de la edificación realizadas con materiales que no permiten el aumento o disminución de espacios, pero presentan problemáticas como la aparición del desorden, obstrucción y zonas críticas adyacentes a estos espacios.

Del indicador: Integración de materiales y coherencia cromática

Ítem 1: Observación de la infraestructura si cuenta con integración de materiales constructivos y coherencia cromática.

Figura 35

Resultados de la guía de observación sobre la existencia de integración de materialidad y coherencia cromática de los puestos.



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la guía de observación.

Análisis e interpretación

En la figura N° 35 titulado integración de materiales y coherencia cromática del Mercado Modelo de Huánuco, que según los resultados de la guía de observación se obtuvo que solo el 37.5% de los puestos observados del mercado presenta una buena integración material y de los colores contribuyendo así a la identidad y carácter del espacio, siendo estos hallados en el interior del mercado.

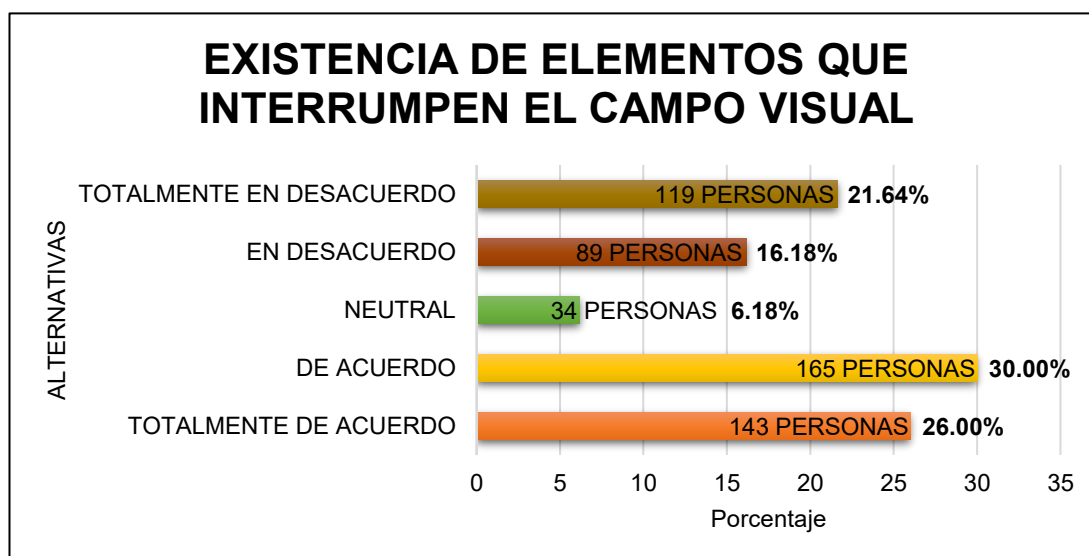
Por otro lado, también muestra un significativo 62.5% de la infraestructura no cumple con los criterios mencionados por las distintas intervenciones improvisadas y materiales que no cuentan un patrón estético y normativo, siendo mayor el porcentaje lo que refleja la influencia en la imagen del mercado, percepción y valoración de la construcción ya sea por los comerciantes o los consumidores, ya que debería contribuir en la armonía, reflejar el orden para una buena percepción y una calidad ambiental del entorno comercial mas no una falta de homogeneidad y planificación estética.

Del indicador: Interrupciones visuales

Ítem 1: ¿Consideras que el mercado cuenta con elementos que interrumpen tu campo visual, como propaganda excesiva o desorden en los productos?

Figura 36

Resultados de la encuesta sobre la existencia de elementos que interrumpen el campo visual



Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

En la figura anterior titulado existencia de elementos que interrumpen el campo visual, se muestra los resultados según la percepción de los encuestados que son los usuarios del Mercado Modelo de Huánuco, muestra que un 30% están de acuerdo y un 26% están totalmente de acuerdo que si visualizo la existencia de elementos que generan un aglomeración para la vista, esto esta influenciado por la falta de organización y ordenamiento de los espacios, ya que para poder ser ubicados es necesario contar con algún tipo de difusión que pueda captar la atención del público, también se muestra que un 6.18% de personas no están de acuerdo o en desacuerdo, y por ultimo tan solo un 21.64% y 16.18% están en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo respectivamente.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para la contrastación y prueba de hipótesis se realizó mediante la prueba estadística no paramétrica de la Chi Cuadrada o χ^2 , porque esta prueba me permitió evaluar la hipótesis correlacional acerca de la relación entre dos variables categóricas sin un orden en específico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) mediante su fórmula general que se muestra en la figura N° 37.

Figura 37

Formula general de la Chi Cuadrada

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

- χ^2 es el estadístico de la prueba chi-cuadrado, el cual sigue una distribución chi-cuadrado con $k - 1$ grados de libertad.
- k es el tamaño de la muestra de datos.
- O_i es el valor observado para el dato i .
- E_i es el valor esperado para el dato i .

Nota. En el sitio web ProbabilidadyEstadística muestra una figura que contiene la fórmula de prueba de chi-cuadrado. Tomada de *ProbabilidadyEstadística.net* [Figura], (ProbabilidadyEstadística.net, 2025), <https://www.probabilidadyestadistica.net/prueba-chi-cuadrado/>

También se hizo uso de la herramienta SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para la contrastación exacta de las variables generales según los datos recolectados con los instrumentos mencionados, los cual mostraron los siguientes resultados:

Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco 2025.

Tabla 9

Tabla cruzada de las variables

Tabla cruzada ESPACIALIDAD ARQUITECTÓNICA*CONFLUENCIA COMERCIAL						
			CONFLUENCIA COMERCIAL			Total
			TOTALME	DE	NEUT	
			NTE DE	ACUERD	RAL	
			ACUERD	O		
			O			
ESPACIALIDAD ARQUITECTÓNICA	TOTALMEN TE DE ACUERDO	Recuento	50	69	0	119
		Recuento esperado	16,9	60,1	42,0	119,0
		% del total	9,1%	12,5%	0,0%	21,6%
	DE ACUERDO	Recuento	28	204	106	338
		Recuento esperado	47,9	170,8	119,2	338,0
		% del total	5,1%	37,1%	19,3 %	61,5%
	NEUTRAL	Recuento	0	5	88	93
		Recuento esperado	13,2	47,0	32,8	93,0
		% del total	0,0%	0,9%	16,0 %	16,9%
	Total	Recuento	78	278	194	550
		Recuento esperado	78,0	278,0	194,0	550,0
		% del total	14,2%	50,5%	35,3 %	100,0 %

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Criterios tomados:

Nivel de significancia (p valor) = 0.000

Grados de libertad (df): 4

Tabla 10*Tabla de prueba de chi-cuadrada de la hipótesis general*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	268,084 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	296,163	4	,000
Asociación lineal por lineal	216,636	1	,000
N de casos válidos	550		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 13,19.

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Según los resultados mostrados de la prueba de Chi-Cuadrada y siendo el valor tomado de chi-cuadrada de Pearson igual a 268.084 con un nivel de significancia $p = 0.000$ muestra que es menor al nivel de significancia de $\alpha = 0.05$, por lo cual me permite concluir que **se rechaza la hipótesis nula (H_0)** que planteaba que no existe una relación significativa entre las dos variables mencionadas, por ello se acepta la hipótesis alternativa indicando que si existe una relación estadísticamente significativa entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco.

Por ello la relación estadística mostrada respalda la investigación con una idea de que la construcción no está cumpliendo no solo con la falta de funcionalidad y estética sino también problemas en la organización, distribución y atracción para los consumidores.

Hipótesis específica 1

Existe una relación directa entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.

Tabla 11*Tabla cruzada de variable y subvariable*

Tabla cruzada DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA*CONFLUENCIA COMERCIAL						
			CONFLUENCIA COMERCIAL			Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	
DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA	Totalmente de acuerdo	Recuento	25	32	12	69
		Recuento esperado	24,3	34,9	9,8	69,0
		% del total	4,5%	5,8%	2,2%	12,5 %
	De acuerdo	Recuento	66	246	169	481
		Recuento esperado	68,2	243,1	169,7	481,0
		% del total	12,0%	44,7%	30,7%	87,5 %
Total		Recuento	78	278	194	550
		Recuento esperado	78,0	278,0	194,0	550,0
		% del total	14,2%	50,5%	35,3%	100,0 %

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Criterios tomados:

Nivel de significancia (p valor) = 0.000

Grados de libertad (df): 6

Tabla 12*Tabla de prueba de chi-cuadrada de la hipótesis específica*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	413,865 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	457,838	6	,000
Asociación lineal por lineal	456,089	1	,000
N de casos válidos	550		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 6,79.

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Según los resultados mostrados de la prueba de Chi-Cuadrada y siendo el valor tomado de chi-cuadrada de Pearson igual a 413.865 con un nivel de significancia $p = 0.000$ muestra que es menor al nivel de significancia de $\alpha = 0.05$, por lo cual me permite concluir que **se acepta la hipótesis específica** indicando que si existe una relación estadísticamente significativa entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco.

Hipótesis específica 2

Existe una relación significativa entre el estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.

Tabla 13

Tabla cruzada de variable y subvariable

Tabla cruzada CONFLUENCIA COMERCIAL*ESTADO DE CIRCULACIÓN							
			ESTADO DE CIRCULACIÓN				Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	
Confluencia comercial	Totalmente de acuerdo	Recuento	35	30	13	0	78
		Recuento esperado	19,3	40,7	14,3	3,7	78,0
		% del total	6,4%	5,5%	2,4%	0,0%	14,2%
	De acuerdo	Recuento	88	148	36	6	278
		Recuento esperado	68,7	145,1	51,1	13,1	278,0
		% del total	16,0%	26,9%	6,5%	1,1%	50,5%
	Neutral	Recuento	13	109	52	20	194
		Recuento esperado	48,0	101,2	35,6	9,2	194,0
		% del total	2,4%	19,8%	9,5%	3,6%	35,3%
Total			Recuento	136	287	101	550
			Recuento esperado	136,0	287,0	101,0	550,0
			% del total	24,7%	52,2%	18,4%	4,7%
							100,0%

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Criterios tomados:

Nivel de significancia (p valor) = 0.000

Grados de libertad (df): 6

Tabla 14

Tabla de prueba de chi-cuadrada de hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	79,600 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	88,414	6	,000
Asociación lineal por lineal	61,816	1	,000
N de casos válidos	550		
a. 1 casillas (8,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,69.			

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Según los resultados mostrados de la prueba de Chi-Cuadrada y siendo el valor tomado de chi-cuadrada de Pearson igual a 79.600 con un nivel de significancia $p = 0.000$ muestra que es menor al nivel de significancia de $\alpha = 0.05$, por lo cual me permite concluir que **se acepta la hipótesis específica** indicando que si existe una relación estadísticamente significativa entre el estado de circulación y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco.

Hipótesis específica 3

A disminución de la confluencia de los puestos comerciales mejora la funcionalidad arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.

Tabla 15

Tabla cruzada de variable y subvariable

Tabla cruzada CONFLUENCIA COMERCIAL*FUNCIONALIDAD ARQUITECTÓNICA			FUNCIONALIDAD ARQUITECTÓNICA				Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	
Confluencia comercial	Totalmente de acuerdo	Recuento	75	3	0	0	78
		Recuento esperado	22,5	31,8	20,8	2,8	78,0
		% del total	13,6%	0,5%	0,0%	0,0%	14,2%
	De acuerdo	Recuento	84	183	11	0	278
		Recuento esperado	80,4	113,2	74,3	10,1	278,0
		% del total	15,3%	33,3 %	2,0%	0,0%	50,5%
	Neutral	Recuento	0	38	136	20	194
		Recuento esperado	56,1	79,0	51,9	7,1	194,0
		% del total	0,0%	6,9%	24,7%	3,6%	35,3%
	Total	Recuento	159	224	147	20	550
		Recuento esperado	159,0	224,0	147,0	20,0	550,0
		% del total	28,9%	40,7%	26,7%	3,6%	100,0%

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Criterios tomados:

Nivel de significancia (p valor) = 0.000

Grados de libertad (df): 6

Tabla 16*Tabla de prueba de chi cuadrada de hipótesis específica 3*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	516,639 ^a	6	,000
Razón de verosimilitud	555,577	6	,000
Asociación lineal por lineal	346,436	1	,000
N de casos válidos	550		
a. 1 casillas (8,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,84.			

Nota. Elaborado mediante el uso de herramientas IBM SPSS de acuerdo a los datos obtenidos.

Según los resultados mostrados de la prueba de Chi-Cuadrada y siendo el valor tomado de chi-cuadrada de Pearson igual a 516.639 con un nivel de significancia $p = 0.000$ muestra que es menor al nivel de significancia de $\alpha = 0.05$, por lo cual me permite concluir que **se acepta la hipótesis específica** indicando que si existe una relación estadísticamente significativa entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. PRESENTACIÓN DE LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los mercados de abastos minoristas deben cumplir funciones para su gestión comercial como en el ámbito externo, donde debe suscitar la oferta comercial del mercado de una manera estratégica, incrementando su visibilidad y valor en la ciudad destacando su importancia en el desarrollo económico, seguridad en su calidad de los productos ofrecidos y la variedad de los servicios. También en el ámbito interno donde debe identificar las nuevas necesidades de los usuarios como de los comerciantes y consumidores, dentro de ello se encuentra la disponibilidad, funcionalidad y condiciones de las distintas áreas que contiene la infraestructura, prevaleciendo siempre la actualización continua de la prestación de los servicios con eficiencia, calidad y precios accesibles (Ministerio de la Producción, 2021). En cuanto a la presente investigación titulada “Intervención al espacio arquitectónico del Mercado Modelo de Huánuco para disminuir la confluencia comercial, 2025” con respecto a la primera subvariable distribución arquitectónica el cual se basa en una planificación y organización del espacio que parte de un punto central o núcleo como se realiza en la distribución urbana y en las diferentes infraestructuras, con el fin de optimizar su funcionalidad, accesibilidad y experiencia (Vilela, 2007) teniendo cada uno de ellos como punto importante el carácter arquitectónico apoyándose en las características y el estilo que compone las actividades prestadas dentro de ella (Cabrera & Valiente, 2020), teniendo en cuenta la calidad de la iluminación, ventilación, salubridad, organización espacial y la materialidad, ya que estos puntos significativos van acorde a las necesidades del usuario evolucionando según las demandas del contexto y es un determinante para la buena calidad de los ambientes y su correcto uso gracias a su planificación y diseño apropiado que hace que se optimicen los espacios, sean funcionales y con buena seguridad (Sierra, 2023). Ahora bien, en cuanto a los resultados, la distribución arquitectónica del Mercado Modelo de Huánuco, evidencian falencias en su infraestructura ya que presentan elevados porcentajes en la carencia de carácter arquitectónico definido, organización espacial, y

condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y materialidad lo cual es un punto influyente para la experiencia del usuario y la seguridad operativa. La falta de zonificación, el uso de materiales inadecuados y uno de los puntos principales que es el incumplimiento de normas de salubridad generan un entorno desordenado y poco higiénico. Por ultimo las reducidas áreas de los puestos comerciales ha llevado a una ocupación informal en las demás áreas comunes, exacerbando los problemas de circulación.

En cuanto a la segunda sub variable del estado de la circulación abarca espacios que cumple la función del traslado de las personas tanto para el ingreso, exterior, interior y demás áreas (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2021) lo cual debe generar una conectividad espacial ya que deben estar interrelacionados permitiendo el movimiento o la interacción fluida entre ellos para que se pueda establecer relaciones de movilidad (Santos & De la Rivas, 2008) con una fluidez del tráfico para facilitar el movimiento sin obstáculos, asegurando que las personas puedan desplazarse de manera sencilla y clara de un área a otra gracias a los anchos de pasillos y condiciones del espacio de circulación (Eziena arquitectura, 2023), ahora bien en cuanto a los resultados del estado de circulación del Mercado Modelo de Huánuco, revelaron que existe una circulación deficiente que afecta a los usuarios ya que el alto porcentaje de pasillos no cumple con las medidas reglamentarias que las normas indican, incrementando a ello la presencia de obstáculos, el inadecuado orden de los puestos de venta y la alta densidad de vendedores como de los puestos formales y ambulatorios, generando así el incremento de congestión en especial en horas punta donde se acumula o se ralentiza el flujo de personas, debido a una mala distribución espacial, diseño inadecuado, o alta densidad de clientes en ciertos momentos. Estos puntos pueden dificultar la movilidad y afectar la experiencia de compra, causando incomodidad, frustración y, en algunos casos, una disminución en las ventas, se dan por casos de pasajes insuficientemente amplios, limitados ingresos, bloqueos en el camino y la intersección de pasillos (Eziena arquitectura, 2023) asimismo según la percepción de los principales usuarios consideran incomodo el tránsito en el interior y exterior del mercado. Estas condiciones no solo dificultan la movilidad, también la seguridad, accesibilidad y eficiencia funcional del mercado.

En cuanto a la tercera subvariable de funcionalidad arquitectónica que abarca el entendimiento y resolución a todas las necesidades del usuario, comprendiendo los lineamientos para un diseño que den mejor confort, generando la cohesión social en el ambiente (Ayala, 2022) para ello es necesario tener en cuenta la ergonomía ya que se debe aplicar los principios de diseño que optimizan la interacción entre los clientes, empleados y el entorno físico del establecimiento, con el objetivo de mejorar la comodidad, la eficiencia, la seguridad y la experiencia general de compra beneficiando tanto a los usuarios como al negocio, al facilitar la circulación, reducir la fatiga y el esfuerzo físico (Huaman, 2019) generando así el confort. En cuanto a los resultados de la funcionalidad arquitectónica del Mercado Modelo de Huánuco, enfrenta deficiencias funcionales y espaciales a causa de ello se percibe la ausencia o mal estado de los servicios básicos, comprometiendo así a la salubridad, higiene y operatividad del área, lo cual debería mostrar una eficiencia espacial debiendo estar dotados de equipamientos o elementos de calidad que puedan generar pertenencia, integrando así tres elementos como los naturales, donde se encuentran los espacios verdes que generen paisajismo y recreación, el segundo elemento los equipamientos artificiales como la circulación peatonal y vehicular, articulación para dotar y generar la socialización, cultural y arquitectónica, y el tercer elemento donde se encuentran los componentes complementarios como la señalización, seguridad y los mobiliarios pertinentes (Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2005) sin embargo también muestra una deficiencia en la ergonomía y confort espacial, adecuación de espacios por parte de los comerciantes lo que en su mayoría ocasionan mayores gastos e inconformidad (Cruz, 2021) incrementando a ello una baja coherencia cromática y estética por la excesiva propaganda y el desorden visual que hacen que afectan la identidad del mercado y su imagen urbana.

Todo esto sugiere la necesidad de una intervención que priorice la funcionalidad, el orden y la estética del espacio comercial.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

6.1. CONCLUSIÓN GENERAL

El objetivo principal fue identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, llegando así a la conclusión que existe una relación significativa entre las dos variables principales, evidenciando que las condiciones y características arquitectónicas del espacio influyen directamente en las actividades comerciales, el comportamiento del usuario y dinámica interna. Las deficiencias en la organización espacial, ordenamiento de los puestos comerciales, ventilación, iluminación, cumplimiento normativo de seguridad y salubridad, dimensiones de los puestos y circulación interna y externa influyen negativamente en la buena funcionalidad para la realización de las distintas actividades en el Mercado Modelo, por ende, generan desorden, aglomeración, inseguridad e inconformidad por parte de los usuarios como los comerciantes y consumidores.

También se concluye que la alta presencia de comercio ambulatorio y adecuaciones de los espacios alteran todas las demás áreas de la infraestructura provocando en diversas zonas la existencia de confluencia de puestos comerciales llevando consigo la obstrucción de la circulación, falta de ergonomía y un impacto visual negativo. La escasa coherencia cromática por la excesiva propaganda y la existencia de servicios básicos poco salubres y que no abastecen a la extensión de los usuarios contribuye a la percepción de una imagen deteriorada disminuyendo su valor en la sociedad y competitividad en la economía de la población.

Por ello, la espacialidad arquitectónica no solo abarca la estructura de la edificación, sino también como un mecanismo para el ordenamiento de su organización, la identidad y la eficiencia operativa del mercado, basándose en criterios normativos y técnicos para la disminución de la confluencia de los puestos comerciales, reordenándolo para lograr su revitalización del espacio construido.

6.2. CONCLUSIÓN ESPECÍFICAS

El objetivo específico 01, fue analizar el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, donde se llegó a la conclusión que si existe una relación alta entre la subvariable distribución arquitectónica y la variable confluencia comercial, ya que el ordenamiento en cuanto a la ubicación de los distintos puestos de ventas y demás espacios, medidas de los pasillos y puntos de acceso influye en la concentración de los usuarios para realizar sus actividades comerciales, por lo tanto la organización arquitectónica actual del mercado refleja el poco orden funcional y normativo presentando zonas con mayor porcentaje de puestos de ventas con áreas mínimas, con pasillos angostos que generan cruces congestionados mostrando áreas desorganizadas con una ausencia de zonificación por productos, provocando inequidad comercial con zonas de circulación y puestos comerciales poco visibles por los usuarios.

El objetivo específico 02, fue identificar la medida de relación del estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, donde se concluye que existe una relación considerablemente influyente, puesto que las características de las áreas de tránsito peatonal interior y exterior del mercado incumplen en su mayoría las medidas mínimas normativas y visualmente la ausencia de señalización clara, ubicación de los elementos que son obstáculos en el paso del flujo y la ubicación desorganizada de los vendedores ambulantes, lo cual inciden en la incrementación de la concentración de usuarios en zonas determinadas generando aglomeración comercial reduciendo la accesibilidad, confort, seguridad, funcionalidad y la imagen del mercado, originando así la necesidad de una reorganización de todas las áreas internas con el propósito de disminuir la aglomeración de puestos comerciales respetando las áreas de transporte peatonal en el interior promoviendo una infraestructura con accesibilidad para todo tipo de usuario, funcional y competitivo.

El objetivo específico 03, fue estudiar el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025, donde se concluye que existe una relación directa entre la subvariable funcionalidad arquitectónica y la variable confluencia comercial ya que se evidencio con respecto a todas las características mencionadas tanto en la distribución arquitectónica como el estado de la circulación que son influyentes para una deficiente funcionalidad de este espacio público del mercado modelo de Huánuco, dado que la falta de ergonomía en las áreas, el inadecuado diseño de cada puesto comercial según sus productos de ventas, falta del mejoramiento de los servicios básicos que no brinda una salubridad adecuada y la existencia de elementos que no siguen criterios normativos afectando a la operatividad diaria de los consumidores y comerciantes. En consecuencia, a todo lo descrito se resalta la necesidad de una intervención integral para elevar su funcionalidad con propuestas de diseños de espacios que van acorde a las necesidades actualizadas de los usuarios y de condiciones de servicios óptimas para el bienestar del personal y usuarios externos.

RECOMENDACIONES

Al conocer todos los datos e identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del Mercado Modelo de Huánuco, se plantean las recomendaciones que podrán contribuir a los futuros estudios teniendo en cuenta lo siguiente:

- ✓ Para los futuros diseños o mejoramientos de mercados de abastos minoristas se recomienda tener en cuenta el estudio de su distribución arquitectónica, circulación y funcionalidad de los espacios, ya que parte de ello los problemas principales que se tiene como el hacinamiento, desorganización y deterioro de la infraestructura.
- ✓ También se debe comprender que la confluencia comercial se menciona por el hacinamiento de los puestos comerciales debido a su aumento acelerado en los últimos años con nuevas necesidades, por ello será necesario analizarlas para la adecuación de los espacios basados en los reglamentos vigentes.
- ✓ También se recomienda la continuidad investigatoria sobre esta línea de investigación, desarrollando análisis con mayor profundidad abarcando temas como la percepción del confort ambiental sonoro, la integración u formalidad a los comercios ambulatorios y el estudio para una integración de nuevos comerciantes y comerciantes existentes en vías aledañas al Mercado Modelo de Huánuco.

CAPÍTULO VII

PROPUESTA PROYECTO ARQUITECTÓNICO

7.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

El mercado modelo de la ciudad de Huánuco es un espacio público de comercialización de productos básicos necesarios para el habitante, convirtiéndose desde su apertura en 1952 en un local de abastecimiento principal para la ciudad, siendo así un punto clave para el crecimiento económico durante más de siete décadas de alguna forma convirtiéndose en un símbolo de tradición y arraigo cultural, ya que está presente en el crecimiento y transformación de Huánuco (Villarreal, 2024).

Este mercado pertenece al tipo de comercio minorista ya que el negocio de bienes y servicios se da directamente con el comprador final para su uso personal y doméstico, por ello esta infraestructura se caracteriza por abastecerse de productos de mercados mayoristas para poder operar en cantidades pequeñas (Coll, 2020).

Por lo tanto, el Mercado Modelo Privado de Huánuco al encontrarse en una zona de Comercio Especializado y se clasifica según su radio de influencia de 1500 metros (Municipalidad Provincial de Huánuco, 2019) ubicándose así en la clasificación de Mercados distritales e interdistritales (Ministerio de la Producción, 2021) como se muestra en la siguiente figura:

Figura 38

Clasificación de los mercados de abastos según su radio de influencia

Clasificación	Radio de influencia (m)
Mercados vecinales	200 a 400
Mercados sectoriales	400 a 800
Mercados zonales	800 a 1 200
Mercados distritales e interdistritales	1 200 a 1 500
Mercados metropolitanos	Más de 1 500

Nota. En el libro titulado Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú muestra una figura que contiene la clasificación de mercados de abastos. Tomada de *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* [Figura], (Guerrero, Lazarte, & Mendez, 2017), [Guia para la planificacion y diseno de mercados.pdf](#)

7.1.1. NOMBRE DEL PROYECTO

Según lo estudiado y analizado el mercado ya existente necesita una mejora en cuanto a sus espacios, función y organización por ello el nombre del proyecto es:

REORDENAMIENTO ARQUITECTÓNICO DEL MERCADO
MODELO DE HUÁNUCO PARA UNA GESTIÓN COMERCIAL
FUNCIONAL

7.1.2. TIPOLOGÍA

El mercado modelo de Huánuco engloba distintas actividades desde la venta y comercialización de productos, actividades gastronómicas, actividades administrativas y actividades socio-culturales, siendo así un espacio icono e importante para la economía de la ciudad, por lo cual debería garantizar a la población de que es un espacio donde encuentren todas sus necesidades de manera segura y placentera para prolongar su uso en el tiempo sin comprometer su disponibilidad para generaciones futuras, por ello el proyecto arquitectónico consiste en intervenir en el mercado modelo de Huánuco enfocándonos en los problemas que presenta como la falta de ordenamiento de puestos comerciales, deterioro espacial, inconvenientes en el flujo de la circulación, salubridad y seguridad, también abarcando las nuevas necesidades de los usuarios, promoviendo así un espacio público que brinde áreas funcionales, confortables y que permitan una socialización fluida. Para ello se propone un mercado que contenga áreas y espacios diferentes por cada tipo de servicio comercial como el gastronómico, ventas de artículos para el hogar, alimentos, prendas de vestir, etc., sumándole a ello áreas de socialización, descanso y espacios complementarios siempre manteniendo la higiene y salubridad, para así lograr una experiencia que no tenga que ser caótico ni desagradable.

7.2. ÁREA FÍSICA DE INTERVENCIÓN

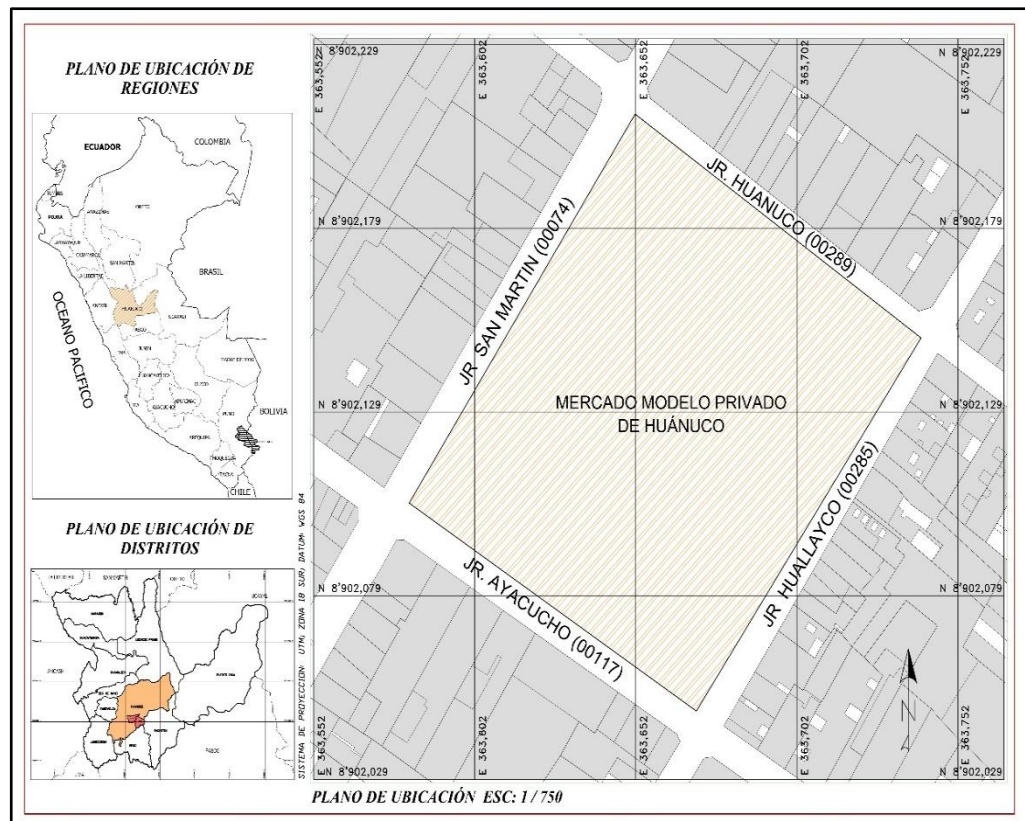
7.1.3. DEFINICIÓN DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN

El área de intervención se caracteriza por estar ubicado en el centro de la ciudad en una zona de alta actividad comercial y flujo constante de personas, vehículos y comerciantes, por ello según el Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Huánuco está en una zonificación de comercio especializado CE, por lo cual su entorno inmediato está conformado por calles angostas con una infraestructura urbana que ha quedado desfasada ante el crecimiento poblacional y el incremento del comercio informal (Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, 2019).

La ubicación del área de intervención se encuentra delimitada entre los jirones Huallayco, Huánuco, San Martín y el Jr. Ayacucho, en el distrito y provincia de Huánuco, como se muestra en la figura N° 36

Figura 39

Plano de ubicación del Mercado Modelo Privado de Huánuco



7.1.4. ANÁLISIS DE LA ZONA DE INTERVENCIÓN

- **Contexto urbano:**

Ubicación escala meso

El distrito de Huánuco se encuentra ubicado en la provincia y departamento de Huánuco encontrándose a 1900 m.s.n.m. siendo una zona central del Perú ya que se encuentra a orillas de río Huallaga, viene siendo el centro administrativo, comercial y cultural de la región contando con una organización desarrollada ya que es el punto de unión con otros distritos y provincias del departamento.

Ubicación escala micro

El mercado modelo de Huánuco se encuentra ubicado en el distrito de Huánuco, siendo delimitado por las siguientes cuadras de 4 jirones:

Jirón Huallayco Cuadra N° 8

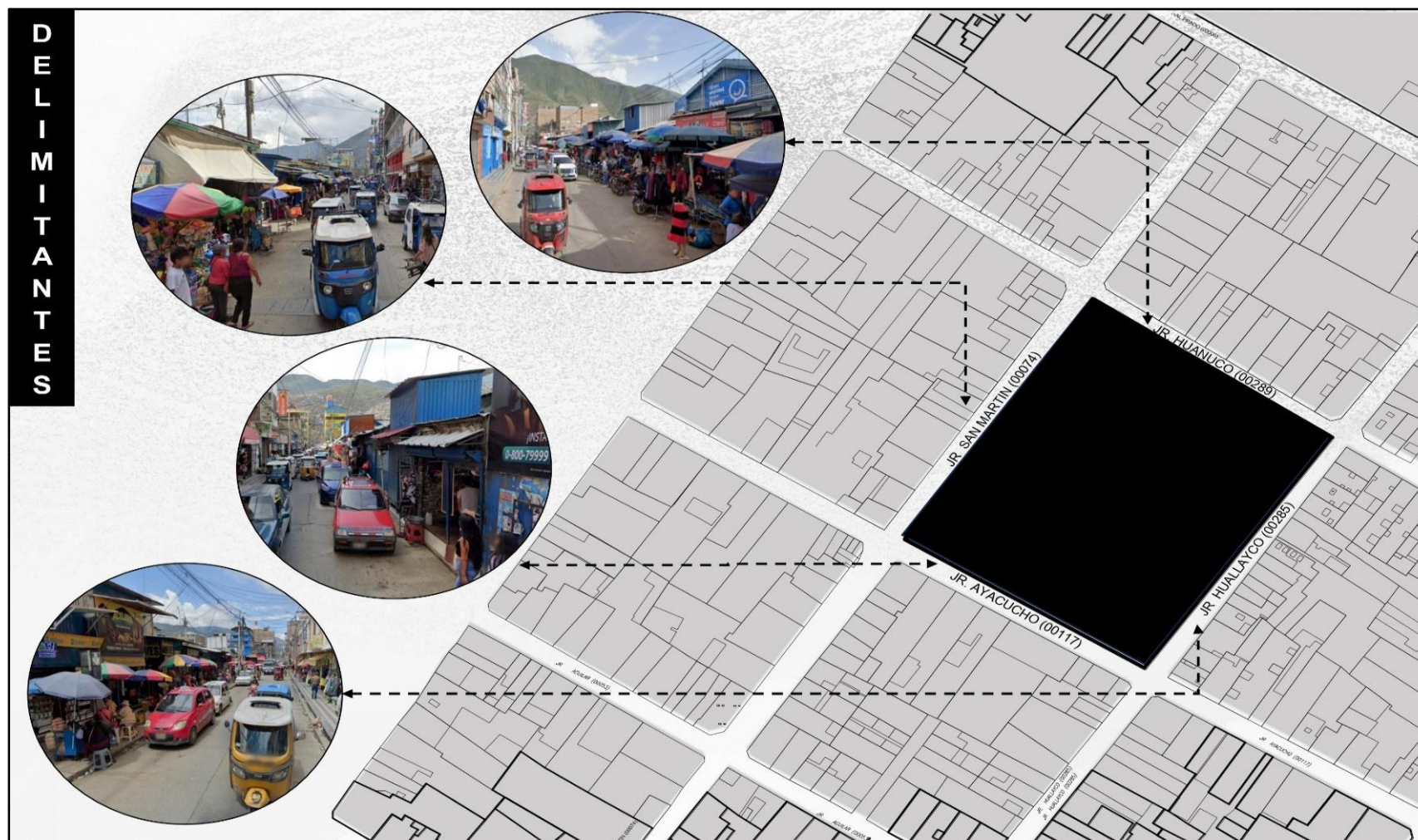
Jirón Huánuco Cuadra N° 4

Jirón San Martín Cuadra N° 8

Jirón Ayacucho Cuadra N° 4

Figura 40

Delimitación del área de intervención



Topografía escala meso

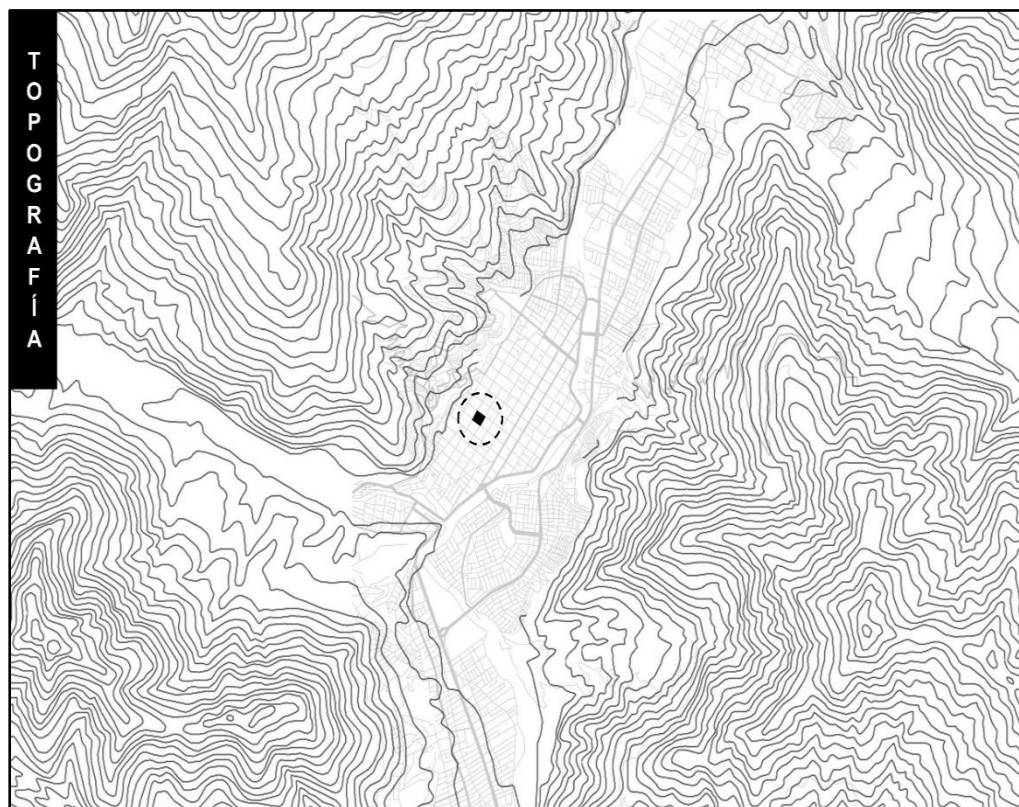
La ciudad de Huánuco como característica principal muestra topográficamente la gráfica de un valle con zonas planas en el centro de la ciudad que contiene al río Huallaga y pendientes a los alrededores ya que se encuentra rodeada de cerros empinados como se muestra en la figura 38 que se presenta las curvas de nivel ubicadas cada 15 metros de alto.

Topografía escala micro

El mercado al estar ubicada en la parte central de la ciudad se halla topográficamente en una zona relativamente plana por ello su desarrollo es un punto principal para el comercio, favoreciendo así su construcción ya que esta edificado sobre suelo aluvial.

Figura 41

Topografía de la ciudad de Huánuco



Área del terreno

Según el plano catastral brindado por la Municipalidad Provincial de Huánuco el terreno del mercado modelo se encuentra delimitado por las siguientes medidas:

- Jirón Huallayco: 123.241 ml
- Jirón Huánuco: 107.678 ml
- Jirón San Martín: 127.046 ml
- Jirón Ayacucho: 106.638 ml

Teniendo un perímetro total de 464.603 ml y un área total de 13,343.3998 m²

Accesibilidad escala meso

La ciudad de Huánuco tiene una accesibilidad desarrollada ya que se puede llegar mediante la vía terrestre o aérea. Por la vía terrestre se encuentra la carretera central (Ruta PE-18A) que conecta con la ciudad de Lima, que de igual manera (Ruta PE-18C) conecta a la ciudad de Tingo María. Por otro lado, se tiene a la carretera Huánuco – La Unión que conduce a la provincia de Dos de Mayo.

Accesibilidad escala micro

El mercado modelo de Huánuco tiene una accesibilidad favorable y desfavorable por estar ubicada en el centro de la ciudad, pero tiene conectividad tanto vehicular y peatonal.

- Vial

Las vías de circulación de transporte vehicular según su capacidad en su mayoría son de tipo ligeros y medianos como: autos, motocicletas, bicicletas, minibuses, furgonetas y camionetas, la circulación de estos medios de transporte en horas pico generan una gran congestión haciendo lento el flujo vial debido a sus medidas que se muestran en la siguiente figura 39

- Peonatal

La accesibilidad para el peatón que presenta el mercado modelo son las aceras que se ubican alrededor de la infraestructura y con ello los cruces peatonales.

Figura 42

Sección de las vías arteriales colindantes al Mercado Modelo de Huánuco



- Contexto natural:

Clima

El análisis climatológico de la ciudad de Huánuco se muestra en la siguiente tabla N°11:

Tabla 17

Tabla de análisis climatológico de Huánuco

CUADRO DE ANÁLISIS CLIMATOLÓGICO DE HUÁNUCO				
	Valor		Unidad de medida	Instrumento de medición
Temperatura	Máxima:	24°C	Centígrados	Termómetro
	Mínima:	11°C		
	Prom. Anual	22°C		
Presión atmosférica	808 hPa		hectopascal	Barómetro
Vientos	Velocidad:	14.7 Km/h	Kilómetros	Anemómetro
	Dirección:	Noreste a sureste		
Humedad relativa	Máxima:	16%	Porcentaje	Higrómetro
	Mínima:	18%		
	Prom. Anual	15%		
Precipitación pluvial	Máxima:	78 mm	Milímetro	Pluviómetro
	Mínima:	7 mm		
	Prom. Anual	13 mm		
Nubosidad	Máxima:	56%	Porcentaje	Nefobasímetro
	Mínima:	8%		
	Prom. Anual	32%		

Altitud	1900 m.s.n.m.	m.s.n.m	Altímetro
Longitud	76°14'23''	Grados y minutos	Odómetro
Latitud	9°55'46''	Grados y minutos	Sextante

Vientos escala meso

Los vientos en la ciudad de Huánuco, según los registros oscilan entre 14.7 km/h y 18.1 km/h, siendo en el mes de abril con menos velocidad y en noviembre con mayor velocidad (meteoblue, s.f.).

La dirección de los vientos según su orografía local va de noreste hacia el suroeste con 715.6 horas al año (meteoblue, s.f.) lo cual se muestra en la siguiente figura:

Figura 43

Dirección de vientos de Huánuco



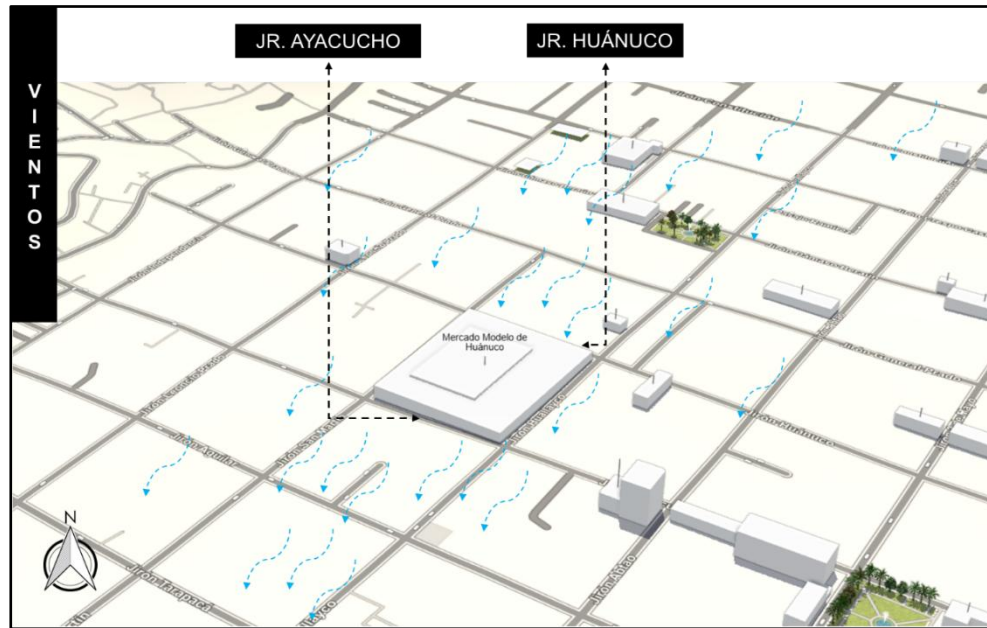
Nota. Extraída de WINDWINDER

Vientos escala micro

En el mercado modelo de Huánuco al estar ubicada en el centro de la ciudad y con la existencia de edificaciones aledañas disminuye la intensidad de corrientes del viento, pero siempre cuenta con una dirección de vientos que ingresa al establecimiento por el jirón Huánuco y Huallayco, mostrando su salida por el jirón Ayacucho y san Martín.

Figura 44

Dirección de vientos del Mercado Modelo Privado de Huánuco



Nota. Extraída de F4map Demo

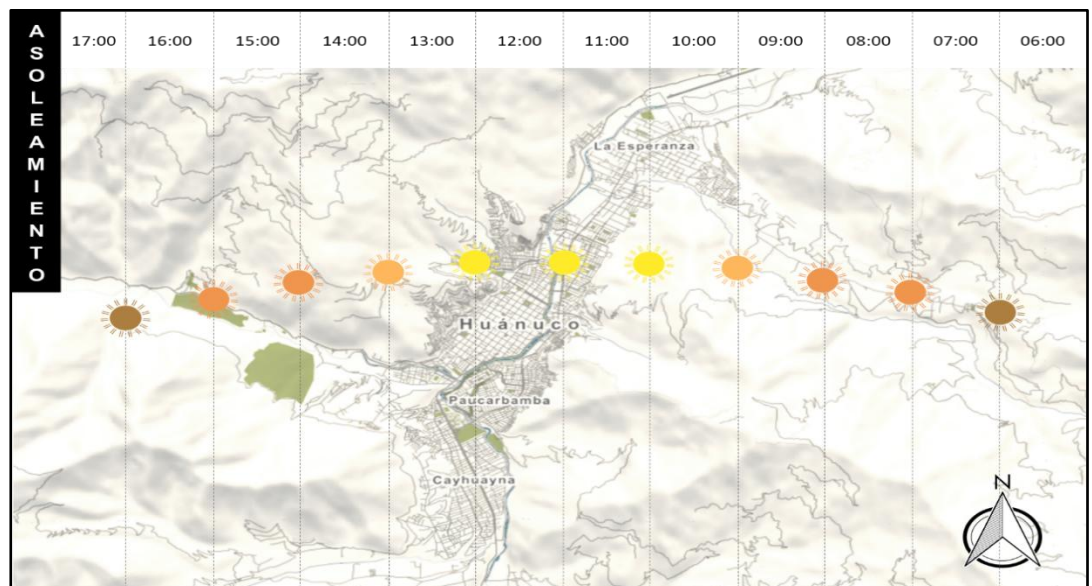
Asoleamiento escala meso

En sol en la ciudad de Huánuco tiene una duración de 12 horas, saliendo a las 06:10 en horas de la mañana y su puesta a las 18:15 en horas de la tarde (meteogram, s.f.).

Mientras la dirección del recorrido solar es de Este a Oeste lo cual se muestra en la siguiente figura:

Figura 45

Asoleamiento de la ciudad de Huánuco



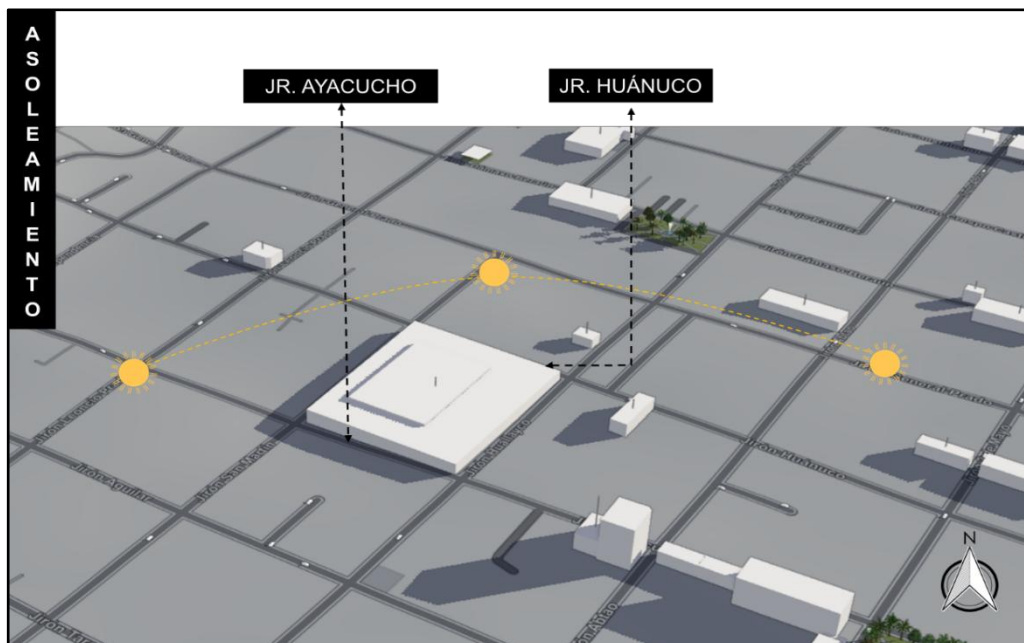
Nota. Extraída de F4map Demo

Asoleamiento escala micro

En el mercado modelo de Huánuco al darse el recorrido solar de este a oeste el ingreso de los rayos del sol comienza por el jirón Huánuco y finalizan por el jirón Ayacucho como se muestra en la siguiente figura.

Figura 46

Asoleamiento del Mercado Modelo Privado de Huánuco



7.3. ESTUDIO PROGRAMÁTICO

7.3.1. DEFINICIÓN DE USUARIOS: SÍNTESIS DE REFERENCIA

El Mercado Modelo Privado de Huánuco al ser punto importante para el comercio local se ha convertido en el establecimiento con mayor flujo de usuarios, teniendo dentro de ello a comerciantes, consumidores, administrativos y demás personal como de limpieza y seguridad.

En cuanto a la procedencia de los usuarios recibe con mayor porcentaje a habitantes de los principales distritos de la provincia, como el distrito de Huánuco, Amarilis y Pillco Marca, seguido de ello se tiene con menor flujo a las personas que pertenecen a las demás provincias como Dos de Mayo y Leoncio Prado y por último a turistas y usuarios de otras localidades como Pasco, Junín, Lima, turistas nacionales y extranjeros.

La clasificación de los tipos de usuarios se da según las siguientes figuras:

Figura 47

Clasificación de los tipos de usuario por su relación

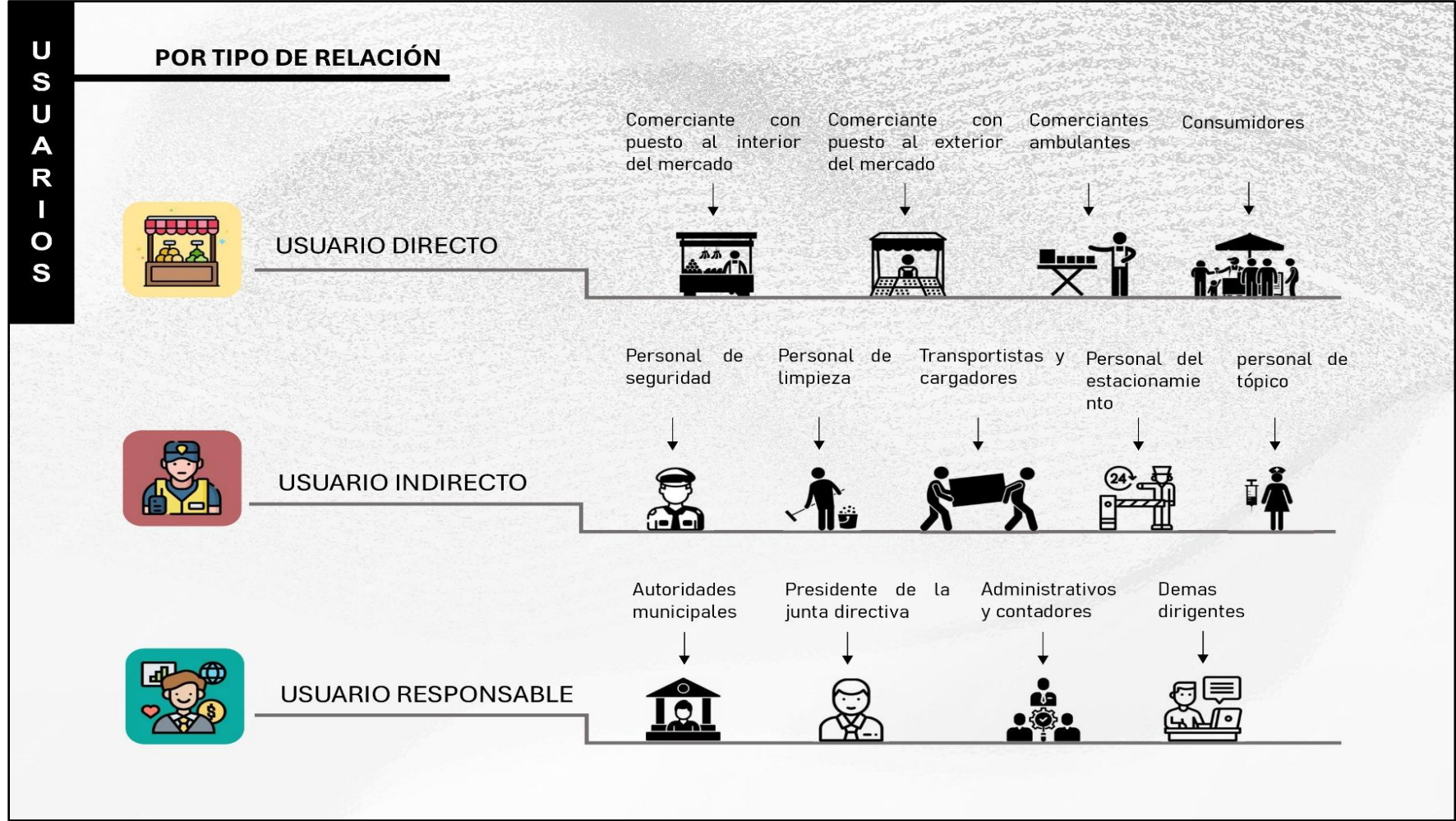


Figura 48

Clasificación del tipo de usuario por permanencia

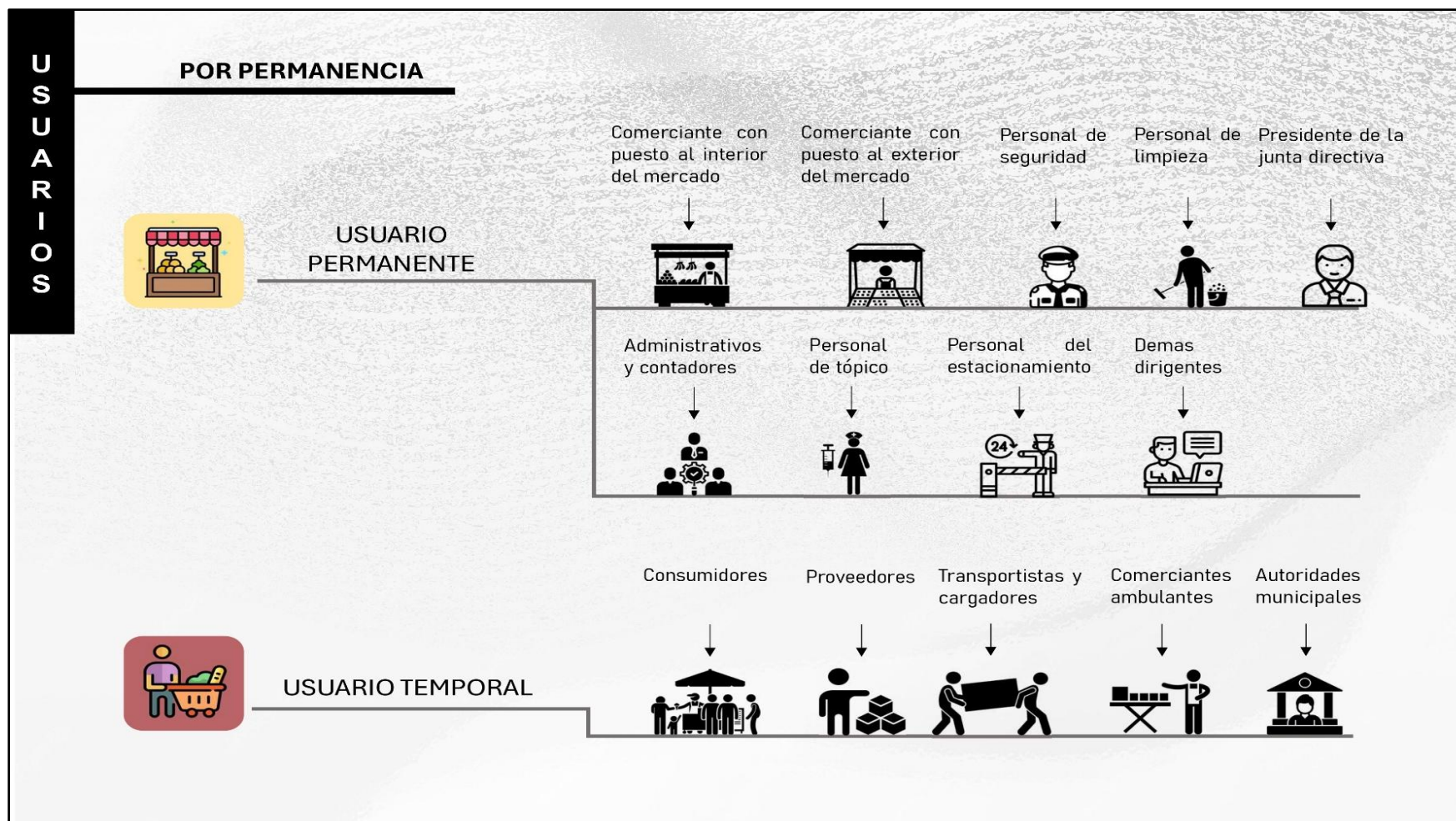


Tabla 18

Tabla de usuario y actividades que realiza en los espacios

	USUARIO	ACTIVIDAD	ESPACIO
COMERCIAL	Comerciante con puesto al interior del mercado	Venta de artículos o productos Atención al cliente	Puestos de venta
	Comerciante con puesto al exterior del mercado	Venta de artículos o productos Atención al cliente	Puestos de venta
	Comerciantes ambulantes	Venta de artículos o productos Movilidad frecuente	Circulación
	Consumidores	Movilidad frecuente Compra	Circulación
SERVICIOS	Personal de seguridad	Vigilar controlar	Accesos Circulación
	Personal de limpieza	Mantenimiento de higiene	Circulación
	Personal de estacionamiento	Gestión de espacios, cuidado y ordenamiento de parqueo	Estacionamiento
	Personal de tópico	Atención para cualquier emergencia de salud	Tópico
	Transportistas y cargadores	Transporte de pasajeros Carga y descarga de productos	Ingresos Zonas de carga y descarga
ADMINISTRATIVO	Autoridades municipales	Supervisión del mercado	Exteriores del mercado
	Presidente de la junta directiva del mercado modelo	Gestión y coordinación del mercado	Oficina
	Administrativos y contadores	Operatividad y economía del mercado	Oficina
	Secretaria	Atención al público Apoyo en las documentaciones	Oficina

7.3.2. REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVIDAD

Tabla 19

Tabla de reglamentación considerada para el diseño arquitectónico

REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES (RNE)	
REGLAMENTACIÓN Y NORMATIVIDAD	DESCRIPCIÓN
RESOLUCIÓN MINISTERIAL	CAPITULO III RELACIÓN CON EL ENTORNO Artículo 7 Accesos:

N°191-2021-VIVIENDA NORMA TÉCNICA A.010 CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO	Deben ser peatonales y vehiculares, permitiendo la accesibilidad de vehículos de emergencia.			
	Edificación	Vehículo de emergencia		
		Altura mínima	Altura máxima	Largo mínimo
	Comerciales	4.50 m	3.25 m	12.00 m
	Artículo 7 Ochavos: Los lotes ubicados en esquinas se debe proyectar un retiro en diagonal con longitud mínima de 3.00 m.			
	CAPITULO IV RELACIÓN ENTRE AMBIENTES Y CIRCULACIÓN HORIZONTAL			
	Artículo 18 Alturas de ambientes: Debe tener una altura mínima 3.00 m y 2.40 m. para los ambientes de servicio, tales como servicios higiénicos, vestidores y otros			
	Artículo 20 Pasajes de circulación: Debe tener una altura mínima 3.00 m			
	Tipo de Pasajes y Circulaciones		Distancia	
	Pasajes de servicio (acceso a depósitos, cuartos técnicos, servicios higiénicos, etc.)		1.00 m	
Locales comerciales, entre góndolas o anaqueles de consumo cotidiano y productos especializados si lo permiten		1.20 m		
CAPÍTULO V CIRCULACIÓN VERTICAL				
Artículo 23 Diseño de escaleras: con un máximo de diecisiete pasos entre descansos. La dimensión mínima del paso debe ser: 0.28 m La dimensión máxima del contrapaso debe ser 0.18 m.				
CAPÍTULO VI ACONDICIONAMIENTO DE LOS AMBIENTES DE LA EDIFICACIÓN				
Artículo 43 Residuos sólidos: A razón mínima de 0.004 m3/m2 techado, sin incluir los estacionamientos.				
CAPÍTULO X ESTACIONAMIENTO				
Artículo 53 Condiciones de las zonas de estacionamientos: Acceso para estacionamiento para comercio: 1) Hasta 40 vehículos: 3.25 m. 2) De 41 a 300 vehículos: 6.00 m. 3) Más de 300 vehículos: 12.00 m. (en uno o dos accesos) Las rampas de acceso a sótanos deben tener una pendiente no mayor a 15%, El radio de giro de las rampas debe ser de 5.00 m				
Artículo 54 Diseño de espacios de estacionamientos:				
Descripción		Ancho de cajón	largo de cajón	Altura libre
Estacionamiento individual		3.00 m	5.00 m	2.10 m
02 estacionamientos contiguos		2.60 m		
03 estacionamientos contiguos		2.50 m		

	Estacionamiento en paralelo	2.50 m	6.00 m	2.10 m
RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 061-2021-VIVIENDA MODIFICACIÓN DE LA NORMA TÉCNICA A.070 “COMERCIO”	CAPÍTULO II CONDICIONES GENERALES DE HABITABILIDAD Y FUNCIONALIDAD			
	Artículo 54 Cálculo de número de ocupantes:			
	Clasificación	Coeficiente de ocupación		
	Mercado de abastos minorista	2.0 m2 por persona		
	CAPÍTULO III CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPONENTES			
	Artículo 10 Acceso: A partir de 1,500 m2 de área techada, la edificación debe contar con ingresos diferenciados para público y para mercadería.			
	Artículo 11 Vanos:			
	Tipo de vano		Ancho mínimo	
	Ingreso principal		1.00 m.	
	Dependencias interiores		0.90 m.	
	Servicios Higiénicos		0.80 m.	
	Servicios Higiénicos para discapacitados		0.90 m.	
	Artículo 12 Pasajes de circulación:			
	Tipo de pasajes de circulación		Ancho mínimo	
	Interior de locales comerciales individuales, el ancho mínimo entre góndolas, anaqueles o exhibidores es de 1.20 m. de altura que contiene productos de consumo cotidiano		0.90 m	
	Interior de locales comerciales, entre góndolas o anaqueles de consumo cotidiano, y para productos especializados cuando la dimensión del producto lo permita		1.20 m	
	Artículo 13 Materiales y Acabados: Los pisos de material impermeable con pendiente de 1.5% La materialidad debe ser no combustible			
	Artículo 14 Organización y áreas mínimas de los ambientes Es por tipo de producto. Las áreas mínimas son de acuerdo al siguiente cuadro:			
	Tipo de ambientes		Área mínima	
	Carnes, pescado y productos perecibles, abarrotes, mercería		4 m2	
	Cocina		6 m2	
Otros productos		5 m2		
CAPÍTULO IV DOTACIÓN DE SERVICIOS				
Artículo 16 Servicios higiénicos: Deben ubicarse cercanos a los accesos y/o las circulaciones verticales de tal forma que estén a una distancia no mayor a 100.00 m.				

	Deben estar provistas de servicios sanitarios para empleados, considerando 10.00 m2 por persona, según lo siguiente:					
	Número de empleados		Hombres	Mujeres		
	De 1 hasta 5 empleados		1L,1U,1I			
	De 6 a 20 empleados		1L,1U,1I	1L,1I		
	De 21 a 60 empleados		2L,2U,2I	2L,2I		
	De 61 a 150 empleados		3L,3U,3I	3L,3I		
	Por cada 300 empleados adicionales		1L,1U,1I	1L,1I		
	se debe proveer de servicios sanitarios para el público:					
	Número de personas		Hombres	Mujeres		
	De 1 a 100 públicos		1L,1U,1I	1L,1I		
	De 101 a 250 publicos		2L,2U,2I	2L,2I		
	Por cada 500 personas adicionales		1L,1U,1I	1L,1I		
	Artículo 17 Estacionamientos:					
	Clasificación	Estacionamientos				
		Personal administrativo	Para publico			
	Mercado de abastos minorista	1 est. Cada 10 pers.	1 est. Cada 10 pers.			
	Este a su vez se multiplica por el factor de rango de atención del local, de acuerdo a la zonificación urbana					
	Tipo de comercio		Población a servir	Sierra		
Comercio distrital		100.00 – 300.00 hab.	0.7			
Del total del requerimiento se debe considerar lo siguiente:						
Tipo de vehículo		Porcentaje requerido				
Autos		60%				
Motos		10%				
Vehículos menores		30%				
Artículo 18: Área de depósitos y almacenes						
El área debe ser como mínimo el 20% del área de ventas.						
La dimensión de la cámara frigorífica de carnes debe permitir un volumen de 0.02 m3 por m2 de área de venta, para pescados debe permitir un volumen mínimo de 0.06 m3 por m2 de área de venta y para productos diversos con una capacidad de 0.03 m3 por m2 de área de venta.						
Para el acopio de residuos:						
Clasificación		Acopio y evacuación de residuos				
Mercados de abastos minoristas		0.020 m3 por m2 de área de venta				
NORMA IS.010 INSTALACIONES SANITARIAS PARA EDIFICACIONES	SUB-TÍTULO III.3					
	INSTALACIONES SANITARIAS					
	Servicios sanitarios:					
	Para el personal de servicios:					
		Inod.	Lav.	Duch.	Urin.	
	Por cada 200 puestos o menos	1	1	1	1	
	Para el público:					
		Hombres			Mujeres	
	Por cada 250 m2 o menos	Inod.	Lav.	Urin.	Inod.	Lav
		1	1	1	2	1
		CAPÍTULO II				

RESOLUCIÓN MINISTERIAL 075-2023-VIVIENDA MODIFICACIÓN DE LA NORMA TÉCNICA A.120 ACCESIBILIDAD UNIVERSAL	CONDICIONES GENERALES DE ACCESIBILIDAD Y FUNCIONALIDAD			
	SUB-CAPÍTULO I INGRESOS Y CIRCULACIONES			
	Artículo 4 Ingresos: El ancho min. De las puertas es de 1.00 m.			
	Artículo 5 Circulaciones en edificaciones: El ancho mínimo es de 0.90 m. Si existen elementos sobresalientes no puede pasar de 0.15 m.			
	Artículo 6 Características de diseño en rampas y escaleras: El ancho mínimo es de 1.00 m. si la longitud es mayor a 3.00 m. debe contener parapetos o barandas Según su diferencia de nivel debe cumplir:			
	Diferencia de Nivel		Pendiente Máxima	
	Hasta 0.30 m		10%	
	De 0.31 m a 0.72 m.		5%	
	La longitud máxima es de 9.00 m. de largo			
	Artículo 8 Ascensores: Debe tener las siguientes medidas internas mínimas: 1.20 m. de ancho y 1.40 m. de fondo, según la dotación de ascensores de las cabinas debe medir 1.50 m de ancho y 1.40 m de profundidad como mínimo.			
RESOLUCIÓN MINISTERIAL N.º 148-2021-PRODUCE	SUB-CAPÍTULO III SERVICIOS HIGIÉNICOS			
	Artículo 13 Dotación y acceso: Por lo menos un inodoro, un lavatorio y un urinario, en cada nivel o piso de la edificación, deben ser accesibles para las personas con discapacidad.			
	Artículo 15 Inodoros: El cubículo para inodoro debe tener dimensiones mínimas de 1.50 m x 2.00 m.			
	SUB-CAPÍTULO IV ESTACIONAMIENTOS			
	Artículo 20 Dotación de estacionamientos accesibles:			
	Dotación total		Estacionamientos	
	De 1 a 500 estacionamientos		4% del total	
	De 501 a más estacionamientos		1 por cada 100 adicionales	
	Artículo 21 Ubicación y Circulación: Deben estar cerca de un ingreso accesible			
	Artículo 23 Dimensiones y señalización: Estacionamientos accesibles individuales: ancho 3.70 m. Dos estacionamientos accesibles continuos: ancho 6.20 m, siempre que uno de ellos colinde con otro estacionamiento. En todos los casos: largo 5.00 m y altura libre 2.10 m. Para señalar la ruta de circulación peatonal se debe demarcar una franja de 0.80 m como mínimo (tipo “paso de cebra”)			
TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES				
Artículo 7 Clasificación:				
Categoría	Zonificación compatible	Radio de influencia	Población atendida	

NORMA TÉCNICA PARA EL DISEÑO DE MERCADOS DE ABASTOS MINORISTAS	4	Comercio zonal (CZ)	De 1200 a 1500	50.000 a 200.000
	TÍTULO III COMPONENTES Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS Artículo 10 Composición: Área de comercialización – Puestos húmedos: para productos que requieren agua y refrigeración como carnes (de todo tipo) – Puestos semi-húmedos: para productos que requieran agua, como vegetales y frutas. – Puestos secos: para productos envasados o a granel como abarrotes. – Servicios higiénicos para clientes. Área de comercialización complementaria – Puestos complementarios: para productos no comestibles, no debe exceder del 20% de puestos del mercado. – Zona gastronómica: dicha zona está conformada por puestos de comida, además de un área de mesas para el consumo. – Zona de esparcimiento: áreas comunes para juegos, áreas verdes, etc. Área de abastecimiento, control y despacho – Áreas de almacenamiento o depósito – Área de refrigeración – Patio de descarga: para el ingreso diferenciado de la mercadería en el área del mercado. – Área de control de calidad: espacio que alberga los equipos y materiales para el control frecuente de los alimentos expendidos Área de administración y servicios complementarios – Área de administración – Estacionamientos – Tópico – Lactario – Servicios higiénicos Área de energía y mantenimiento – Cuarto de máquinas: espacio para agrupar los equipos – Cuarto de mantenimiento: espacio para almacenar y guardar, implementos de – limpieza, herramientas, y demás elementos Área de residuos sólidos – Depósito de residuos sólidos: Este depósito deberá contar con acceso directo a la vía, alejado de áreas de paso y almacenamiento.			
	TÍTULO IV CRITERIOS DE DISEÑO Artículo 12 Criterios para el diseño arquitectónico: Accesos Ingresos diferenciados para peatones y vehículos. Se deberá tener como mínimo dos accesos en mercado de 150 puestos o menos y aumentando una puerta por cada 100 puestos adicionales. Retiros			

	De 1 a 500 m2	1
	De 501 a 1500 m2	2
	De 1501 a 3000 m2	3
	Mas de 3000 m2	4
Las dimensiones mínimas de estos espacios serán de 3.80 x 10.00 m		
Lactario La implementación de un lactario es obligatoria para mercados que cuente con más de 20 trabajadoras en edad fértil, según la Ley N° 29896. El tamaño mínimo de un lactario es de 10 m² Área de Administración El área mínima es de 12 m². Área de Control de Alimentos Esta debe estar situada cerca al área de abastecimiento y despacho, la dimensión mínima es de 8m².		

Nota. Adaptado del Reglamento Nacional de Edificaciones, Norma técnica A.010 Condiciones generales de diseño, Resolución Ministerial N° 061-2021-VIVIENDA Modificación de la Norma Técnica A.070 “comercio”, Norma A.130 Requisitos de seguridad, Norma IS.010 Instalaciones sanitarias para edificaciones, Resolución ministerial 075-2023-VIVIENDA Modificación de la Norma Técnica A.120 accesibilidad universal, Resolución Ministerial N° 148-2021-PRODUCE, Norma técnica para el diseño de mercados de abastos minoristas, Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Huánuco del 2019- 2029.

7.3.3. PROGRAMACIÓN ARQUITECTÓNICA

Tabla 20

Cálculo de población proyectada al 2035

P0	r	t	(Pf)
POBLACIÓN DE HUÁNUCO FUENTE INEI CENSO 2017	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	NÚMEROS DE AÑOS A PROYECTAR	CRECIMIENTO $P_f = P_0 \times (1+r)^t$ EXPONENCIAL
225,587	0.008	18	260,378
POBLACIÓN PROYECTADA PARA 2024 SEGÚN FUENTE INEI	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	NÚMEROS DE AÑOS A PROYECTAR	CRECIMIENTO $P_f = P_0 \times (1+r)^t$ EXPONENCIAL
447,620	0.008	18	516,653

Tabla 21

Cálculo de la cantidad de puestos necesarios por cada rubro

PUESTOS POR RUBRO	POBLACIÓN DE HUÁNUCO FUENTE INEI	NÚMERO DE PUESTOS ACTUAL (CONTEO MEDIANTE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN E INSCRITOS EN LA JUNTA DIRECTIVA)	PERSONAS POR PUESTO	POBLACIÓN PROYECTADA AL 2035	NÚMERO TOTAL DE PUESTOS PROYECTADOS
pescados y marisco	447,620	12	37,302	516,653	14
Puestos de venta de carnes	447,620	18	24,868	516,653	21
Puestos de venta de aves	447,620	17	26,331	516,653	20
Puestos de embutidos	447,620	11	40,693	516,653	13
Puestos de lácteos y derivados	447,620	7	63,946	516,653	8

Puestos de hortalizas y hierbas	447,620	10	44,762	516,653	12
Puestos de frutas	447,620	14	31,973	516,653	16
Puestos de tubérculos	447,620	12	37,302	516,653	14
Puestos de condimentos y especias	447,620	13	34,432	516,653	15
Puestos de comidas	447,620	19	23,559	516,653	22
Puestos de juguerías	447,620	17	26,331	516,653	20
Puestos de abarrotes	447,620	13	34,432	516,653	15
Puestos de granos y legumbres	447,620	6	74,603	516,653	7
cereales, harinas y derivados	447,620	7	63,946	516,653	8
Puestos de frutos secos	447,620	5	89,524	516,653	6
Hojas secas y medicina natural	447,620	10	44,762	516,653	12
Puestos de librerías	447,620	14	31,973	516,653	16
Puestos de vestimenta	447,620	19	23,559	516,653	22
Puestos de zapatería	447,620	11	40,693	516,653	13
Puestos de telas	447,620	12	37,302	516,653	14
Puestos de accesorios y maquillajes	447,620	14	31,973	516,653	16
Puestos de pasamanería y mercería	447,620	10	44,762	516,653	12
Puestos de menajería	447,620	13	34,432	516,653	15
Puestos de artesanía	447,620	5	89,524	516,653	6
Puestos de sastrería	447,620	9	49,736	516,653	10
Puestos de arreglado de zapatos	447,620	6	74,603	516,653	7
Puestos de jugueterías	447,620	13	34,432	516,653	15
Puestos de peluquerías	447,620	17	26,331	516,653	20

Tabla 22

Programa arquitectónico

ZONA	SUB ZONA (RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 148-2021- PRODUCE)	AMBIENTES	USUARIO Y AMBIENTE			MOBILIARIO				AREA DE MOBILIARI O POR AMBIENTE	AREA MINIMA + MOBILIARI O	AREA PARCIAL X CANTIDA D DE ESPACIO S	AREA PARCIA L	
			CANTIDA D	AFOR O	AREA REGLAMENTAR IA (RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 148-2021- PRODUCE)	MOBILIARIO	AREA DE MOBILIARI O	CANTIDA D	AREA X CANTIDA D					
Comercial	Húmeda	Puestos de venta de pescados y marisco	20	2	4	Balanza	0.24	1	0.24	3.31	7.31	146.20	655.65	
						Mesa de trabajo	0.90	1	0.90					
						Lavadero	0.36	1	0.36					
						Mesa de atención	0.45	1	0.45					
						mesa forrada con lamina de acero inoxidable	1.36	1	1.36					
		Puestos de venta de carne	25	2	4	Sierra para huesos	0.64	1	0.64	3.47	7.47	186.73		
						Mesa de trabajo	0.60	1	0.60					
						Lavadero	0.36	1	0.36					
						Mesa de atención	0.43	1	0.43					
						Balanza	0.32	1	0.32					
		Puestos de venta de aves	20	2	4	Exhibidor de carnes	1.12	1	1.12	3.40	7.40	148.00		
						Mesa de trabajo	1.17	1	1.17					
						Lavadero	0.36	1	0.36					
						Mesa de atención	0.43	1	0.43					
						Balanza	0.32	1	0.32					
		Puestos de embutidos	12	2	4	Exhibidor de aves	1.12	1	1.12	3.52	7.52	90.24		
						cortadora	0.48	1	0.48					
						Mesa de trabajo	0.79	1	0.79					
						Lavadero	0.36	1	0.36					
						Mesa de atención	0.45	1	0.45					
	Puestos de lácteos y derivados	12	2	4	Exhibidor de embutidos	1.12	1	1.12	3.04	7.04	84.48			
					Balanza	0.32	1	0.32						
					Mesa de trabajo	0.79	1	0.79						
					Lavadero	0.36	1	0.36						
					Mesa de atencion	0.45	1	0.45						
	Semi-Húmeda	Puestos de hortalizas y hierbas	12	2	4	Exhibidor de lacteos	1.12	1	1.12	4.25	8.25	99.00		756.33
						Balanza	0.32	1	0.32					
						Mesa de trabajo	0.79	1	0.79					
Lavadero						0.36	1	0.36						
Mesa de atencion						0.45	1	0.45						
Exhibidor						1.12	1	1.12						
Anaqueles						1.23	1	1.23						
Jabas	0.30	1	0.30											

		Puestos de frutas	17	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23	2.88	6.88	116.96	
						Bandejas	0.60	1	0.60				
						Jabas	0.30	1	0.30				
						Balanza	0.30	1	0.30				
						Mesa de atención	0.45	1	0.45				
		Puestos de tubérculos	19	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23	2.88	6.88	130.72	
						Bandejas	0.60	1	0.60				
						Jabas	0.30	1	0.30				
						Balanza	0.30	1	0.30				
						Mesa de atencion	0.45	1	0.45				
		Puestos de condimentos y especias	5	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23	3.13	7.13	35.65	
						Jabas	0.30	1	0.30				
						Lavadero	0.36	1	0.36				
						Mesa de atencion	0.45	1	0.45				
						Mesa de trabajo	0.79	1	0.79				
		Puestos de comidas	20	3	6	Refrigeradora	0.51	1	0.51	3.78	9.78	195.6	
						Area de cocina	0.72	1	0.72				
						Mesa de trabajo	0.51	1	0.51				
						Lavadero	0.36	1	0.36				
						Exhibidor	0.48	1	0.48				
						Barra de atencion	0.75	1	0.75				
						Almacenaje	0.45	1	0.45				
		Puestos de juguerías	20	2	6	Refrigeradora	0.36	1	0.36	2.92	8.92	178.4	
						Mesa de trabajo	0.84	1	0.84				
						Lavadero	0.36	1	0.36				
						Exhibidor	0.36	1	0.36				
						Barra de atencion	0.55	1	0.55				
						Almacenaje	0.45	1	0.45				
	Seca	Puestos de abarrotes	16	2	4	Anaqueles	0.72	1	0.72	3.84	7.84	125.44	
						Balanza	0.24	1	0.24				
						Exhibidor de frio vertical	0.36	1	0.36				
						Bandejas	1.89	1	1.89				
						Sacos	0.63	1	0.63				
		Puestos de granos y legumbres	12	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23	2.88	6.88	82.56	
						Bandejas	0.60	1	0.60				
						Jabas	0.30	1	0.30				
						Balanza	0.30	1	0.30				
						Mesa de atencion	0.45	1	0.45				
		Puestos de cereales, harinas y derivados	9	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23	2.88	6.88	61.92	
						Bandejas	0.60	1	0.60				
						Jabas	0.30	1	0.30				
						Balanza	0.30	1	0.30				
						Mesa de atencion	0.45	1	0.45				
		Puestos de frutos secos	10	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23	2.88	6.88	68.80	
						Bandejas	0.60	1	0.60				

						Jabas	0.30	1	0.30				1,601.89			
						Balanza	0.30	1	0.30							
						Mesa de atención	0.45	1	0.45							
		Puestos de hojas secas	10	2	4	Anaqueles	1.23	1	1.23					2.58	6.58	65.80
						Bandejas	0.60	1	0.60							
						Jabas	0.30	1	0.30							
						Mesa de atencion	0.45	1	0.45							
	Anaqueles					1.23	1	1.23	3.34	8.34	108.42					
	Mesa de atencion					0.45	1	0.45								
	Vitrinas	1.36	1	1.36												
	Jabas	0.30	1	0.30												
	Puestos de vestimenta	13	2	5	Estante	1.56	1	1.56				2.87		7.87	102.31	
					maniquies	0.50	1	0.50								
					Mostrador	0.36	1	0.36								
					Mesa de atencion	0.45	1	0.45								
	Puestos de zapateria	13	2	5	Anaqueles	1.56	1	1.56	2.37	7.37	95.81					
					Mostrador	0.36	1	0.36								
					Mesa de atencion	0.45	1	0.45								
	Puestos de telas	9	2	5	Mostrador de corte	0.90	1	0.90	4.14	9.14	82.26					
					Exhibidores verticales de rollos de tela	1.56	1	1.56								
					Mesa de atencion	0.45	1	0.45								
					Anaqueles	1.23	1	1.23								
	Puestos de accesorios y maquillajes	7	2	5	Anaqueles	1.56	1	1.56	3.73	8.73	61.11					
					Mostrador	0.36	1	0.36								
					Vitrinas	1.36	1	1.36								
					Mesa de atencion	0.45	1	0.45								
	Puestos de pasamaneria y merceria	5	2	4	Mesa de atencion	0.45	1	0.45	2.69	6.69	33.45					
					Anaqueles	1.56	1	1.56								
					Paneles de exhibición vertical con ganchos	0.28	2	0.56								
					Mostrador central con almacenamiento interno	0.12	1	0.12								
	Puestos de menajería	10	2	5	Estantería trasera	0.54	1	0.54	2.94	7.94	79.4					
					Mostrador de atención y exhibición central	0.72	1	0.72								
					Estanterías laterales altas	0.84	2	1.68								
	Puestos de artesanía	9	2	5	Estantería trasera	0.54	1	0.54	2.94	7.94	71.46					
					Mostrador de atención y exhibición central	0.72	1	0.72								
					Estanterías laterales altas	0.84	2	1.68								
	Puestos de sastrería	9	2	5	Mesa de trabajo o costura	0.72	1	0.72	3.42	8.42	75.78					
					Máquina de coser	0.72	2	1.44								

		Puestos de arreglado de zapatos	9	2	5	Estantería trasera	0.54	1	0.54	3.30	8.30	74.70
						Mostrador de atención y exhibición central	0.72	1	0.72			
						Banco de trabajo	0.72	2	1.44			
						Estantería trasera	0.54	1	0.54			
						Panel de herramientas	0.60	1	0.60			
		Puestos de jugueterías	15	2	5	Mostrador de atención frontal	0.72	1	0.72	2.94	7.94	119.1
						Estantería trasera	0.54	1	0.54			
						Mostrador de atención y exhibición central	0.72	1	0.72			
						Estanterías laterales altas	0.84	2	1.68			
		Puestos de peluquerías	15	4	5	Silla de peluquería	0.49	2	0.98	3.07	8.07	121.05
						Espejo grande con tocador	0.40	2	0.80			
						Carrito auxiliar con ruedas	0.11	2	0.21			
						Lava cabezas compactos	0.72	1	0.72			
						Estantería o repisa para productos	0.36	1	0.36			
		Patio de comidas	1	200	400	Mesas	0.49	50	24.50	74.94	474.94	474.94
						Sillas	0.23	200	45.00			
						Barra	0.80	3	2.40			
						Sillas altas	0.20	15	3.04			
		Servicios higiénicos personal	1	75	20	Hombres Lavadero	0.35	3	1.05	13.82	33.82	33.82
						Hombres Urinario	0.16	3	0.48			
						Hombres Inodoro	0.30	3	0.90			
						Hombres Ducha	1.02	3	3.06			
						Mujeres Lavadero	0.35	3	1.05			
						Mujeres Inodoro	0.30	3	0.90			
						Mujeres duchas	1.02	3	3.06			
						Discapacitados varones lavadero	0.35	1	0.35			
						Discapacitados varones urinario	0.16	1	0.16			
						Discapacitados varones ducha	1.08	1	1.08			
						Discapacitados mujeres lavadero	0.35	1	0.35			
						Discapacitados mujeres inodoro	0.30	1	0.30			
						Discapacitados mujeres duchas	1.08	1	1.08			
							3	1930	14			

		Servicios higiénicos publico				Hombres Urinario	0.16	4	0.64				
						Hombres Inodoro	0.30	4	1.20				
						Mujeres Lavadero	0.35	4	1.40				
						Mujeres inodoro	0.16	4	0.64				
						Discapacitados varones lavadero	0.35	3	1.05				
						Discapacitados varones urinario	0.16	3	0.48				
						Discapacitados mujeres lavadero	0.35	3	1.05				
						Discapacitados mujeres inodoro	0.30	3	0.90				
						Abastecimient o y despacho	Almacen o depositos (Calculo según la RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 148-2021- PRODUCE)	Almacen para puestos de zona semi-humeda	1				
Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24	14	3.36										
Armario o gabinete con puertas	0.54	14	7.56										
mesa de preparación	0.75	7	5.25										
Estante mural suspendido	0.36	7	2.52										
Almacen para puestos de zona seca	1	14	2367	Estanterías metálicas	0.72			7	5.04	23.73	2390.73	2,390.73	
				Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24			14	3.36				
				Armario o gabinete con puertas	0.54			14	7.56				
				mesa de preparación	0.75			7	5.25				
				Estante mural suspendido	0.36			7	2.52				
Almacen para puestos de zona complementaria	1	14	225	Estanterías metálicas	0.72			7	5.04	23.73	248.73	248.73	
				Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24			14	3.36				
				Armario o gabinete con puertas	0.54			14	7.56				
				mesa de preparación	0.75			7	5.25				
				Estante mural suspendido	0.36			7	2.52				
Servicios higienicos personal	1	14	12	Hombres Lavadero	0.35			1	0.35	6.82	18.82	18.82	
				Hombres Urinario	0.16			1	0.16				
				Hombres Inodoro	0.30			1	0.30				
				Hombres Ducha	1.02			1	1.02				
				Mujeres Lavadero	0.35			1	0.35				
				Mujeres Inodoro	0.30			1	0.30				
				Mujeres ducha	1.02			1	1.02				
				Discapacitados varones lavadero	0.35			1	0.35				
				Discapacitados varones urinario	0.16	1	0.16						

						Discapacitados varones ducha	1.08	1	1.08				
						Discapacitados mujeres lavadero	0.35	1	0.35				
						Discapacitados mujeres inodoro	0.30	1	0.30				
						Discapacitados mujeres ducha	1.08	1	1.08				
	Area de refrigeracion (Calculo según la RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 148-2021-PRODUCE)	Cámara frigorífica para carnes	1	3	99.69	Estanterías metálicas	0.72	7	5.04	58.65	158.34	158.34	832.57
						Gancheras o rieles	15.00	3	45.00				
						Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24	14	3.36				
						mesa de preparación	0.75	7	5.25				
		Cámara frigorífica para aves	1	3	158.13	Estanterías metálicas	0.72	7	5.04	58.65	216.78	216.78	
						Gancheras o rieles	15.00	3	45.00				
						Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24	14	3.36				
						Mesa de preparación	0.75	7	5.25				
		Cámara frigorífica para pescado y mariscos	1	3	75.63	Estanterías metálicas	0.72	7	5.04	23.17	98.80	98.80	
						mesa forrada con lamina de acero inoxidable	1.36	7	9.52				
						Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24	14	3.36				
						mesa de preparación	0.75	7	5.25				
		Cámara frigorífica para embutidos	1	3	300	Estanterías metálicas	0.72	7	5.04	58.65	358.65	358.65	
						Gancheras o rieles	15.00	3	45.00				
						Gaveteros plásticos o cajas apilables	0.24	14	3.36				
						Mesa de preparación	0.75	7	5.25				
	Patio de maniobras (RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 148-2021-PRODUCE)	Área de carga y descarga	1	4	28	Área de maniobras	28.00	1	28.00	142.00	170.00	170.00	170.00
						Estacionamiento	38.00	3	114.00				
	Área de control de calidad	Área de control de calidad	1	5	8	Mesa de inspección	1.60	2	3.20	5.75	13.75	13.75	30.06
						Balanza	0.60	2	1.20				
						Lavadero	0.35	1	0.35				
						Archivador o gabinete para documentos	0.50	2	1.00				
		Cuarto de limpieza	1	2	4	Lavadero	0.35	1	0.35	1.91	5.91	5.91	
Anaqueles						1.56	1	1.56					
Guardianía		2	1	4	Escritorio o mesa de control	0.60	1	0.60	1.20	5.20	10.40		
					Silla	0.20	1	0.20					
	Archivador o gabinete para documentos				0.40	1	0.40						
	Operativa	Cuarto de maquinas	1	2	15	Bombas de agua	6.30	1	6.30	12.60	27.60	27.60	52.47

Energía y mantenimiento						maquinas	6.30	1	6.30	3.96	18.96	18.96			
		Cuarto de mantenimiento	1	1	15	Estanterías metálicas	0.72	2	1.44						
						Armario o gabinete con puertas	0.54	2	1.08						
						Mesa de trabajo	0.72	2	1.44						
						Lavadero	0.35	1	0.35						
		Cuarto de limpieza	1	2	4	Anaqueles	1.56	1	1.56	1.91	5.91	5.91			
Administrativa y servicios	Administrativa	Oficina del presidente de la junta directiva + SS.HH.	1	2	12	Escritorio	1.44	1	1.44	3.85	15.85	15.85	89.09		
						Silla	0.36	1	0.36						
						Sillas para Visitas	0.20	2	0.40						
						Archivador o Estantería	0.50	2	1.00						
						Inodoro	0.30	1	0.30						
						Lavadero	0.35	1	0.35						
		Oficina de contabilidad	1	2	12	Anaqueles	1.56	1	1.56	3.76	15.76	15.76			
						Escritorio	1.44	1	1.44						
						Silla	0.36	1	0.36						
						Sillas para Visitas	0.20	2	0.40						
		Oficina de administración	1	2	12	Escritorio	1.44	1	1.44	3.20	15.20	15.20			
						Silla	0.36	1	0.36						
						Sillas para Visitas	0.20	2	0.40						
						Archivador o Estantería	0.50	2	1.00						
		Secretaria	1	2	4	Mesa alta	0.90	1	0.90	1.26	5.26	5.26			
						Silla	0.36	1	0.36						
		Sala de espera	1	4	15	Sillas	0.36	9	3.24	3.24	18.24	18.24			
		Sala de juntas	1	5	15	Mesa de reuniones	1.62	1	1.62	3.78	18.78	18.78			
	Sillas					0.36	6	2.16							
	Servicios		SUM	1	100	Varia	-	-	-	-	100.00	100.00		100.00	218.20
			Sala de cámaras de seguridad	1	3	12	Escritorio	1.44	3	4.32	6.90	18.90		18.90	
							Silla	0.36	3	1.08					
							Archivador o Estantería	0.50	3	1.50					
			Guardería	1	15	30	Mesas infantiles	0.72	4	2.88	16.94	46.94		46.94	
							Sillas infantiles	0.09	16	1.44					
							Zona de juegos suaves	4.00	1	4.00					
Colchonetas							0.72	4	2.88						
Mueble para mochilas							0.50	2	1.00						
Escritorio							1.44	1	1.44						
Silla							0.36	1	0.36						
Estanterías bajas							0.48	4	1.92						
Hombres Lavadero							0.35	1	0.35						
Hombres Urinario							0.16	1	0.16						
Mujeres Lavadero							0.35	1	0.35						
Mujeres inodoro							0.16	1	0.16						
Área de lactario							1	10	10	Sillón cómodo			0.56		
			Mesa auxiliar pequeña	0.12	2	0.24									
	Lavadero	0.35	1	0.35											
	Estanterías bajas	0.48	4	1.92											

		Servicios higiénicos personal	1	75	6	Hombres Lavadero	0.35	1	0.35	2.62	8.62	8.62	
						Hombres Urinario	0.16	1	0.16				
						Hombres Inodoro	0.30	1	0.30				
						Mujeres Lavadero	0.35	1	0.35				
						Mujeres Inodoro	0.30	1	0.30				
						Discapacitados varones lavadero	0.35	1	0.35				
						Discapacitados varones urinario	0.16	1	0.16				
						Discapacitados mujeres lavadero	0.35	1	0.35				
						Discapacitados mujeres inodoro	0.30	1	0.30				
		Tópico	1	4	8	Camilla de atención	1.26	2	2.52	6.11	14.11	14.11	
						Escritorio	1.44	1	1.44				
						Silla	0.36	3	1.08				
						Lavadero	0.35	1	0.35				
						Vitrina para medicamentos	0.48	1	0.48				
						Mesa auxiliar pequeña	0.12	2	0.24				
		Centro financiero	1	10	12	Cajeros automáticos	0.72	4	2.88	2.88	14.88	14.88	
Servicios complementarios	Estacionamientos (NORMA TECNICA A.010 CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO)	Estacionamientos de autos	1	209	Varia	Cajón de estacionamiento	15.00	209	3135.00	3135.00	3135.00	3,135.00	6,366.60
		Estacionamientos de motos lineales	1	35	Varia	Cajón de estacionamiento	2.76	35	96.60	96.60	96.60	96.60	
		Estacionamientos de trimovil	1	105	Varia	Cajón de estacionamiento	15.00	209	3135.00	3135.00	3135.00	3,135.00	
	Depósitos	Depósito de residuos solidos	1	4	15	Contenedores	0.54	10	5.40	5.40	5.40	5.40	5.40
TOTAL PARCIAL													17,665.78
AREA DE CIRCULACION 40%													7,066.31
AREA TOTAL													24,732.10

7.4. PROYECTO

7.4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA

El proyecto arquitectónico se conceptualiza enfocándose en poder ser un espacio comercial moderno y multifuncional, que genere cohesión social mediante una arquitectura sostenible con una reorganización y diseño integral, teniendo en cuenta su ubicación del Mercado Modelo Privado de Huánuco que es un eje central con distintas dinámicas sociales y comerciales.

La propuesta abarca el mejoramiento de toda la infraestructura, con el objetivo de mejorar la distribución y tamaños de los puestos comerciales, respetar los espacios de circulación priorizando la fluidez del usuario (consumidor, comerciante, personal administrativo y personal de mantenimiento), integrando la iluminación natural, una correcta ventilación y una zonificación coherente entre los distintos tipos de productos en venta que garantice la adquisición de bienes de forma segura, eficiente, ágil y ordenada para el usuario.

De esta manera se recupera un espacio principal para la economía de la sociedad huanuqueña, integrándose armónicamente al tejido urbano, enriqueciendo y mejorando su rol como punto de encuentro y motor de dinamismo local.

7.4.2. IDEA FUERZA O RECTORA

La idea principal se centró en el entendimiento de la importancia del concepto del comercio, fluidez y funcionalidad. El comercio genera un conocimiento principal que es donde se realiza un intercambio económico caracterizándose por tener un diseño flexible y adaptable que reciba a distintos tipos de comercio, sin generar problemas de congestión (Butragueño, Raposo, & Salgado, 2017) teniendo siempre presente la funcionalidad, el cual estructura el espacio por zonas definidas según la actividad generando así una orientación para el usuario, favoreciendo el movimiento libre, la interacción social promoviendo el tránsito jerarquizado y sin interferencias convirtiéndose en un lugar accesible, seguro y acogedor (Gehl, 2014).

Figura 49

Idea rectora del proyecto arquitectónico

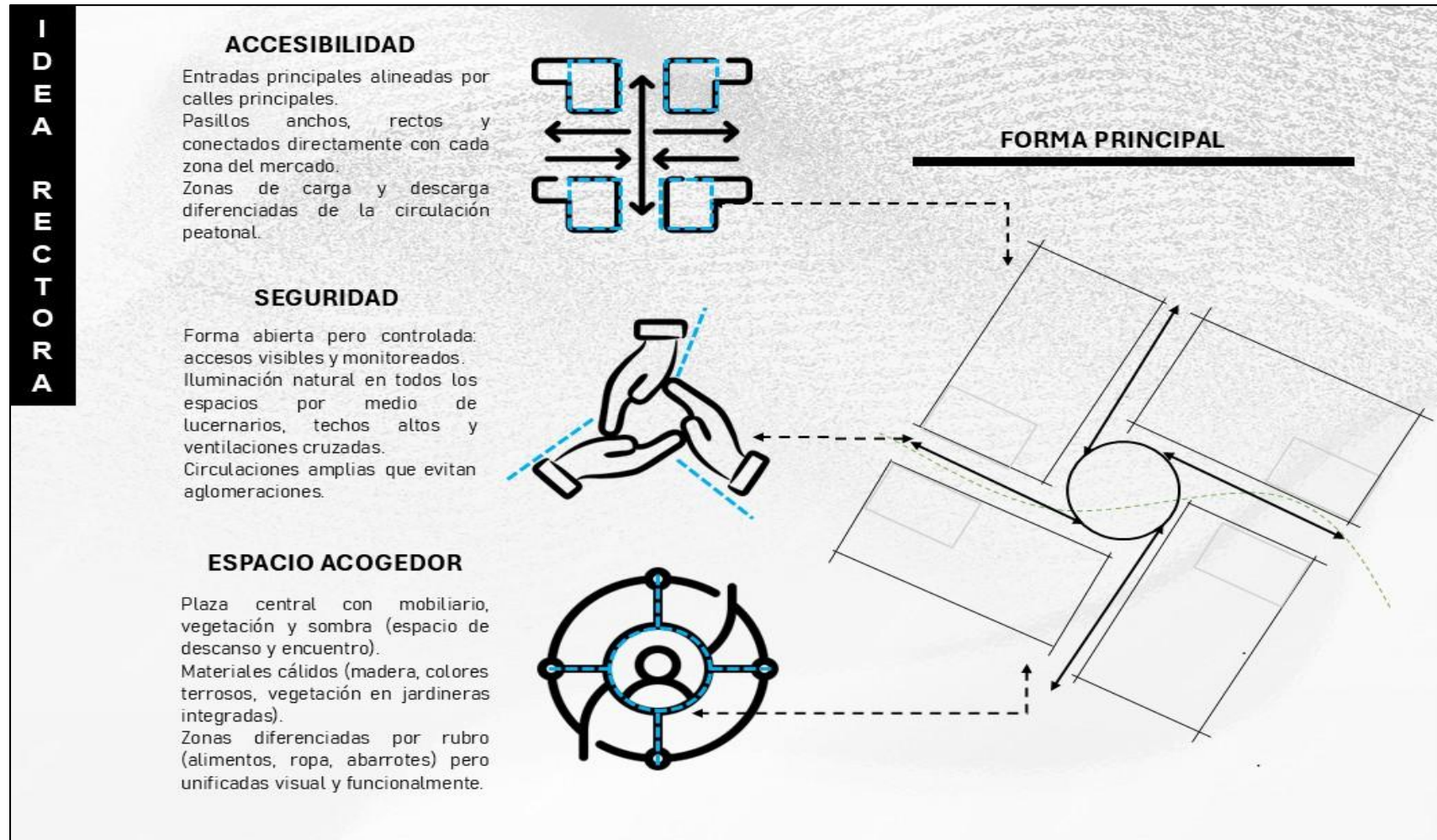


Figura 50

Moadboard para la extracción de colores y materialidades predominantes



7.4.3. CRITERIOS DE DISEÑO

Los criterios implementados en el proyecto se relacionan a cada indicador abarcado en la investigación como los siguientes:

DISTRIBUCIÓN ARQUITECTÓNICA

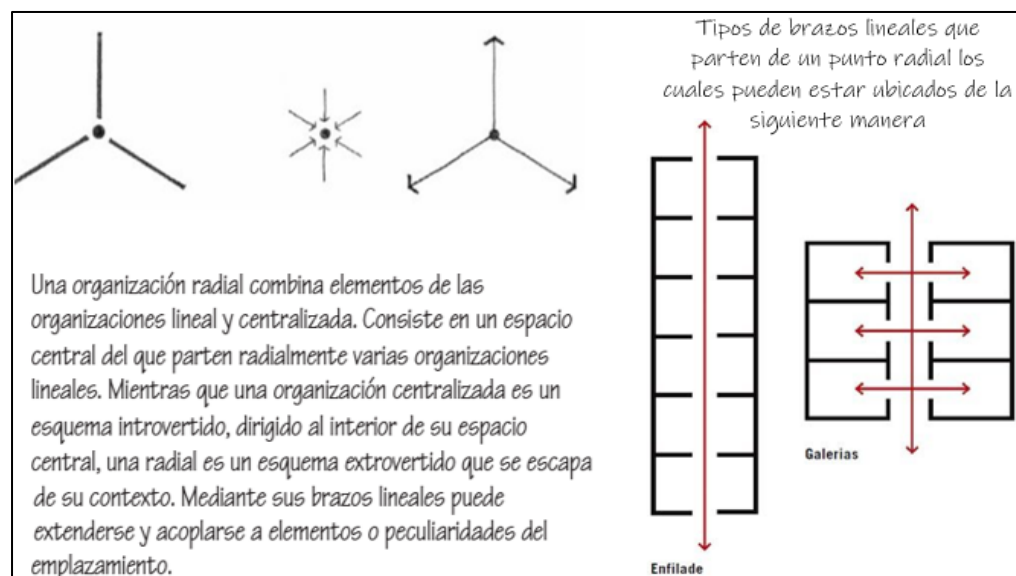
Se visualizo que la distribución arquitectónica no muestra una adecuada organización por ello se debe tener en cuenta la jerarquía de accesos y circulaciones, distinguiendo entre principales y secundarios bien definidos para el tránsito y demás usuarios peatonales.

El ordenamiento estratégico se basa en la ubicación de puestos comerciales diferenciados según su tipo de producto de venta como: carnes, frutas, verduras, comidas, jugos, abarrotes, indumentaria, etc., por lo cual según lo observado las áreas más concurridas son ubicadas cerca a los accesos principales para la ubicación de los puestos con alimentos perecibles promoviendo su venta equitativa.

La implementación de espacios abiertos para la facilitación de la ventilación e iluminación y con ello la implementación de patios con usos múltiples como ferias temporales, espacios de recreación y descanso, actuando como punto de encuentro y de orientación desde el núcleo hacia zonas de comercio.

Figura 51

Organización espacial radial y lineal para la distribución optima



Nota. En el libro *Arquitectura, Forma, Espacio y Orden* muestra una figura que contiene los tipos de organización espacial. Tomada de *Academia* [Figura], (Ching, 2015) ([PDF](#)) [Arquitectura. Forma, espacio y orden Francis D. K. Ching](#)

CIRCULACIÓN Y FLUJO DE USUARIOS

Para mantener una circulación fluida, eficiente, seguro y legible, los pasillos principales deben ser rectos y amplios conectando a articulaciones o zonas principales de un flujo alto de personas para evitar aglomeraciones.

Intersecciones con espacios amplios para evitar puntos de congestión y diferenciados según su tipo de eje principal y secundario.

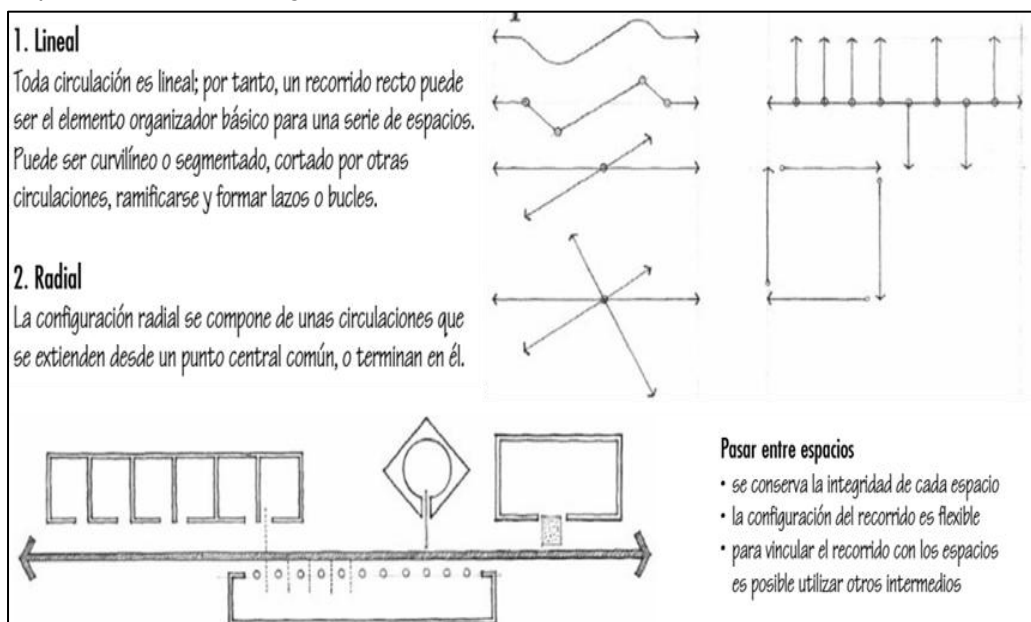
Relación entre el interior con el exterior evitando los pasillos ciegos o sin salida, promoviendo el recorrido intuitivo y conexión con calles y paraderos mediante las aperturas laterales o portones que favorezcan la interacción del usuario.

La incorporación de flujo circular o en peine facilitando el recorrido sin retroceder o cruces con áreas de carga y descarga de productos y residuos.

Ingresos diferenciando al establecimiento para vehículos de carga, vehículos menores y peatones.

Figura 52

Tipos de circulación según su distribución



Nota. En el libro *Arquitectura, Forma, Espacio y Orden* muestra una figura que contiene los tipos de circulación. Tomada de *Academia* [Figura], (Ching, 2015) ([PDF](#)) [Arquitectura. Forma, espacio y orden Francis D. K. Ching](#)

FUNCIONALIDAD ARQUITECTÓNICA

Zonificación clara que permite la operatividad de cada espacio según el agrupamiento y sus funciones como la ubicación de los alimentos perecibles con zonas de enfriamiento y productos secos adyacente a los puntos de salidas.

La implementación de las alturas libres para permitir la ventilación cruzada, iluminación natural y mantenimiento, con un diseño agrupado pero ordenado que no permita la aglomeración sin espacios desperdiciados.

Conexión eficiente entre las distintas zonas de operatividad y mantenimiento, puestos de comidas y el patio de comidas, etc., garantizando que la actividad comercial de desarrolle con fluidez higiene, cómodo y adaptable.

Figura 53

Diagrama de relaciones general

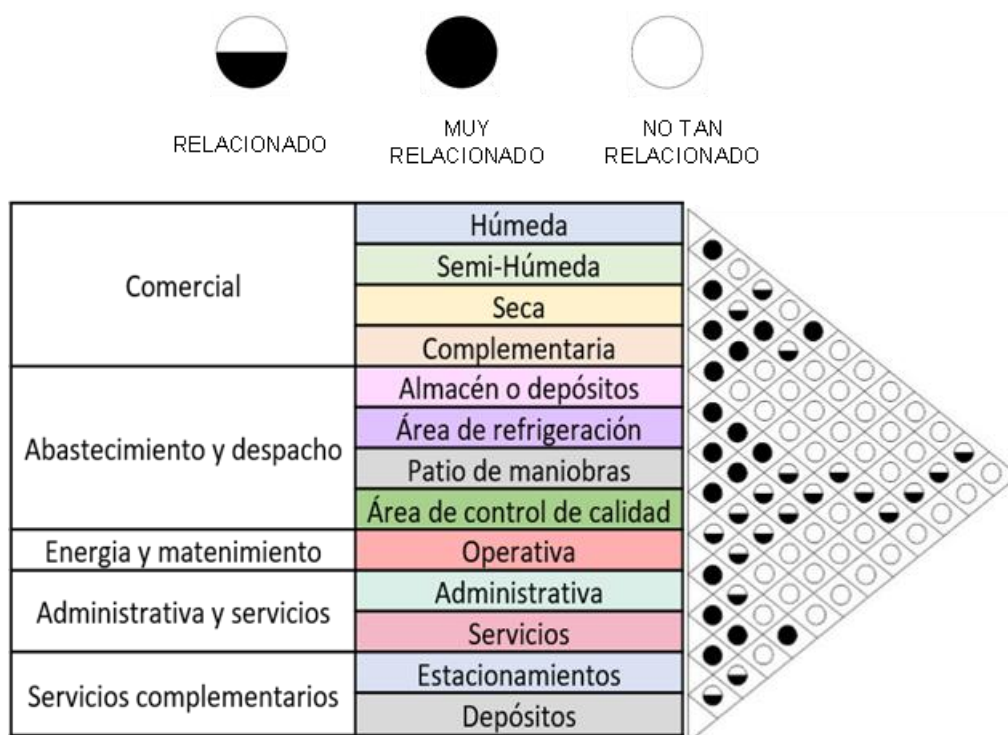


Figura 54

Diagrama de relaciones de la zona comercial

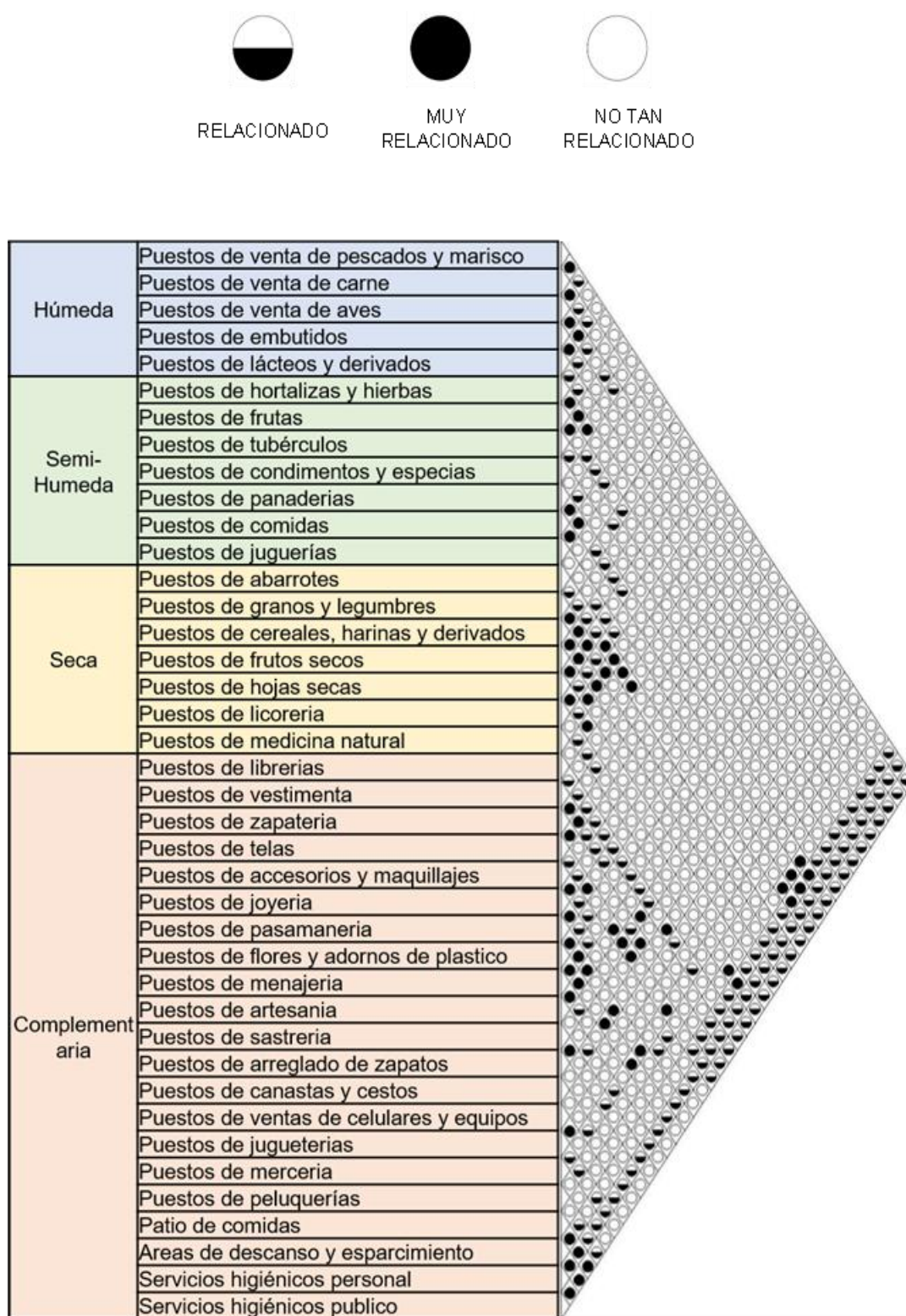


Figura 55

Diagrama de relación de la zona de almacén o depósitos

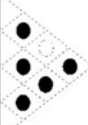
Almacén o depósitos	Almacén para puestos de zona semihúmeda	
	Almacén para puestos de zona seca	
	Almacén para puestos de zona complementaria	
	Servicios higiénicos personal	

Figura 56

Diagrama de relación de la zona de refrigeración

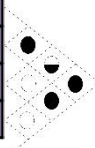
Área de refrigeración	Cámara frigorífica para carnes	
	Cámara frigorífica para aves	
	Cámara frigorífica para pescado y mariscos	
	Cámara frigorífica para embutidos	

Figura 57

Diagrama de relación de la zona de patio de maniobras y área de control de calidad

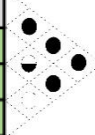
Patio de maniobras	Área de carga y descarga	
Área de control de calidad	Área de control de calidad	
	Cuarto de limpieza	
	Guardianía	

Figura 58

Diagrama de relación de la zona operativa

Operativa	Cuarto de maquinas	
	Cuarto de mantenimiento	
	Cuarto de limpieza	

Figura 59

Diagrama de relación de la zona administrativa

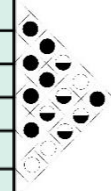
Administrativa	Oficina del presidente de la junta directiva	
	Oficina de contabilidad	
	Oficina de administración	
	Secretaría	
	Sala de espera	
	Sala de juntas	

Figura 60

Diagrama de relación de la zona de estacionamiento y depósitos servicios

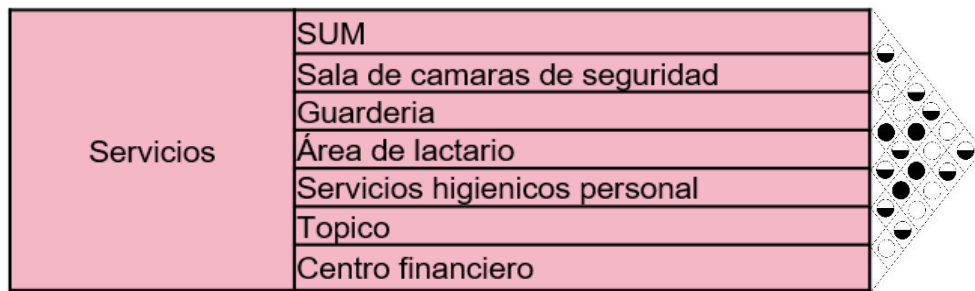


Figura 61

Diagrama de relación de la zona estacionamiento y depósitos

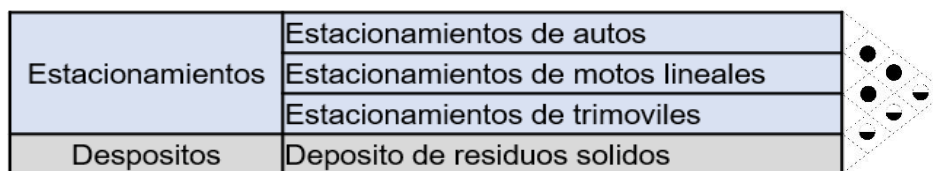


Figura 62

Diagrama de flujo de zonas generales

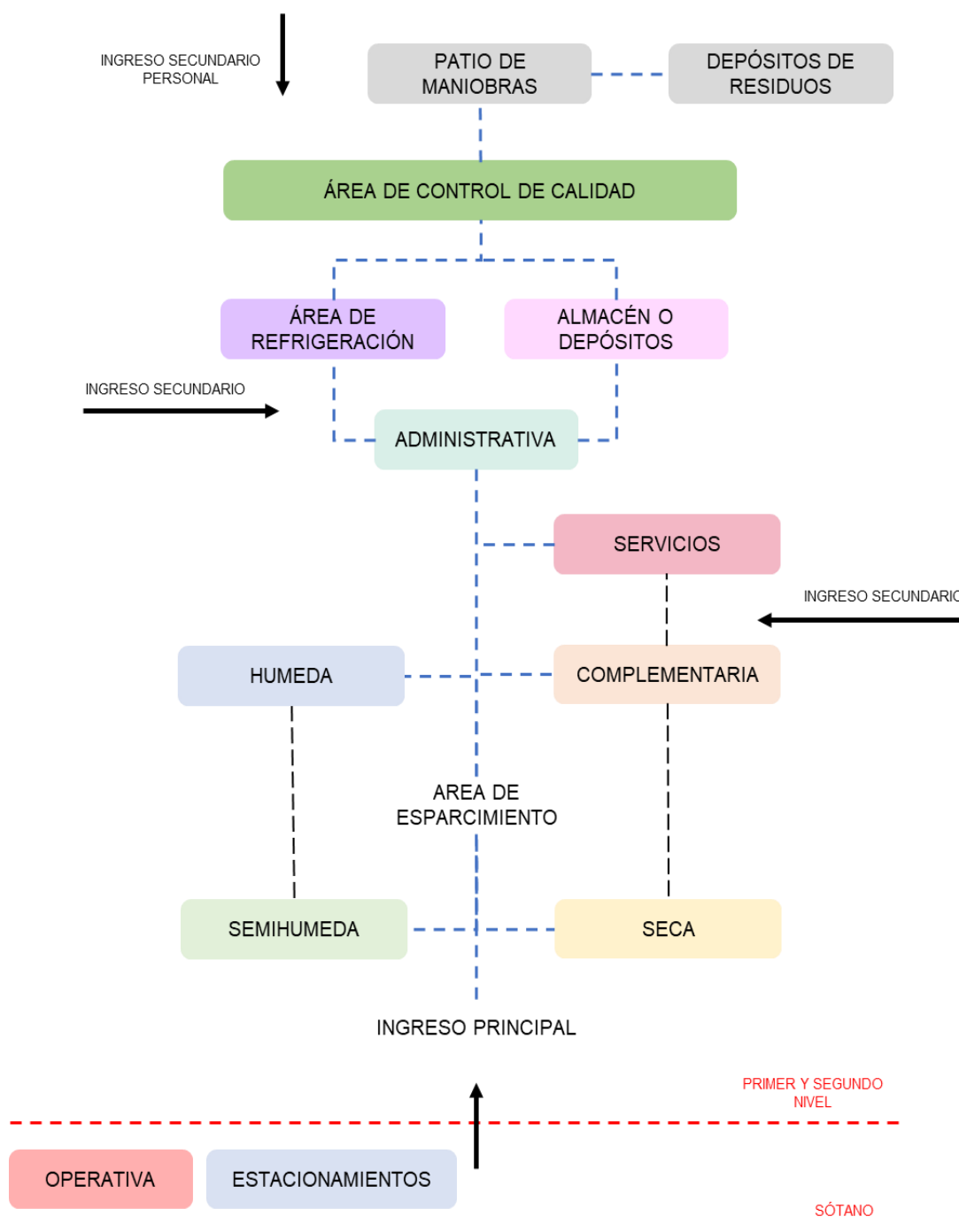


Figura 63

Diagrama de flujo de zona comercial primer nivel

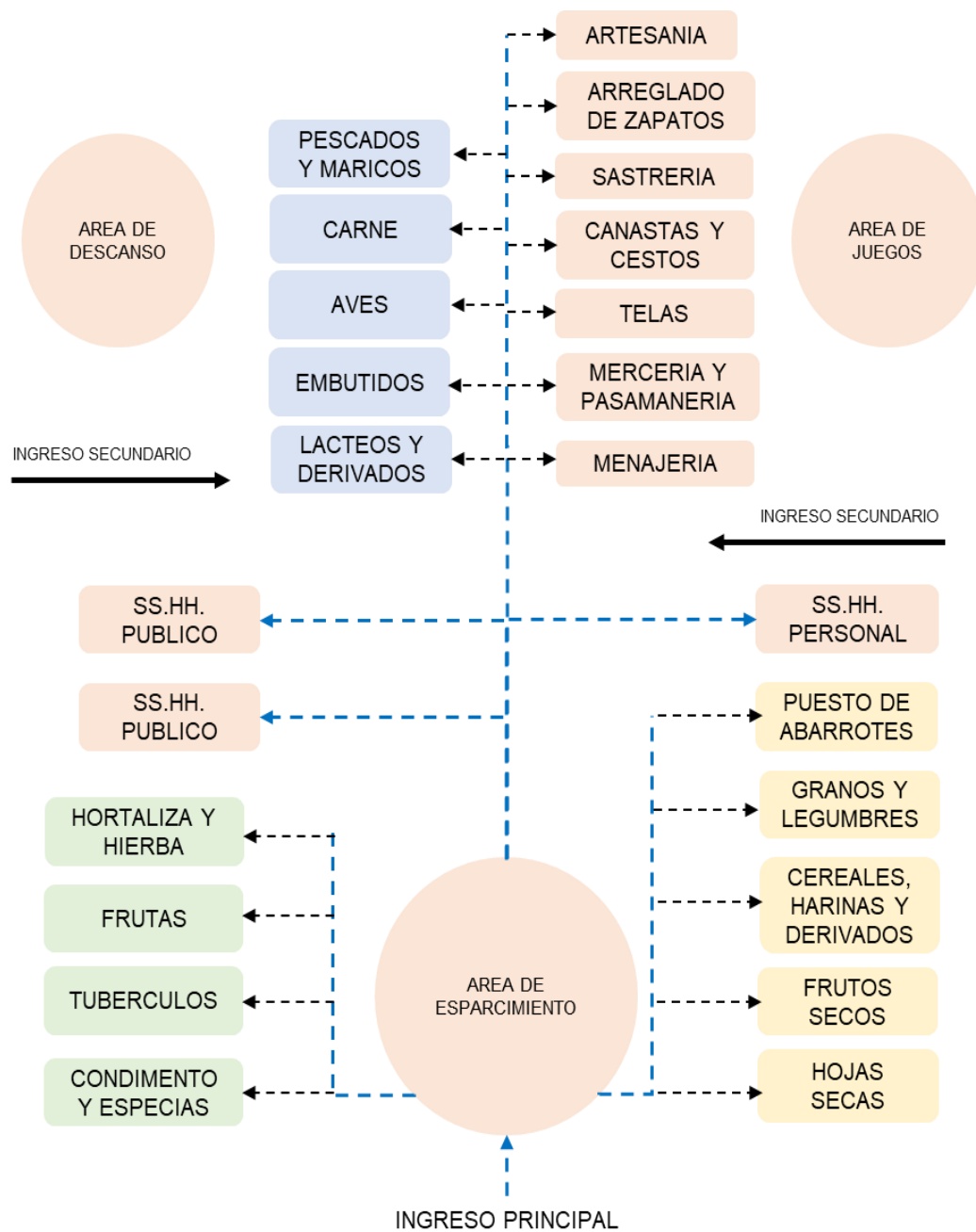


Figura 64

Diagrama de flujo de la zona comercial segundo nivel

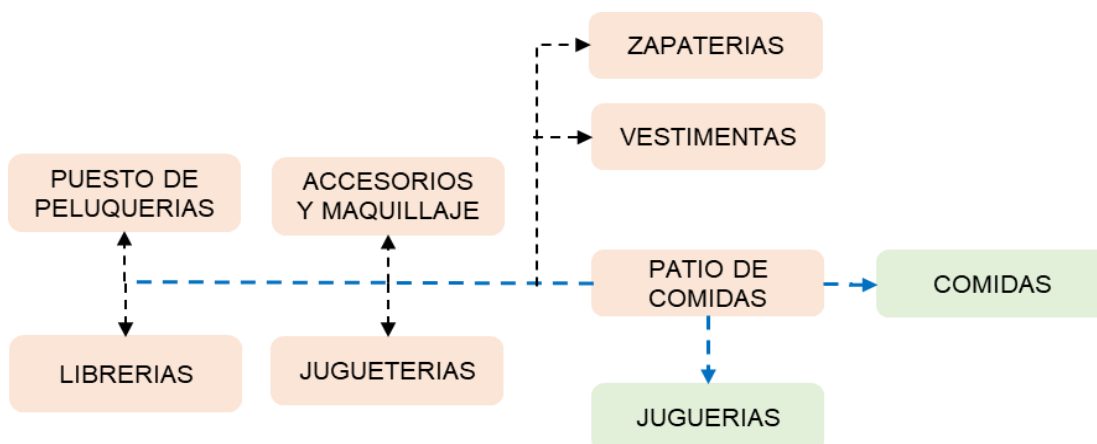


Figura 65

Diagrama de flujo de la zona almacén, refrigeración, patio de maniobras y área de control de calidad

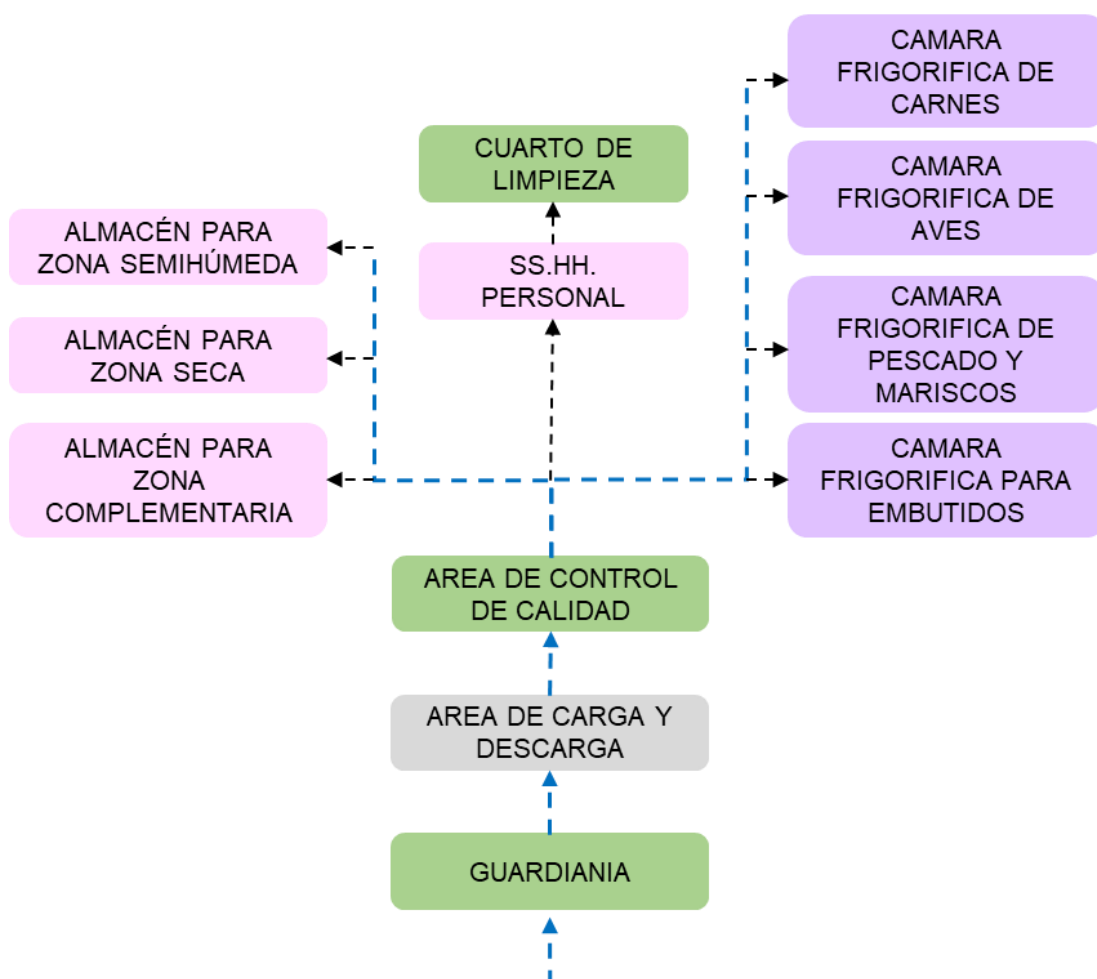


Figura 66

Diagrama de flujos de la zona administrativa y servicios operativa

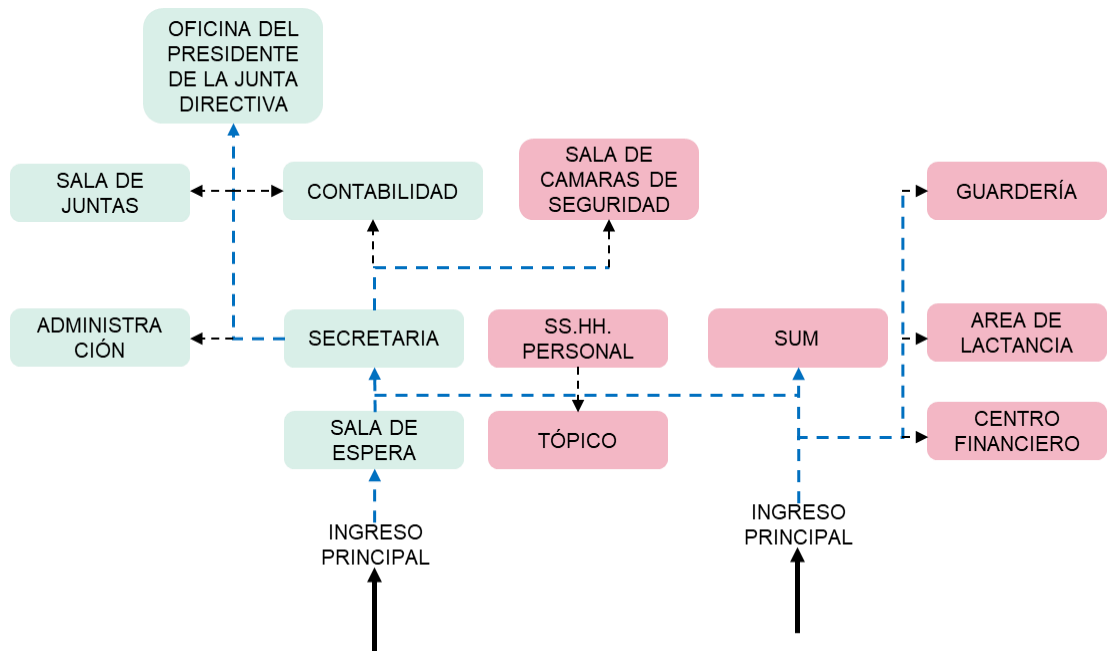
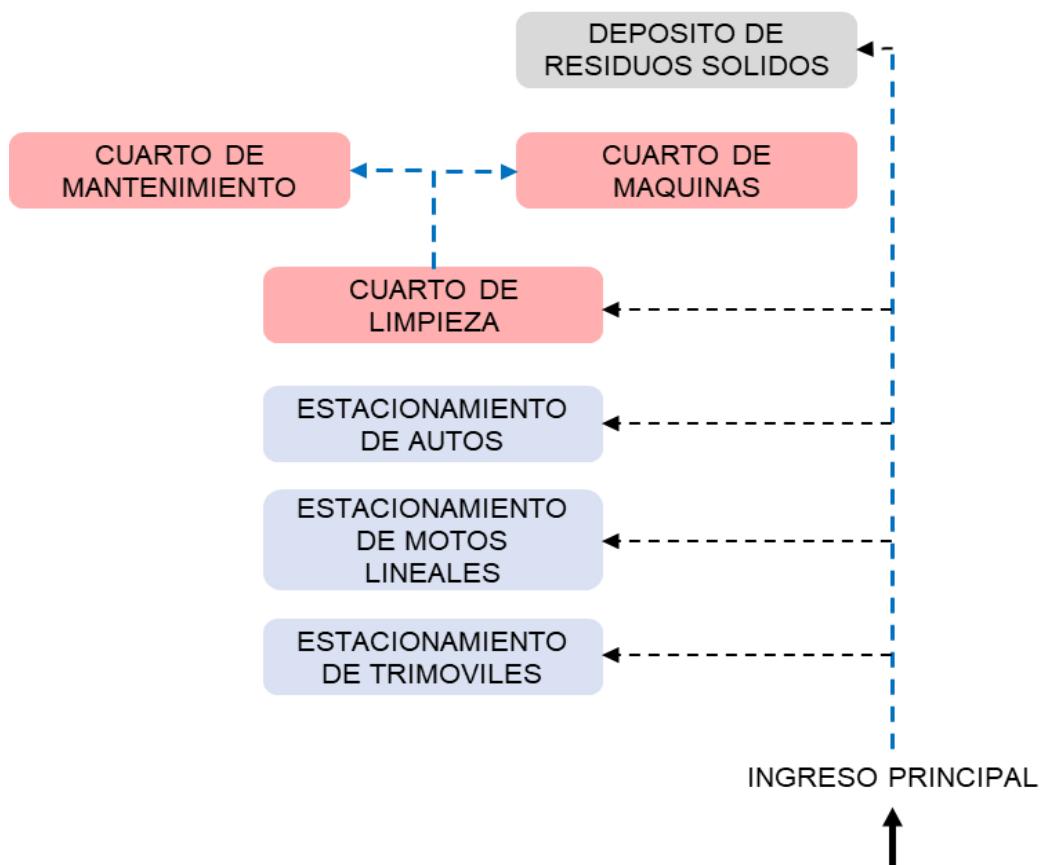


Figura 67

Diagrama de flujos de la zona estacionamiento y deposito



COMBINACIÓN ESTILÍSTICA

Según la entidad local se implementa materiales predominantes en las construcciones representables de la ciudad de Huánuco como la madera, adobe, yeso y elementos decorativos presentes en su arquitectura, acompañado de colores cálidos presentes en los elementos culturales que permita la identificación armoniosa de la infraestructura, incorporando adicionalmente elementos o patrones como celosías o bordes que muestren patrones de la cultura huanuqueña.

Implantación del estilo bioclimático para favorecer la ventilación cruzada con patios internos, celosías y aleros, también uso eficiente de la luz natural mediante muros traslucidos o lucernarios adicionando el uso de la vegetación en jardines o plazas interiores.

DIVERSIFICACIÓN DE PUESTOS COMERCIALES

Para la satisfacción de distintos requerimientos de los usuarios y evitar la concentración en un solo rubro se provee la implementación de dimensiones distintos de puestos de venta encontrándose entre ellos rubros de zonas húmedas, semi húmedas, secas y complementarias.

Figura 68

Requerimientos mínimos de los puestos según rubro

Puestos según rubro	Requerimientos mínimos
Carnes y aves 	- Almacenamiento y exhibición con refrigeradora o congeladora, según el caso. - Área de trabajo para corte (equipada con sierra eléctrica o manual y balanza). - Área de empaque y despacho. - Lavadero y punto de agua. - Energía eléctrica.
Pescados y mariscos 	- Almacenamiento y exhibición con refrigeradora o congeladora, según el caso. - Área de trabajo para corte y limpieza. - Área de empaque y despacho. - Lavadero y punto de agua. - Energía eléctrica.
Tubérculos, verduras y frutas 	- Exhibidor, andamios y/o parihuela a 20 cm del piso, dependiendo del producto. - Área para peso y despacho (equipada con balanza). - Energía eléctrica.
Embutidos y/o carne seca 	- Almacenamiento y exhibidor con refrigeración. - Exhibidor cerrado para la carne seca. - Área para peso y despacho (equipada con balanza). - Energía eléctrica.

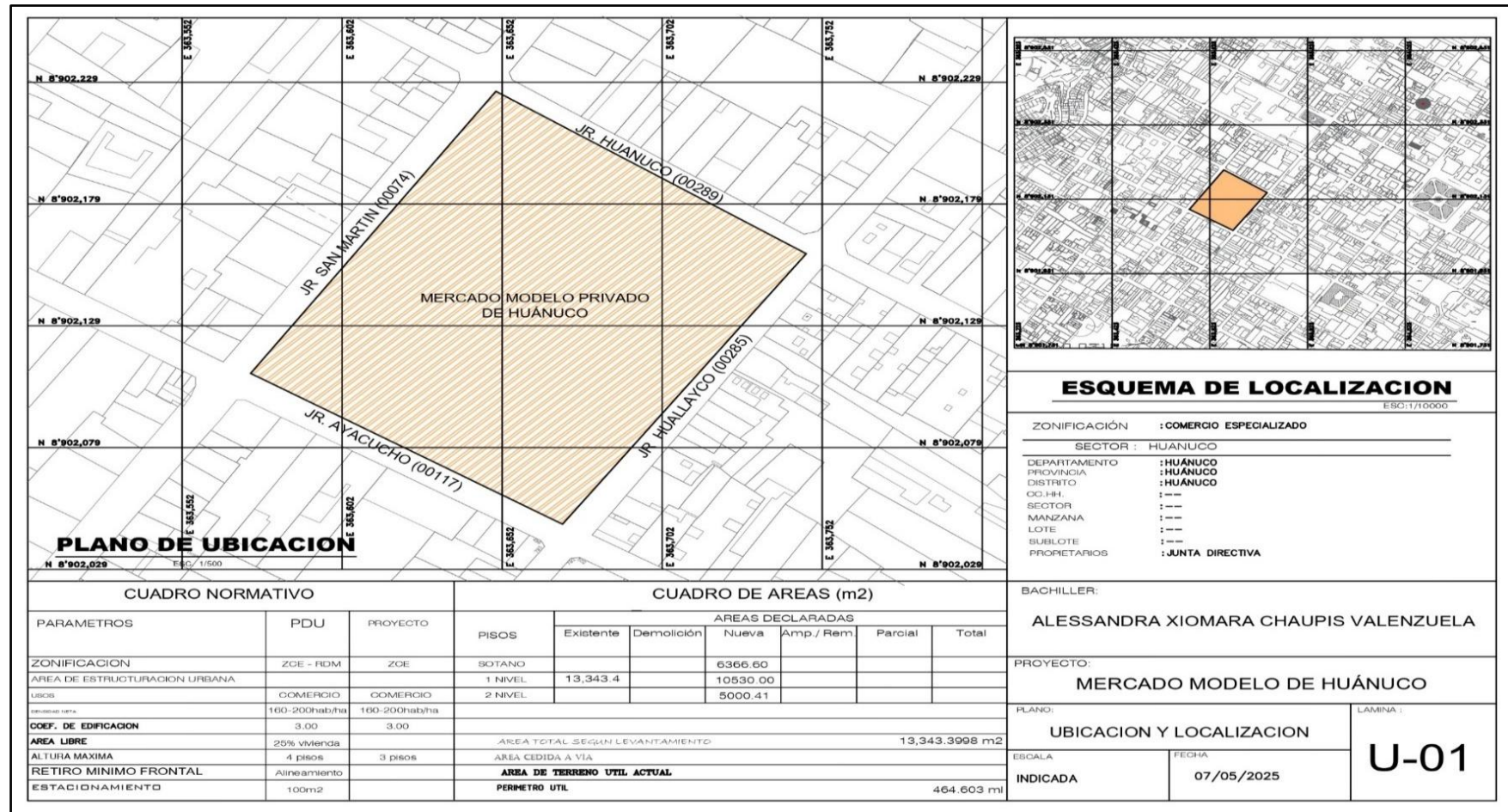
Quesos y lácteos* 	• Almacenamiento y exhibidor con refrigeración. • Área para peso y despacho (equipada con balanza). • Energía eléctrica.
Granos sueltos* 	• Exhibidor, andamios y/o parihuela a 20 cm del piso, dependiendo del producto. • Área para peso y despacho (equipada con balanza). • Energía eléctrica.
Abarrotes 	• Andamios para los productos envasados. • Parihuelas y andamios a 20 cm del piso para los productos a granel. • Exhibidores con refrigeración para productos lácteos, embutidos. • Área para peso y despacho (equipada con balanza). • Energía eléctrica.
Venta de comida 	• Área de cocina (equipada con campana extractora). • Área de preparado. • Área de despacho. • Área de almacenamiento con estantería para equipos y productos. • Área de lavado con punto de agua. • Exhibidores cerrados. • Energía eléctrica.
Venta de jugos 	• Área de preparado. • Área de despacho. • Exhibidor cerrado, almacenamiento con refrigeración y congelación. • Área de lavado con punto de agua. • Se puede considerar un área de despacho dentro del puesto sin invadir las áreas de circulación. • Estantería para almacenar equipos y productos • Energía eléctrica
Área de patio de comidas 	• Mesas y sillas ubicadas cerca de los puestos de venta de comida. • Energía eléctrica.

Nota. En el libro titulado Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú muestra una figura que contiene los tipos de puestos comerciales. Tomada de *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura* [Figura], (Guerrero, Lazarte, & Mendez, 2017), [Guia para la planificacion y diseno de mercados.pdf](#)

7.4.4. UBICACIÓN

Figura 69

Plano de ubicación y localización del Mercado Modelo de Huánuco



7.4.5. ZONIFICACIÓN

Figura 70

Zonificación primer nivel

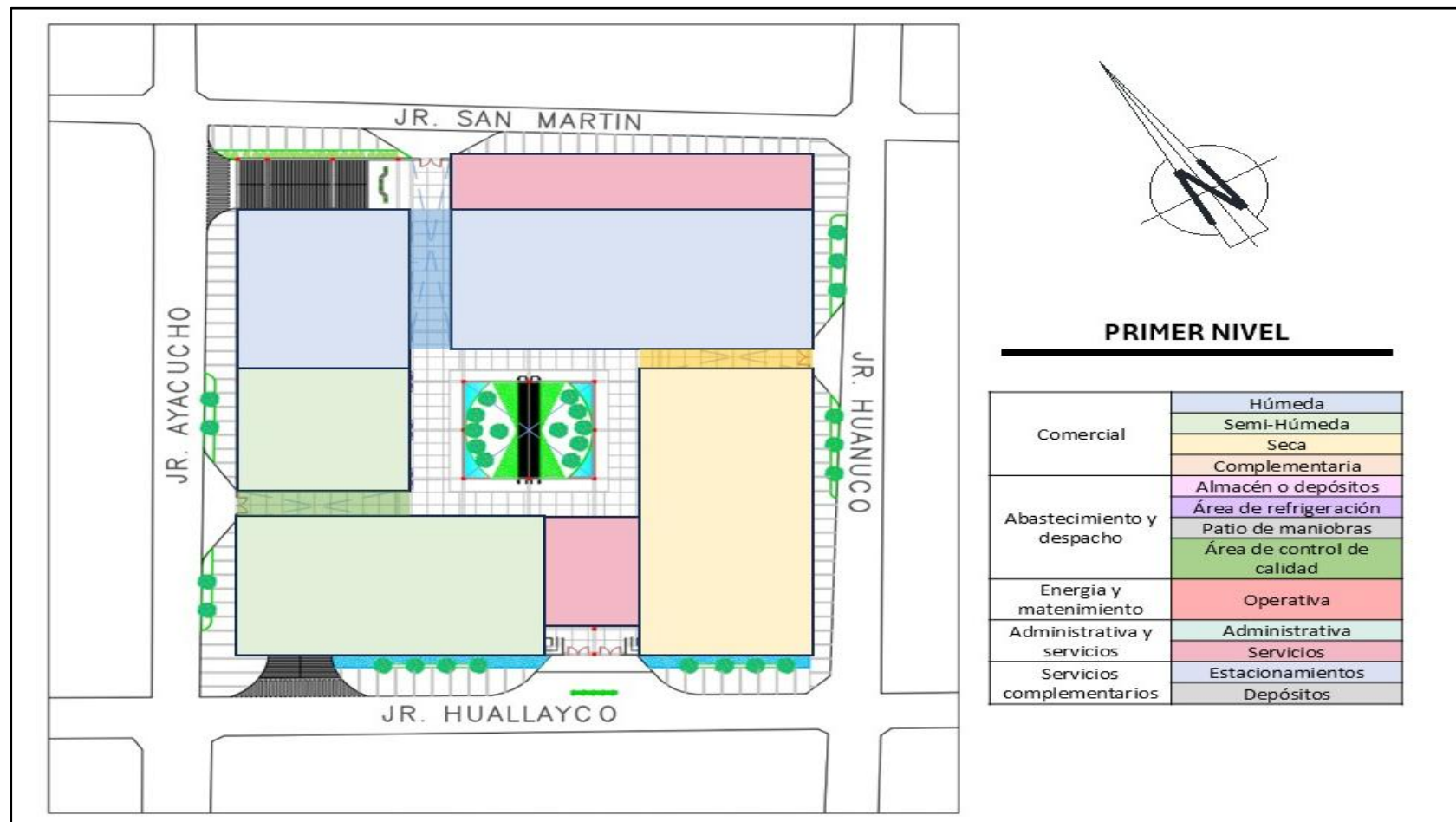


Figura 71

Zonificación del segundo y tercer nivel

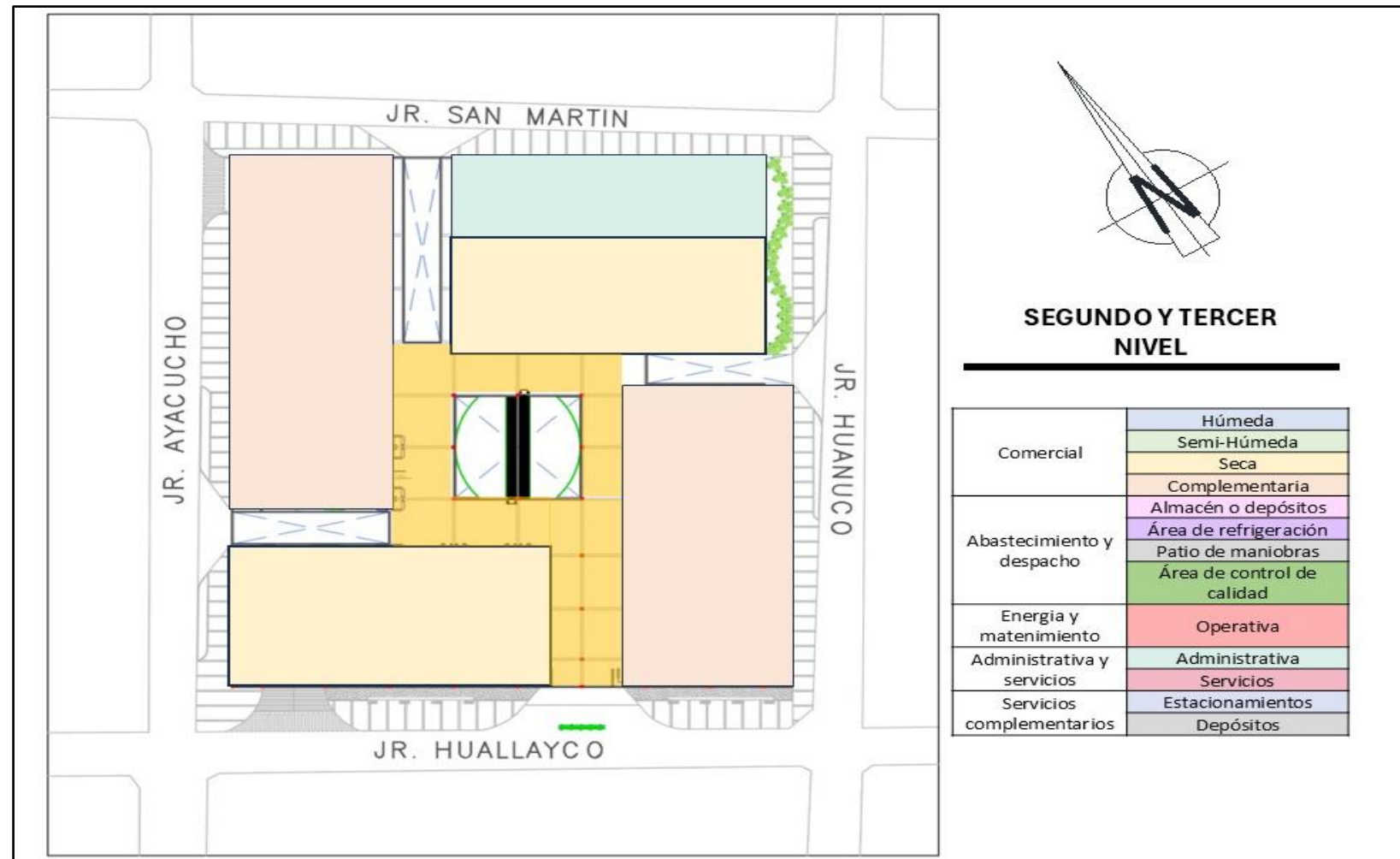
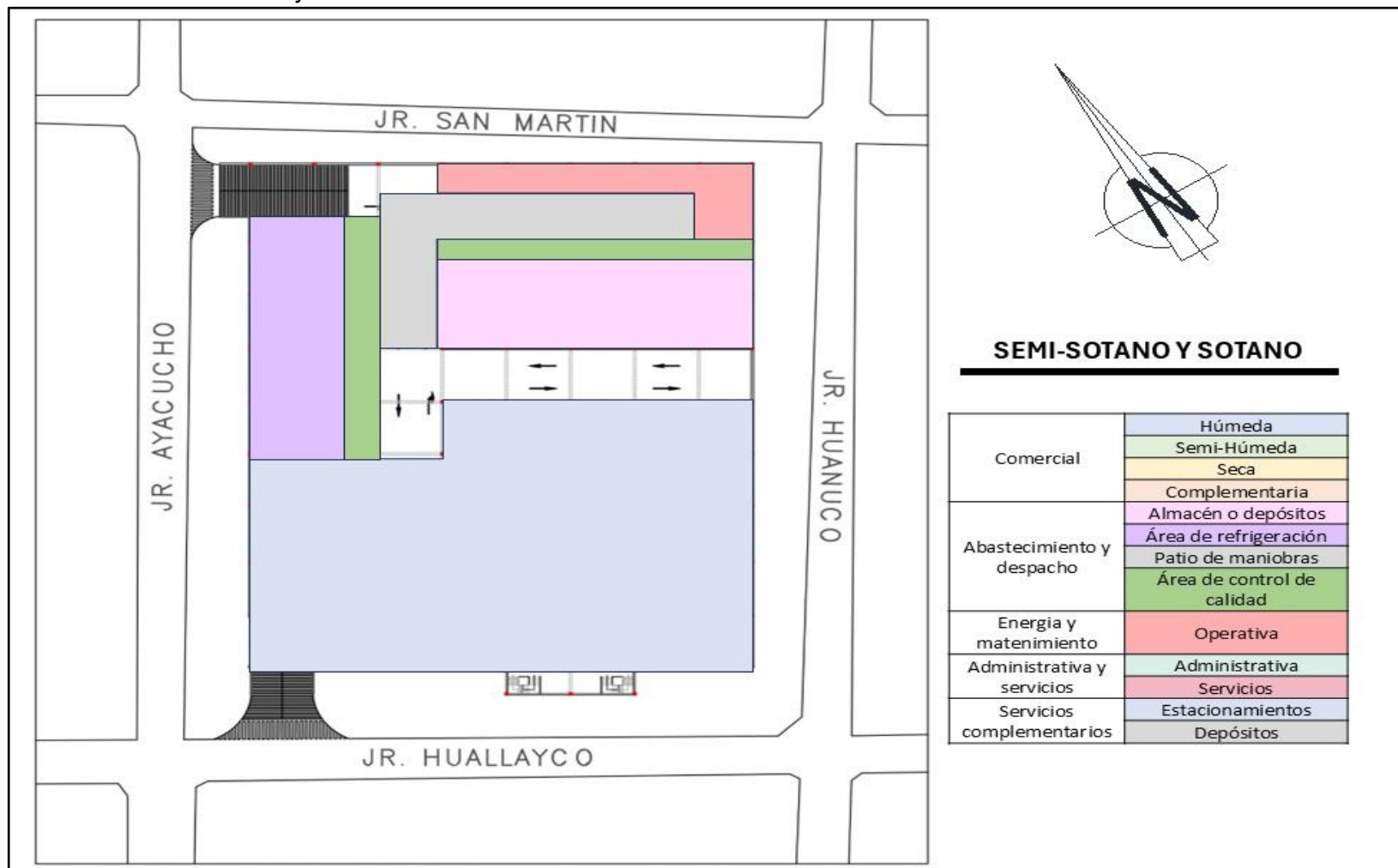


Figura 72

Zonificación del semisótano y sótano



7.4.6. PLANTAS, CORTES Y ELEVACIONES GENERALES

Figura 73

Plano primer nivel lamina A3

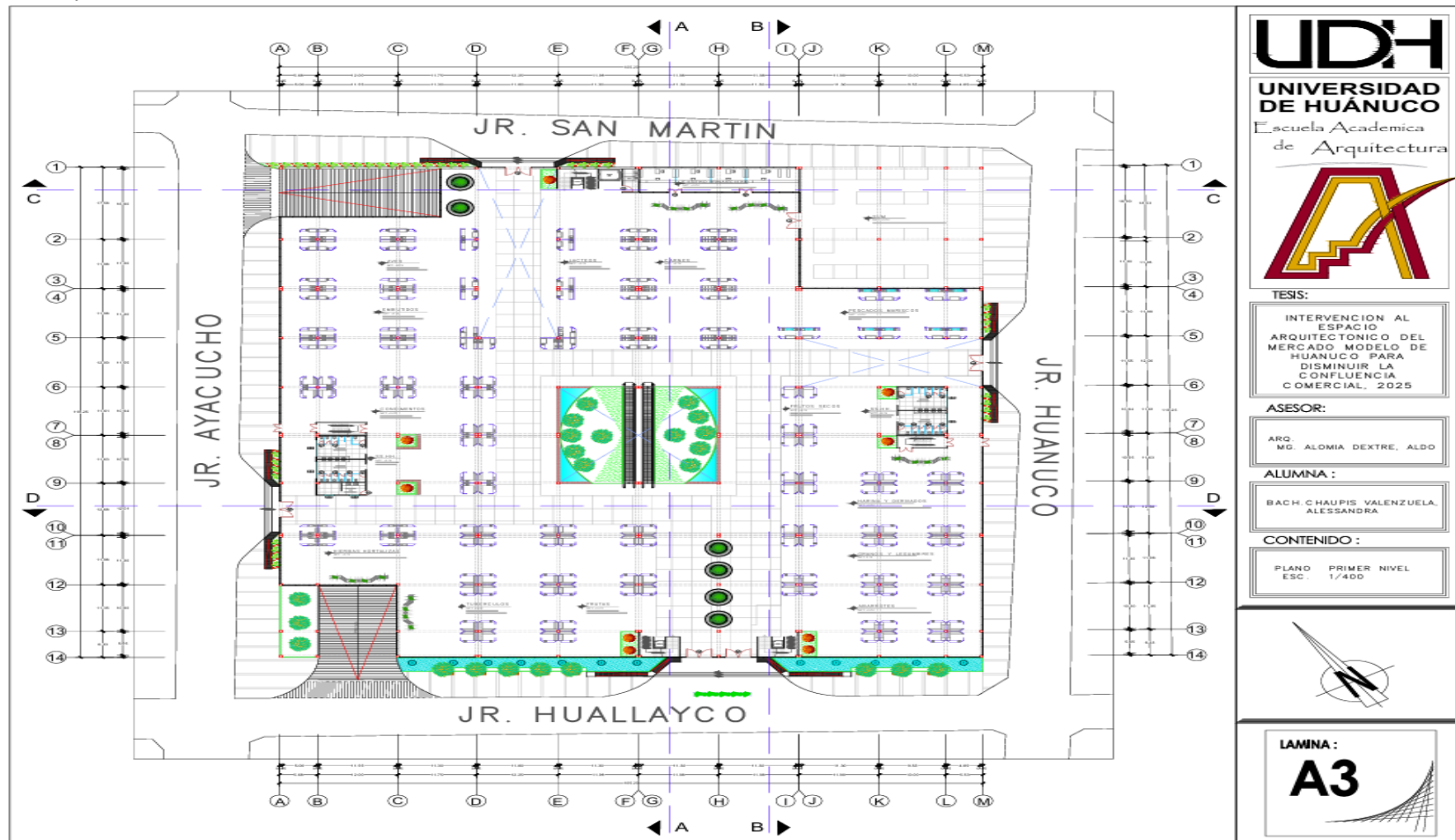


Figura 74

Plano según nivel lamina A4

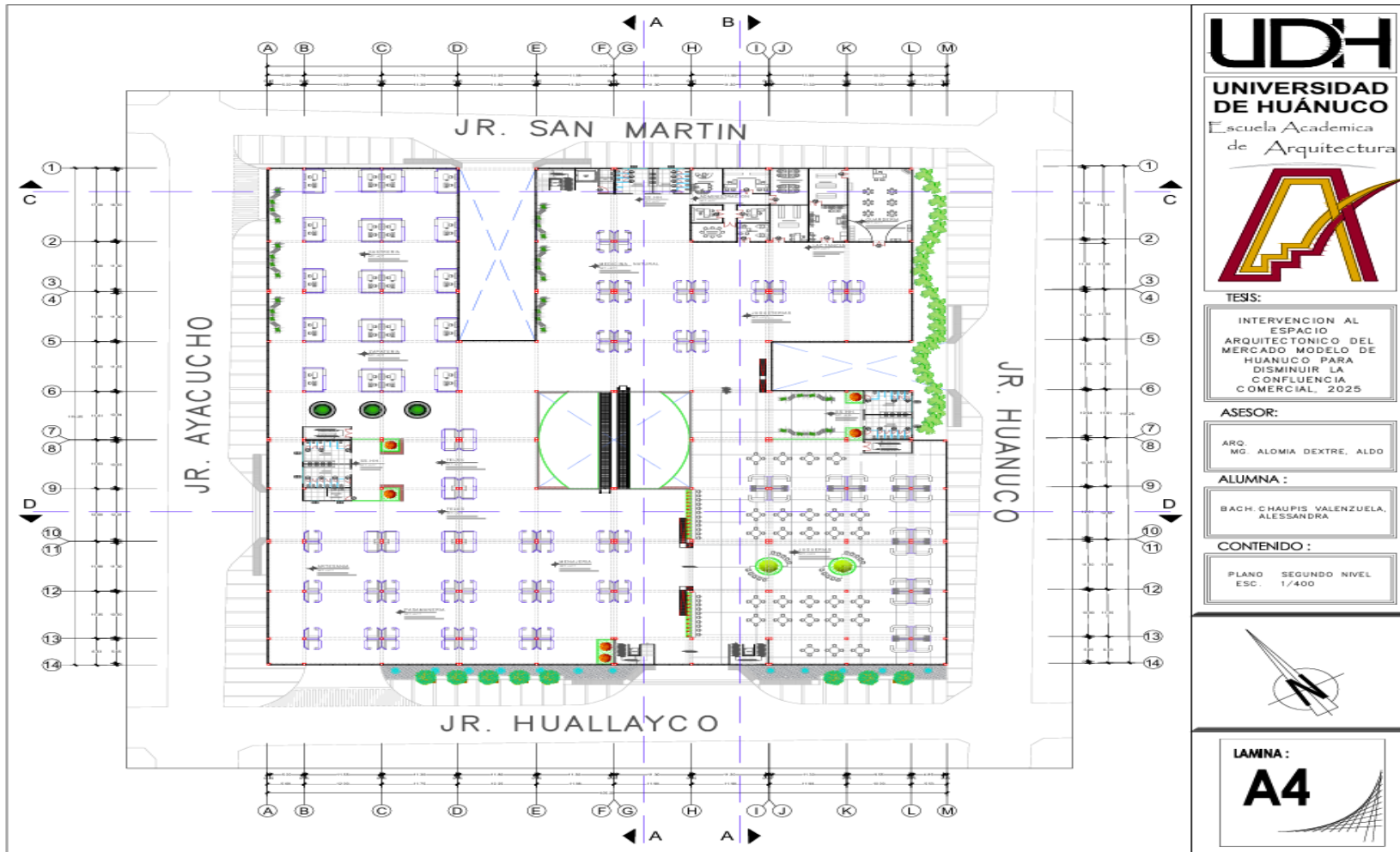


Figura 75

Plano tercer nivel lamina A5

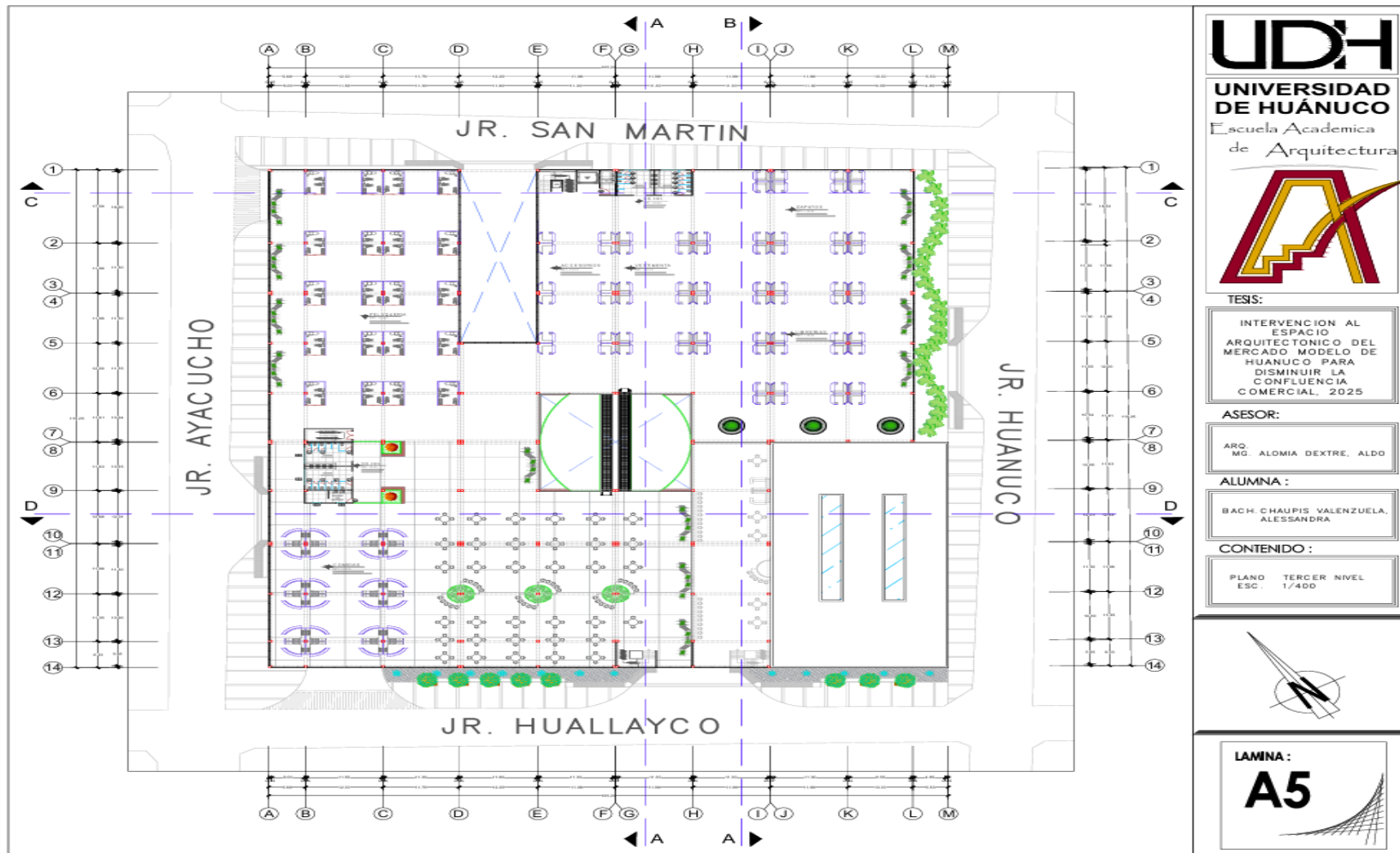


Figura 76

Plano de semisótano lamina A2

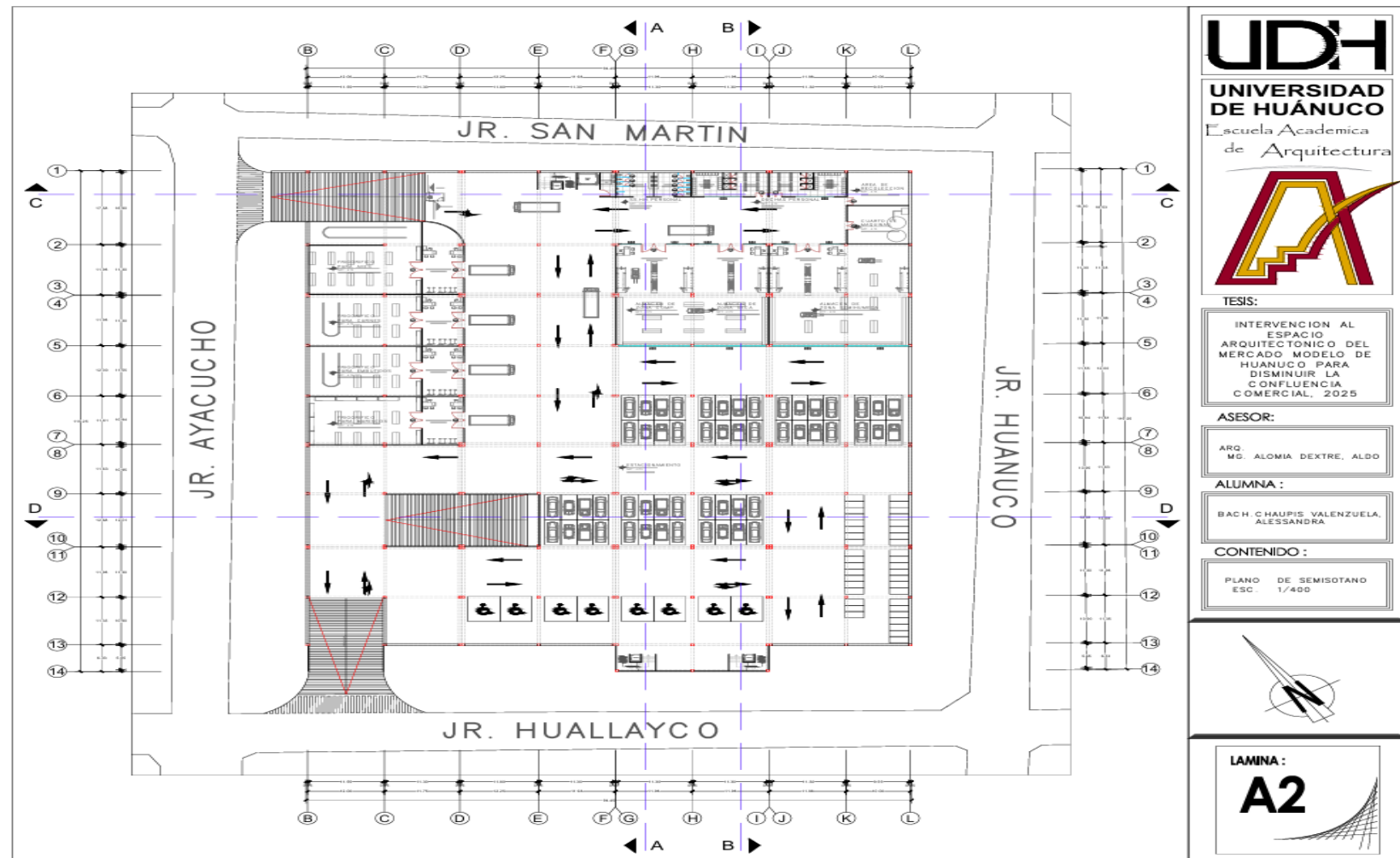


Figura 77

Plano de sótano lamina A1

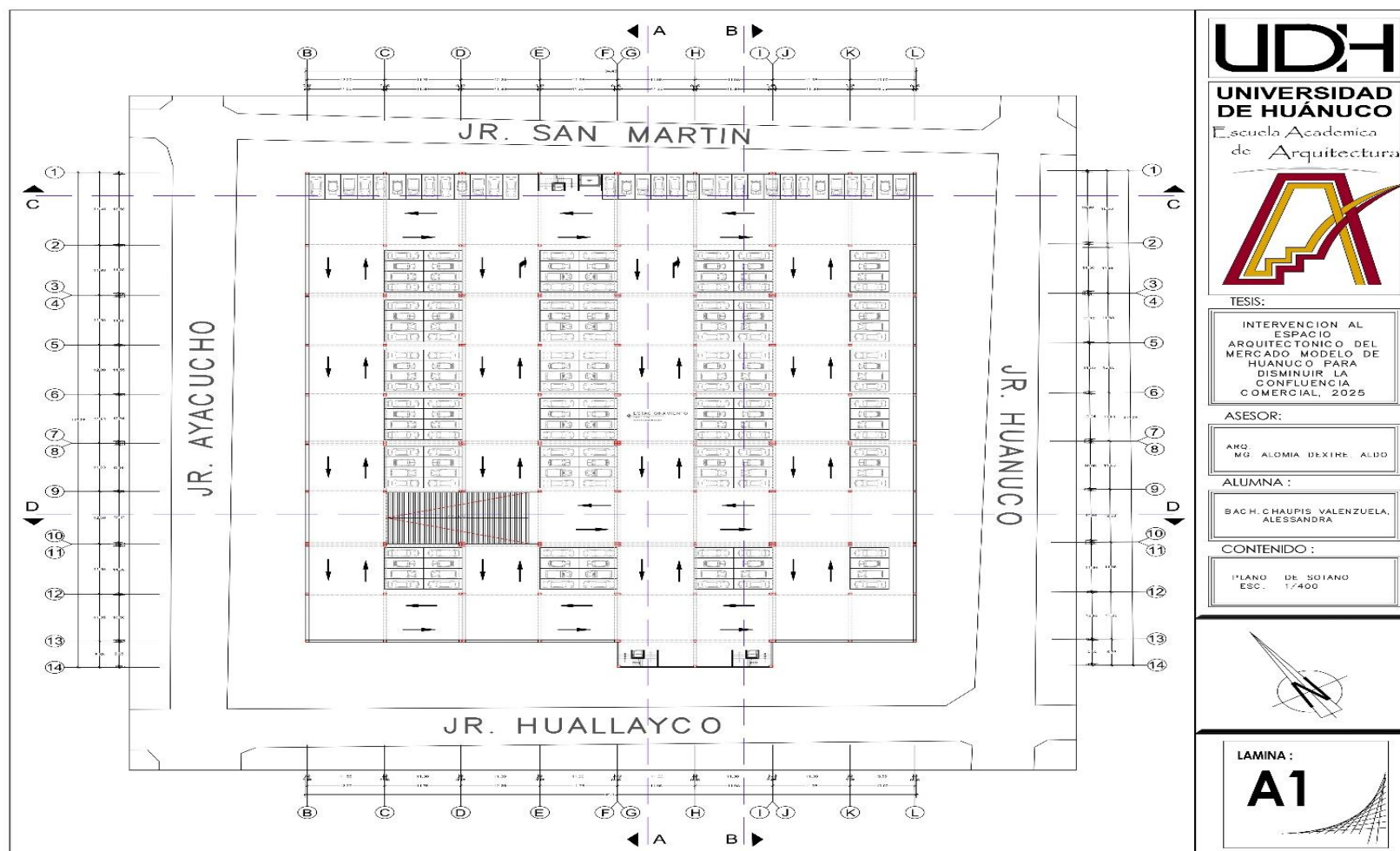


Figura 78

Cortes A-A y B-B lamina A6

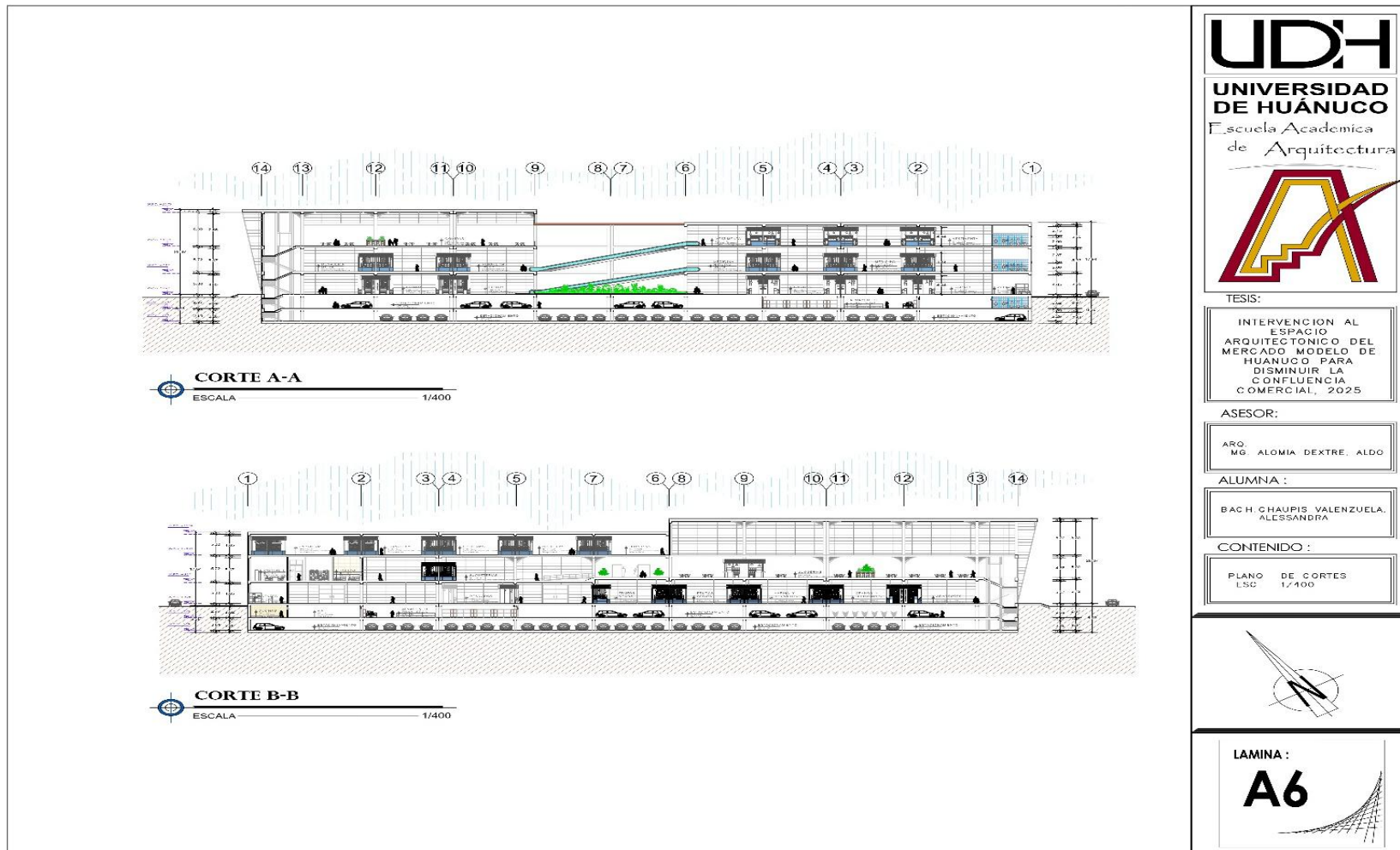


Figura 79

Cortes C-C y D-D lamina A7

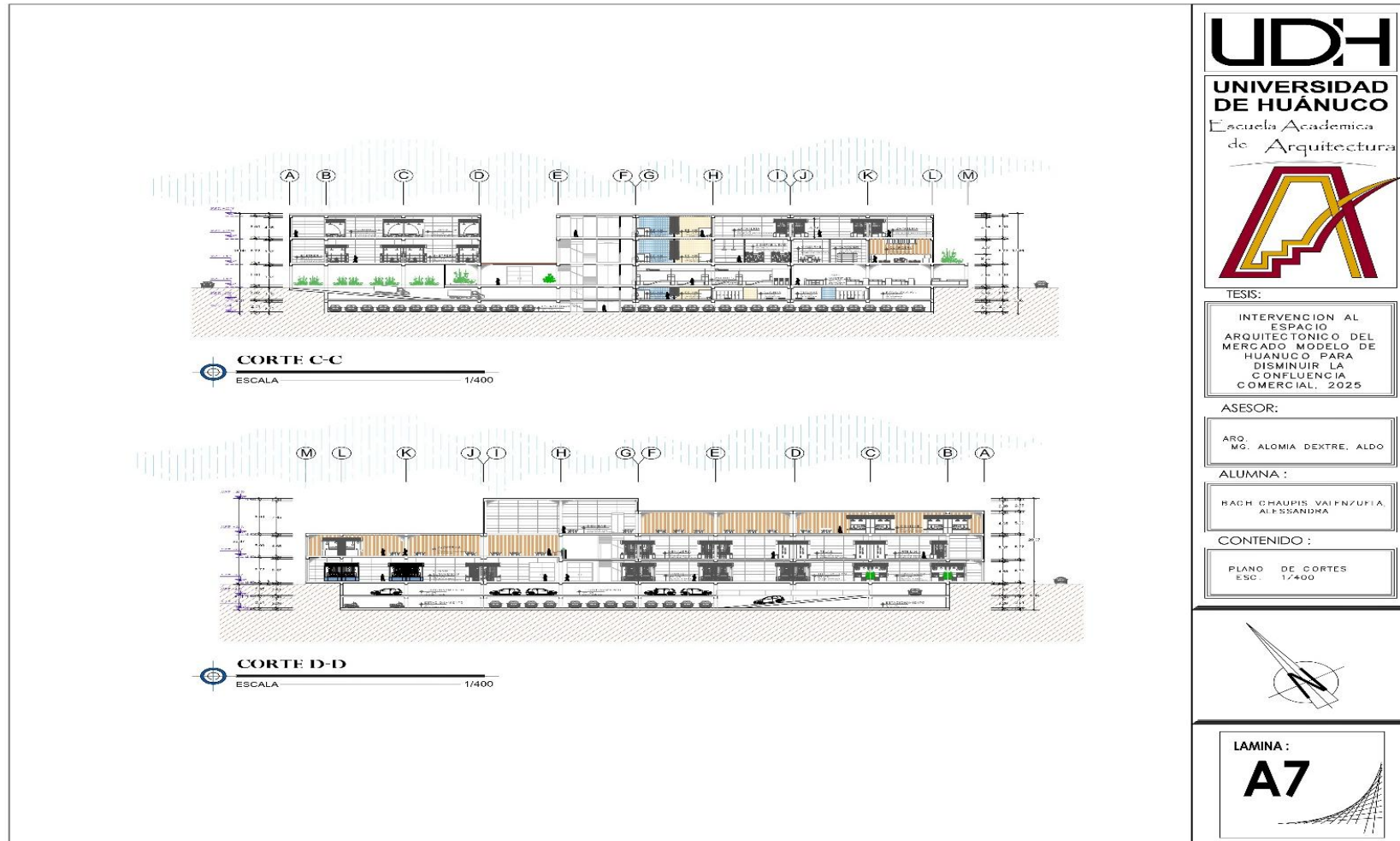


Figura 80

Corte detallado de los frigoríficos

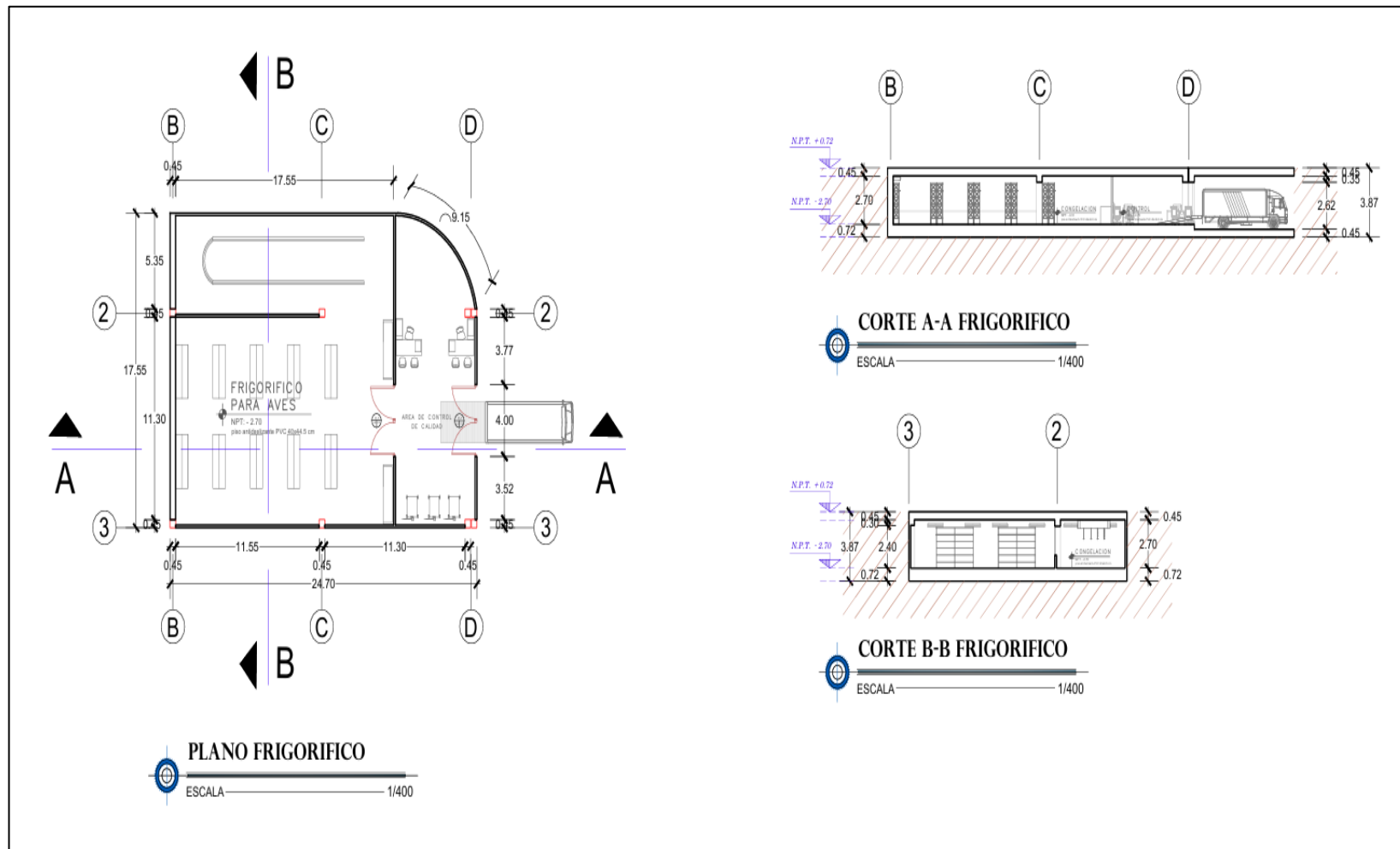


Figura 81

Elevaciones del proyecto lamina A8



Figura 82

Plano estructural de losas y vigas lamina E1

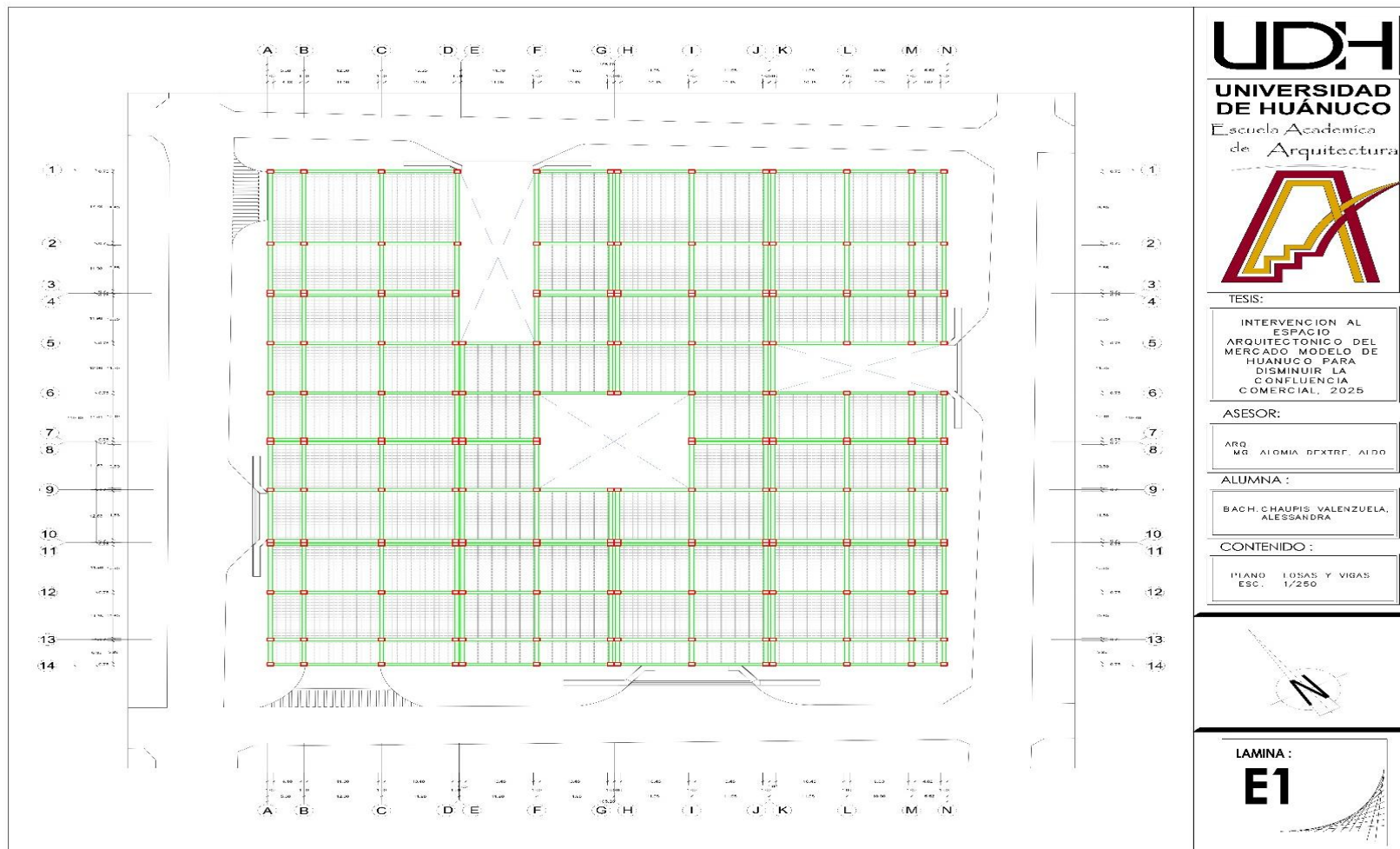


Figura 83

Plano estructural de cimentaciones lamina E2

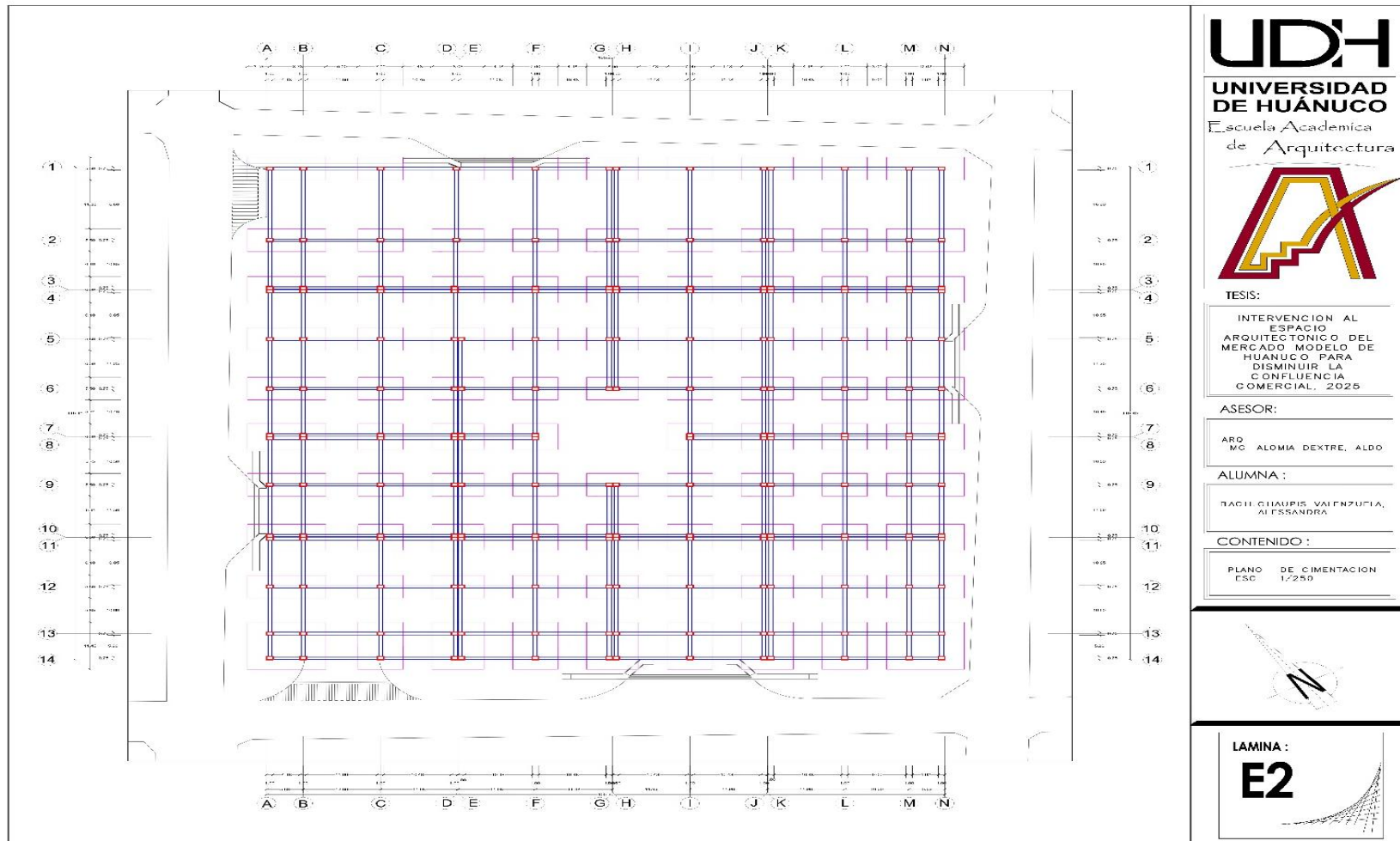


Figura 84

Plano de desagüe del primer nivel lamina IS2

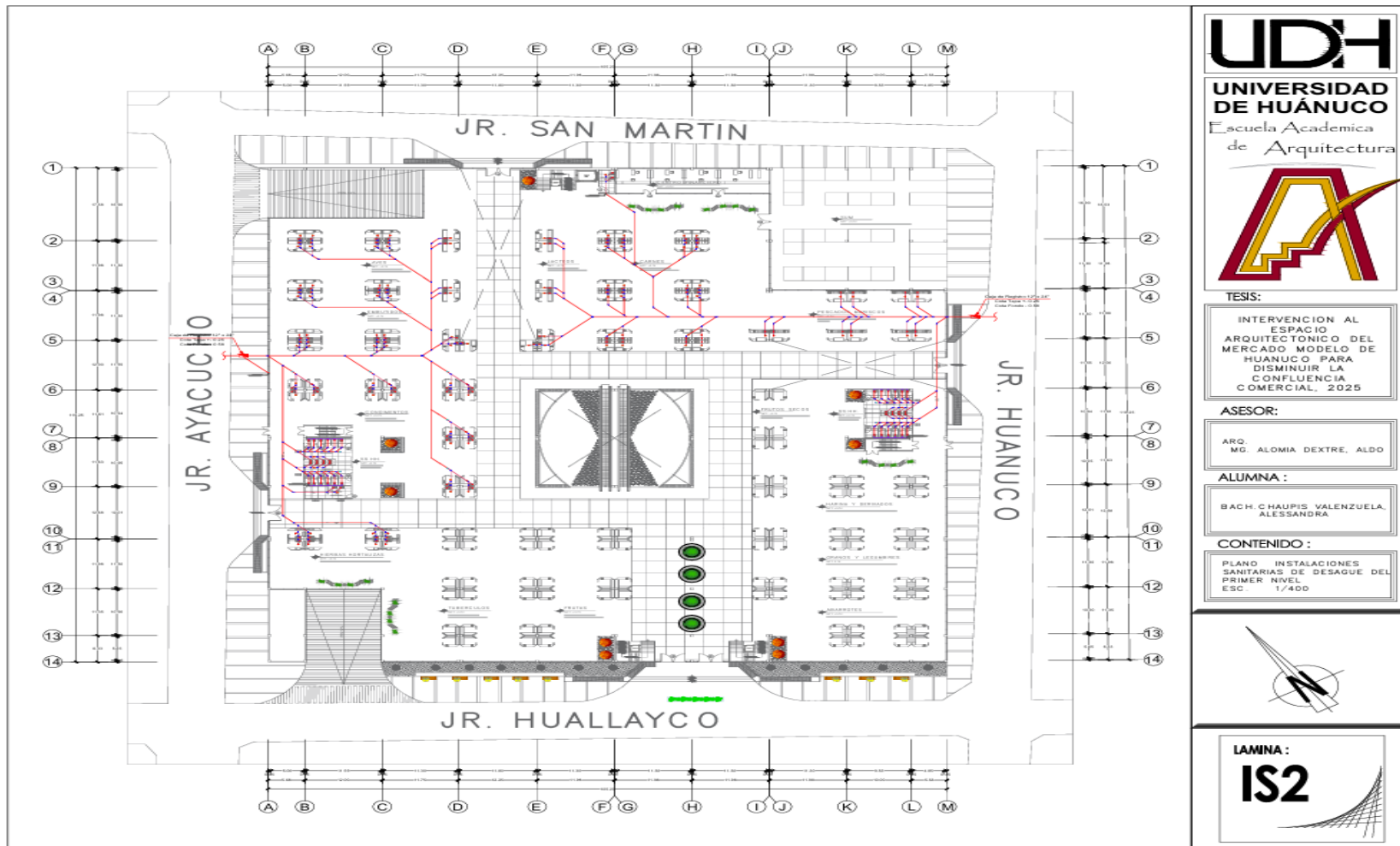


Figura 85

Plano de desagüe segundo nivel lamina IS3

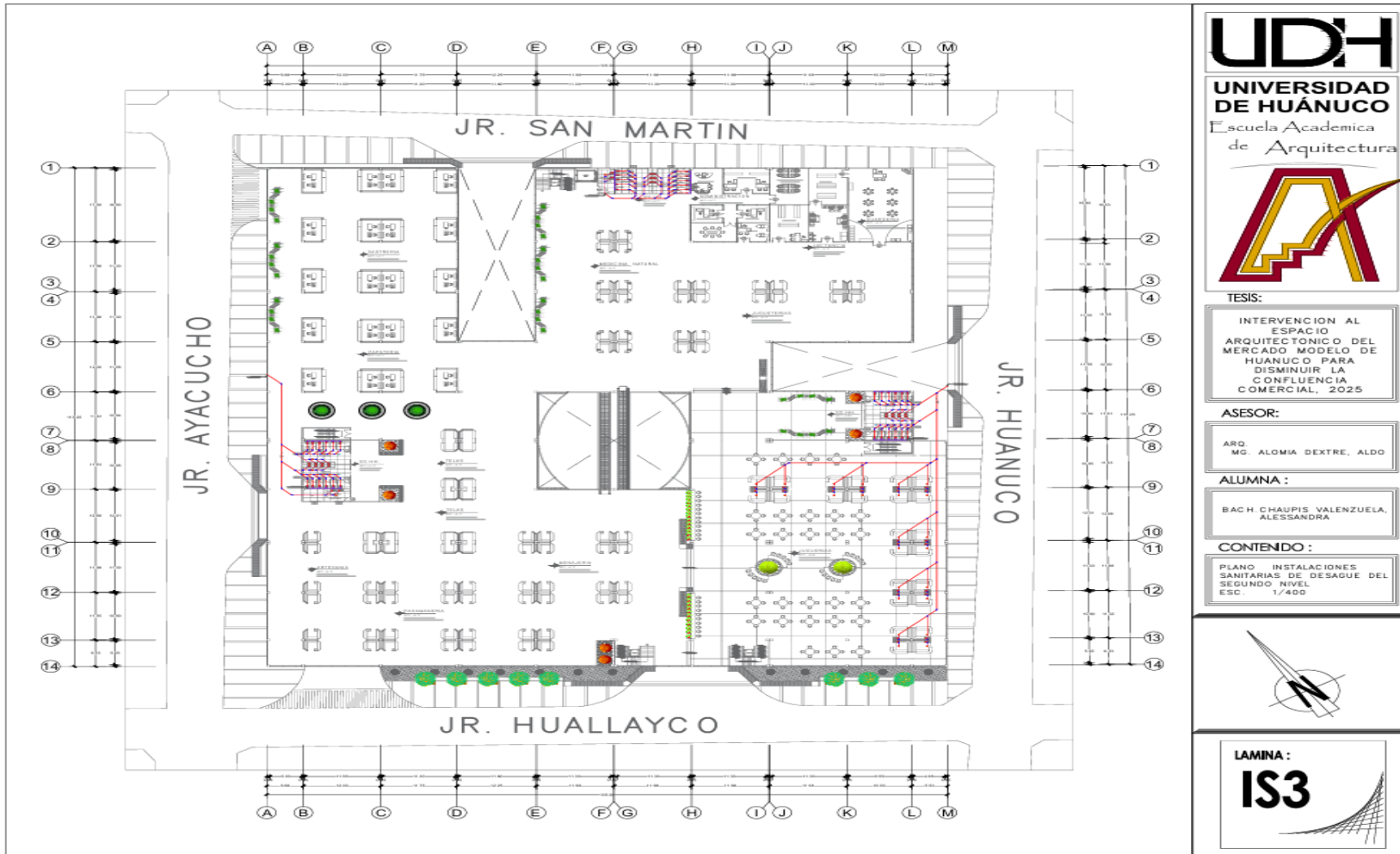


Figura 86

Plano de desagüe tercer nivel lamina IS4

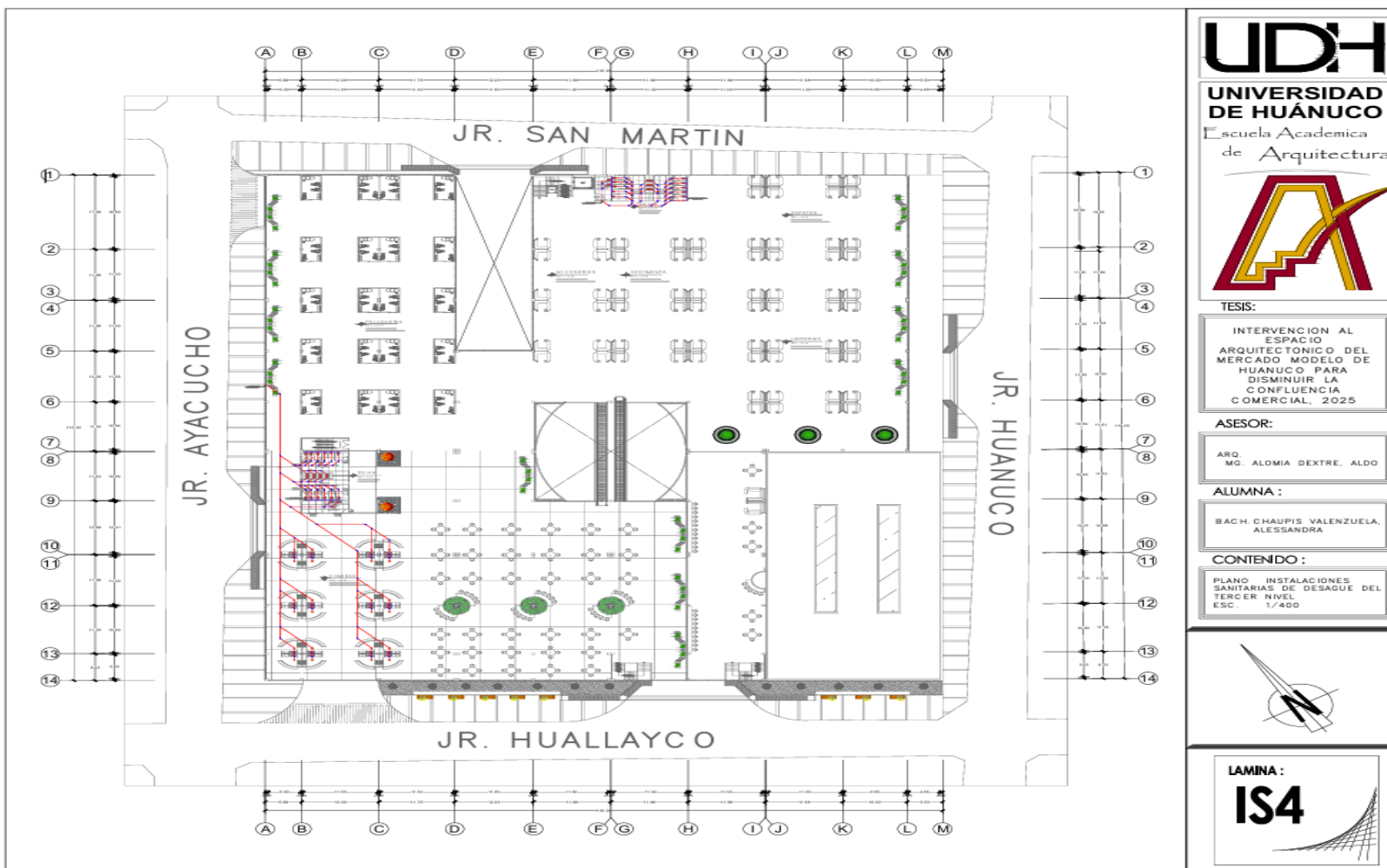


Figura 87

Plano de desagüe del semisótano lamina IS1

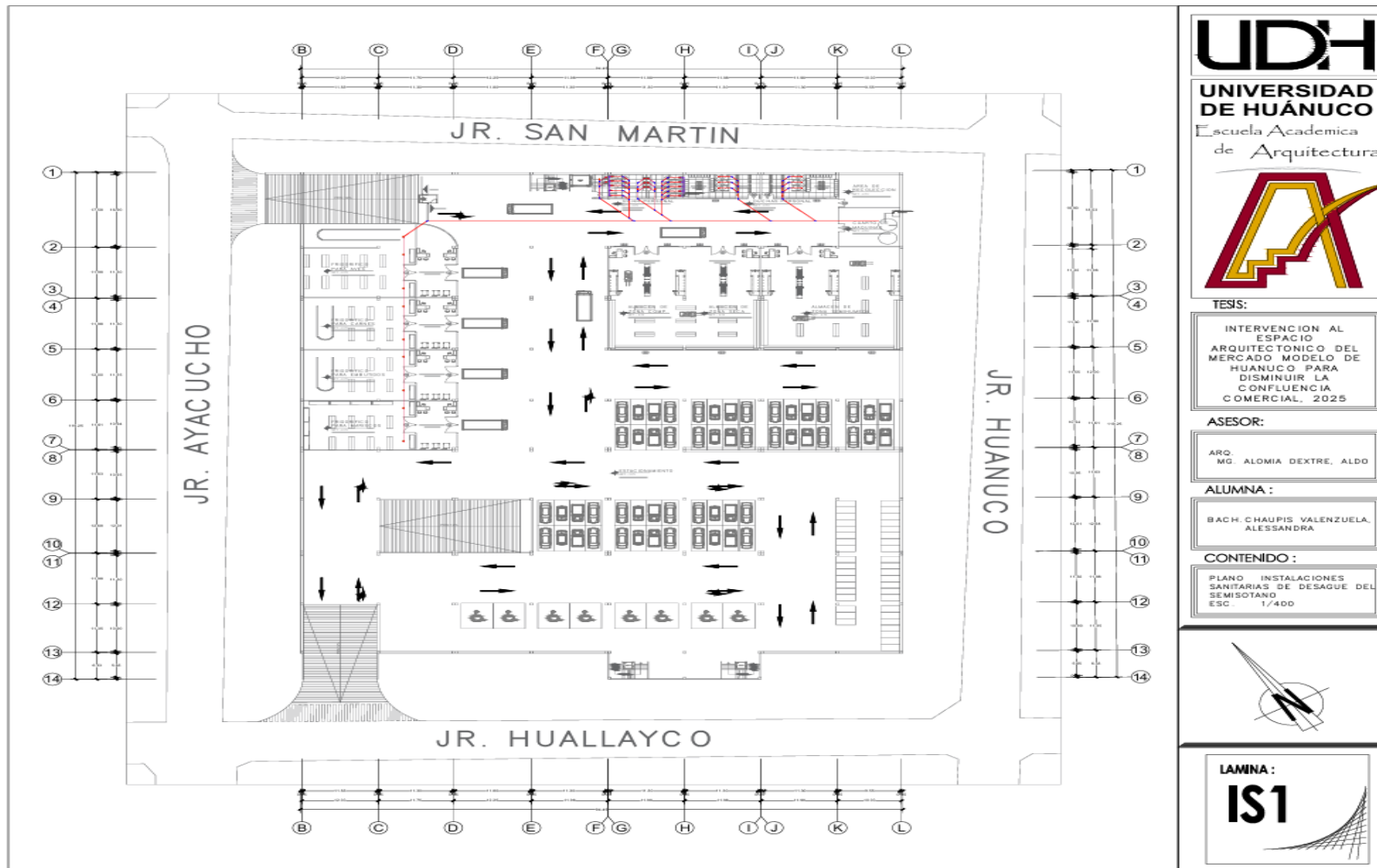


Figura 88

Plano de agua del primer nivel lamina IS6

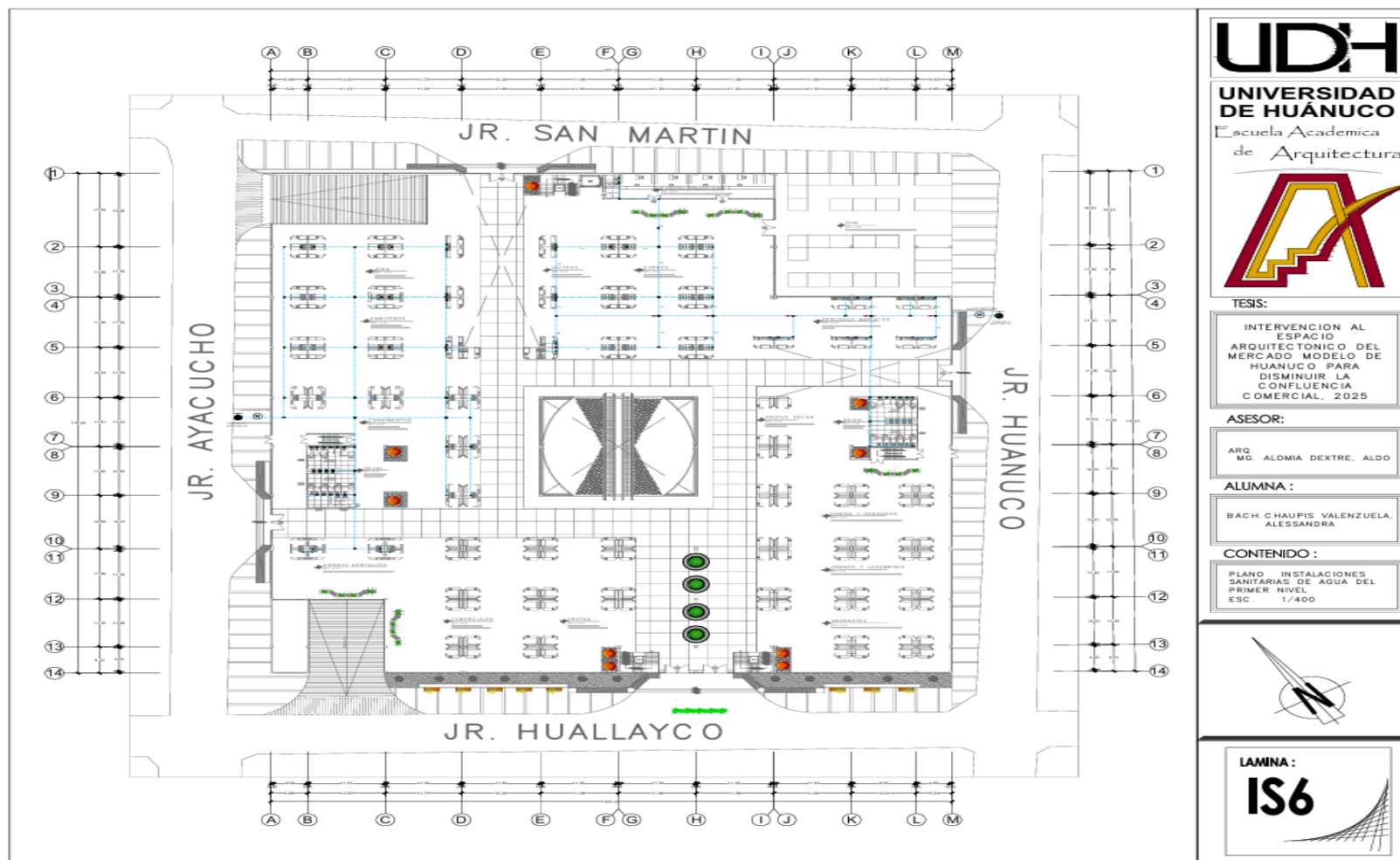


Figura 89

Plano de agua del segundo nivel lamina IS7



Figura 90

Plano de agua del segundo nivel lamina IS7

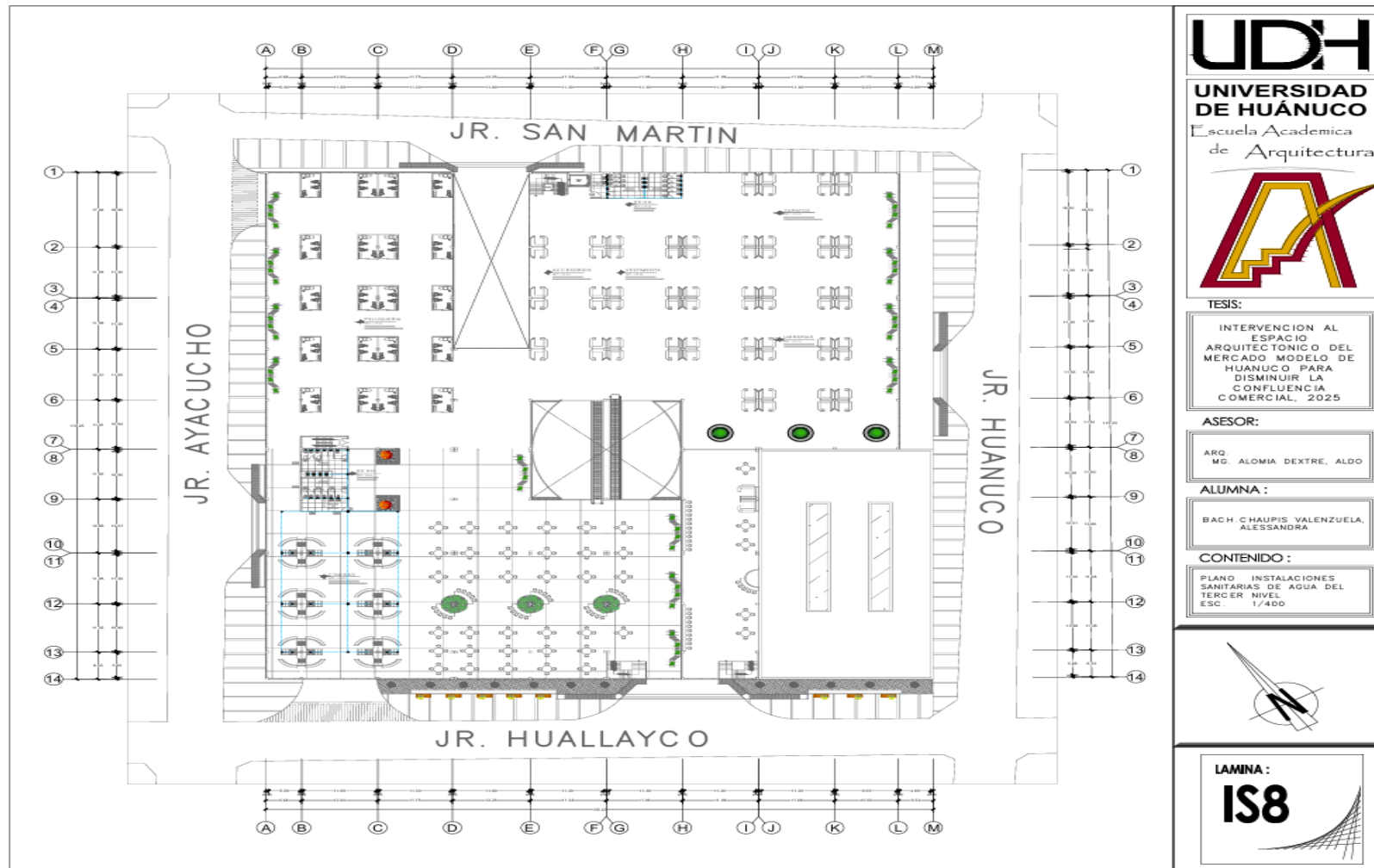


Figura 91

Plano de instalaciones eléctricas del primer nivel lamina IE1

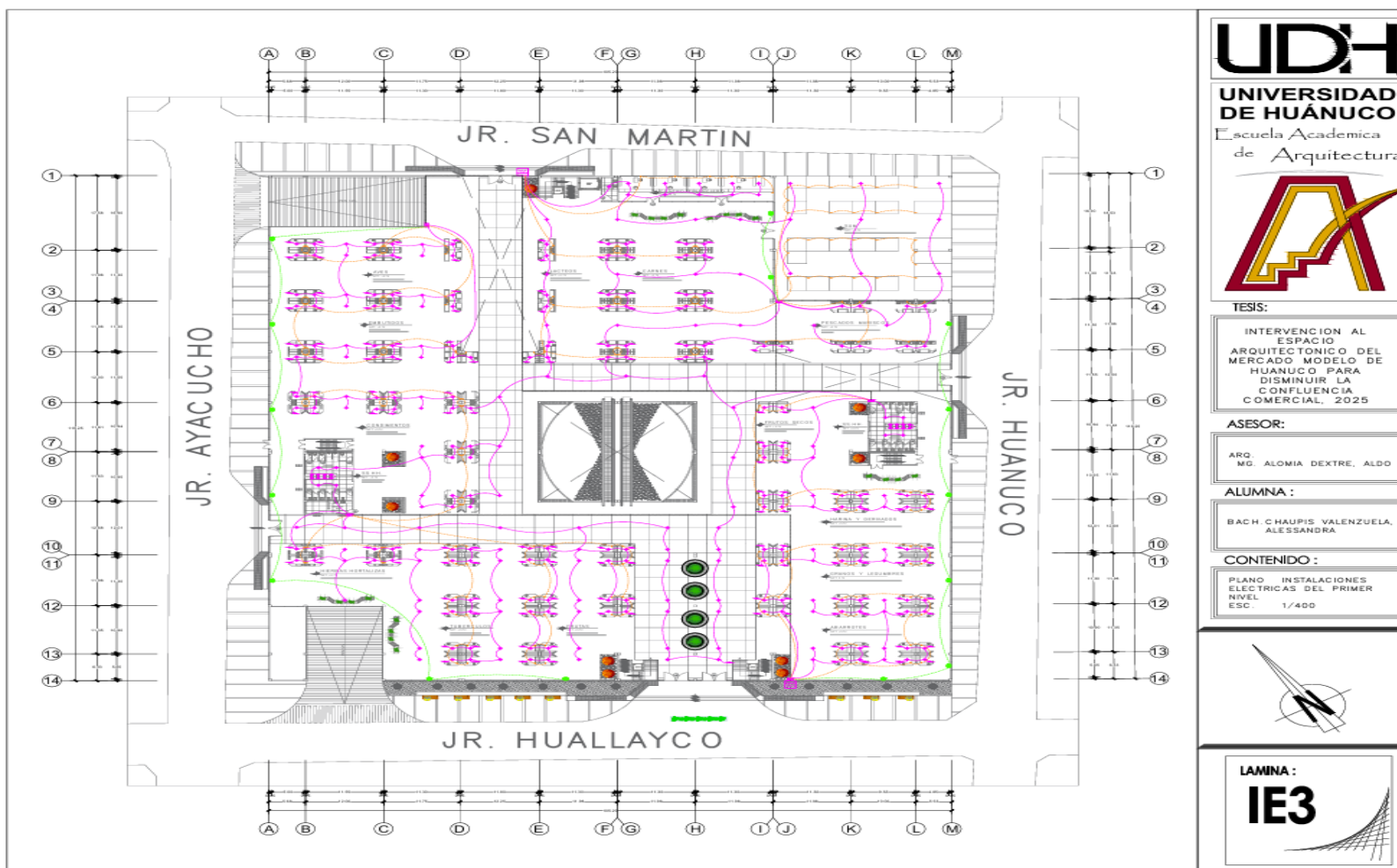


Figura 92

Plano de instalaciones eléctricas del segundo nivel lamina IE4



Figura 93

Plano de instalaciones eléctricas del tercer nivel lamina IE5

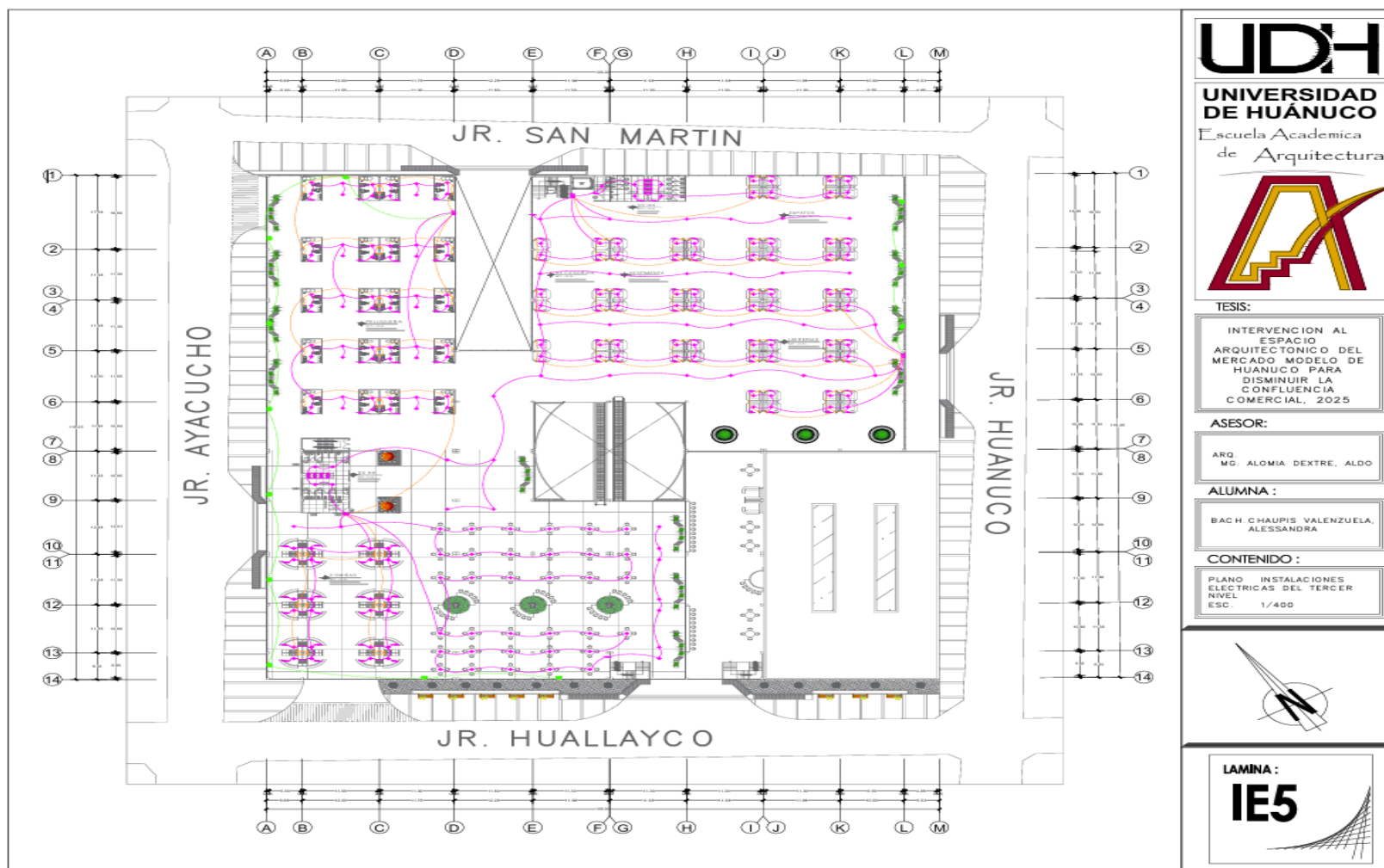
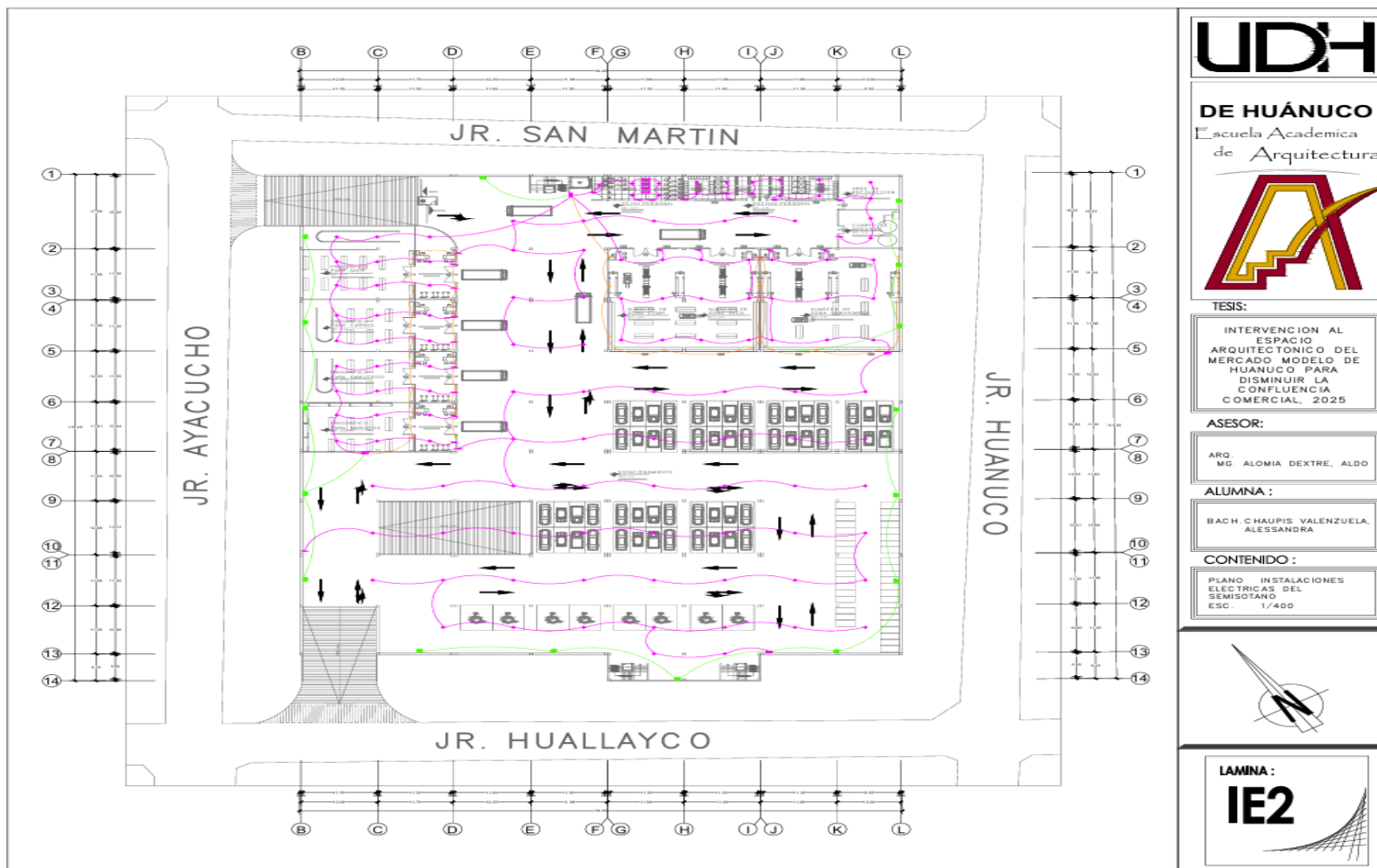


Figura 94

Plano de instalaciones eléctricas del semisótano lamina IE2



UDH

DE HUÁNUCO
Escuela Académica
de Arquitectura



TESIS:

INTERVENCIÓN AL
ESPACIO
ARQUITECTÓNICO DEL
MERCADO MODELO DE
HUÁNUCO PARA
DISMINUIR LA
CONFLUENCIA
COMERCIAL, 2025

ASESOR:

ARQ.
MG. ALOMIA DEXTRE, ALDO

ALUMNA:

BACH. CHAUPIS VALENZUELA,
ALESSANDRA

CONTENIDO:

PLANO INSTALACIONES
ELÉCTRICAS DEL
SEMISÓTANO
ESC. 1/400



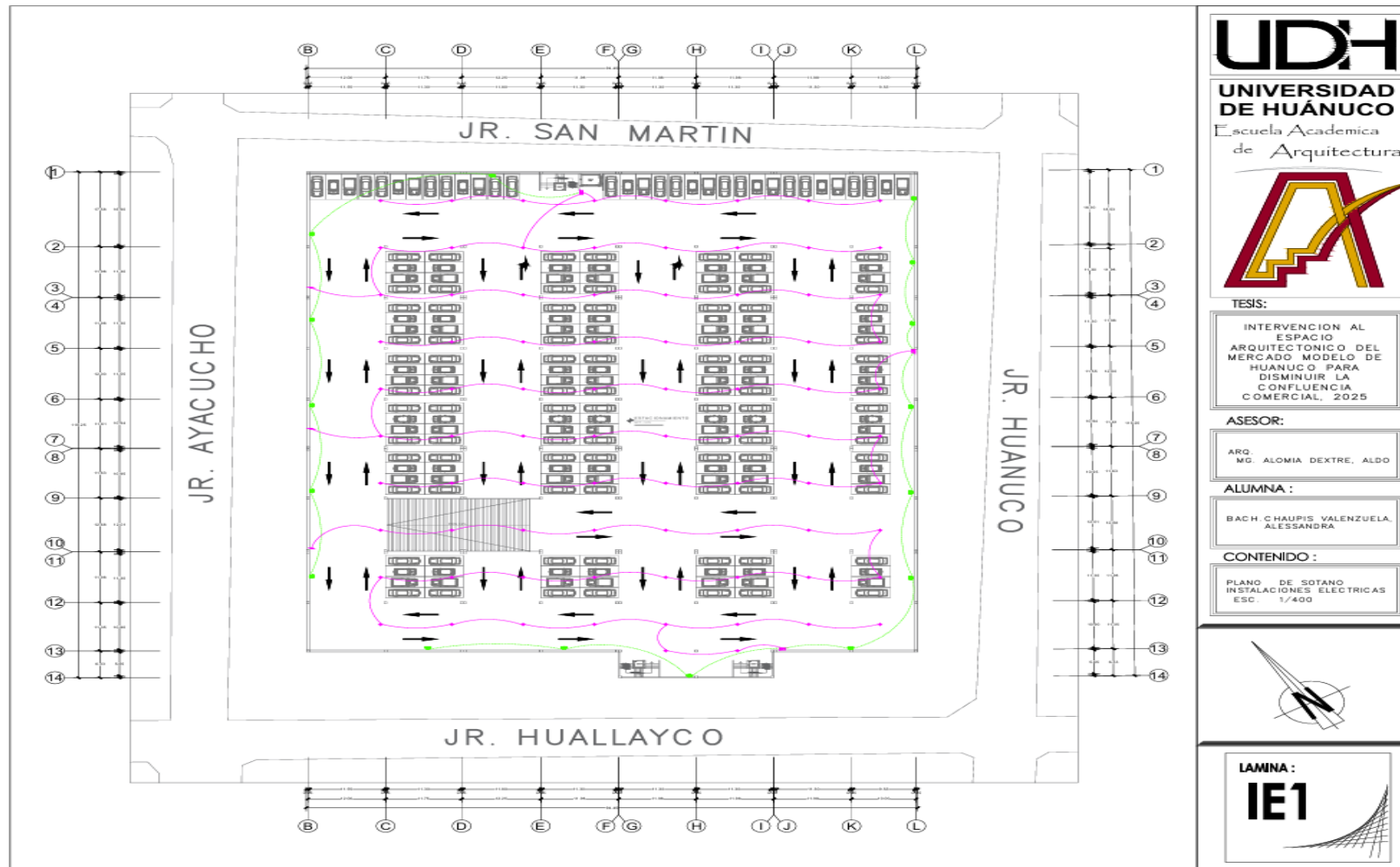
LAMINA:

IE2



Figura 95

Plano de instalaciones eléctricas del sótano lamina IE1



7.4.7. DETALLES VISTAS 3D

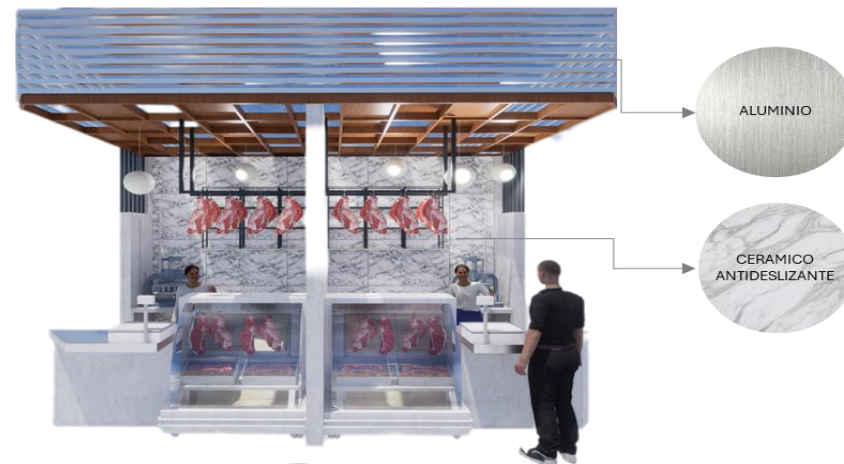
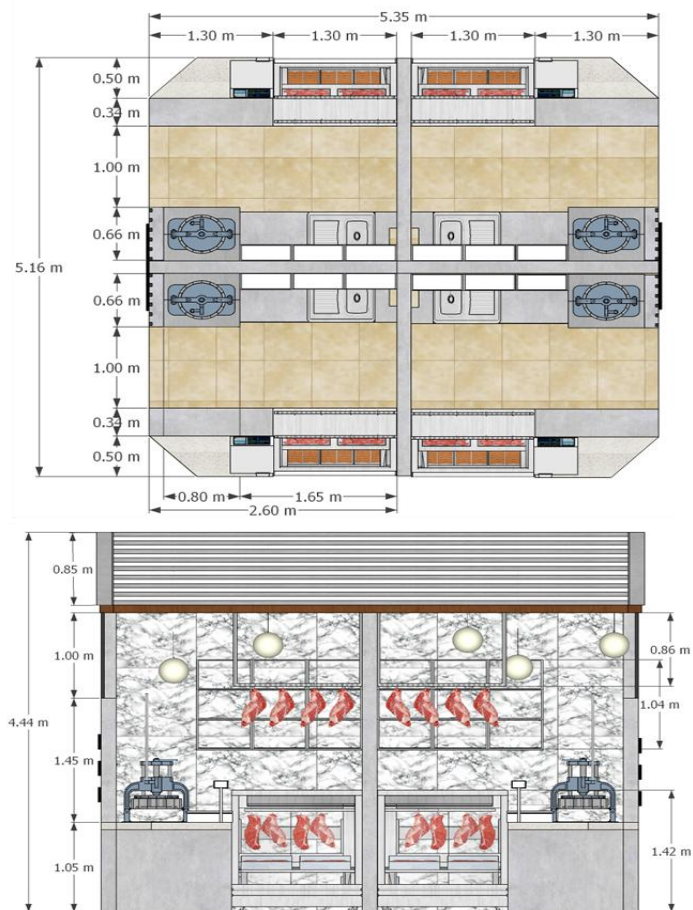
DETALLES ARQUITECTÓNICOS DE PUESTOS PERTENECIENTES A LA ZONA HÚMEDA

- Puesto de pescados y mariscos
- Puesto de carnes
- Puesto de aves
- Puesto de embutidos
- Puesto de lácteos y derivados

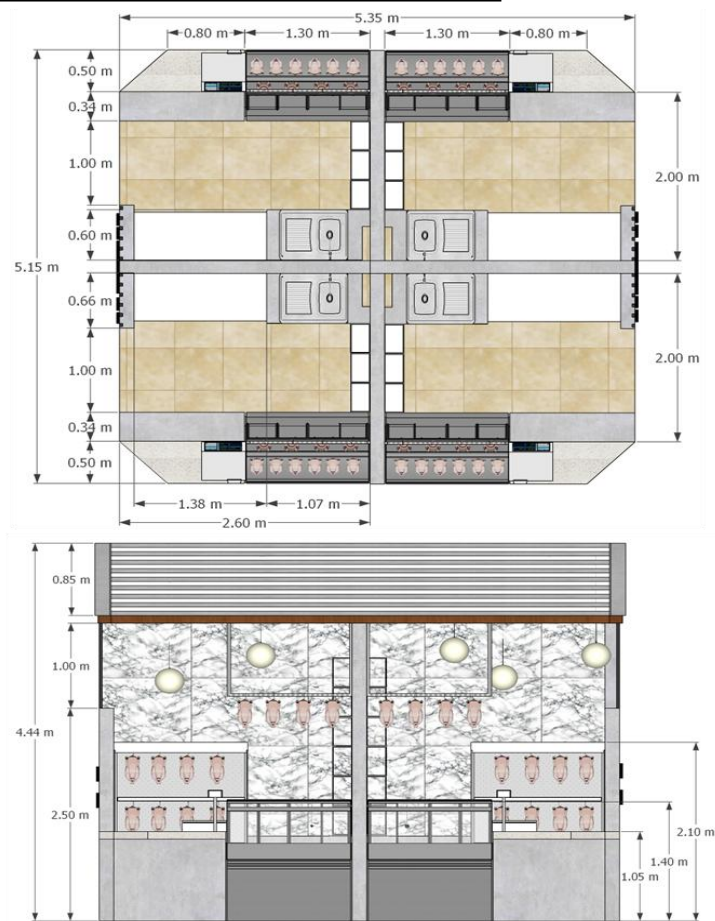
PUESTO DE VENTA DE MARISCOS



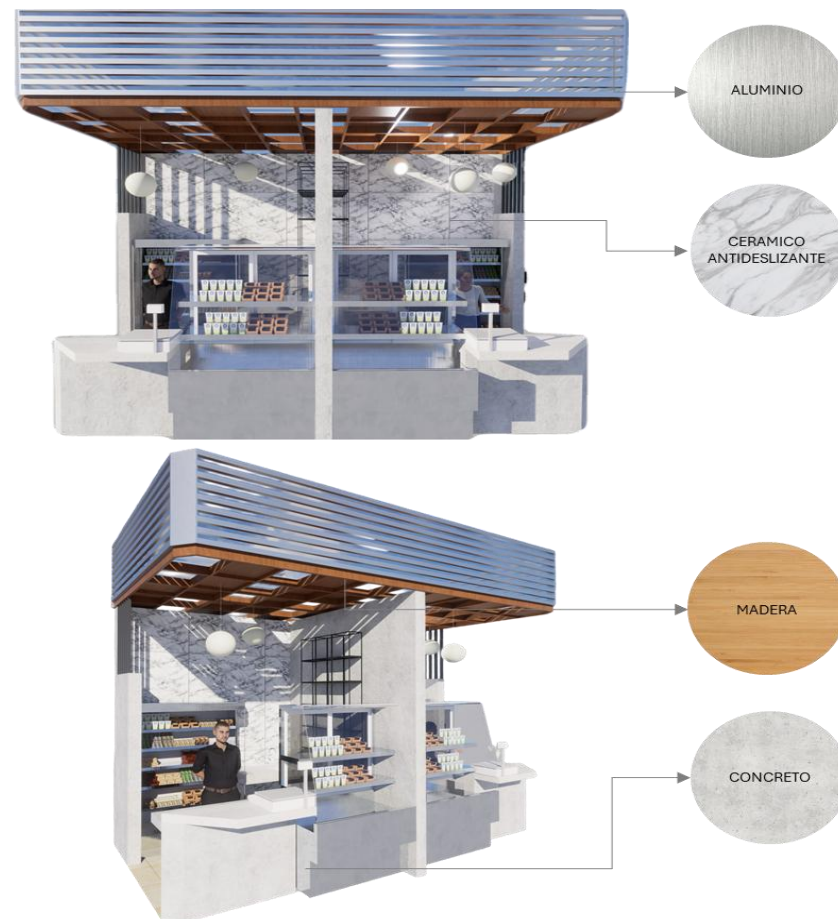
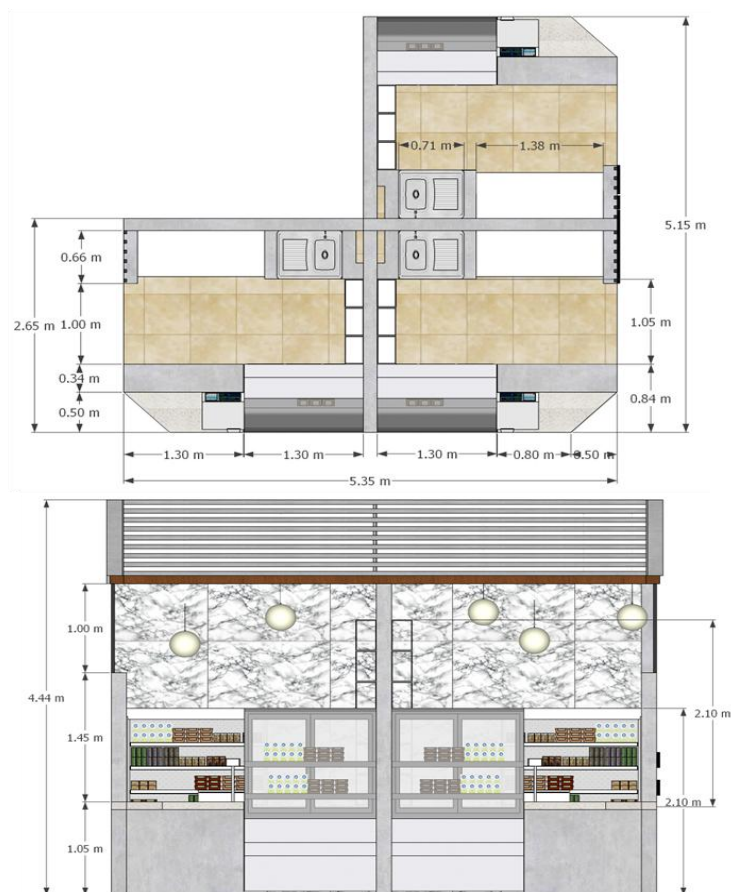
PUESTO DE VENTA DE CARNES



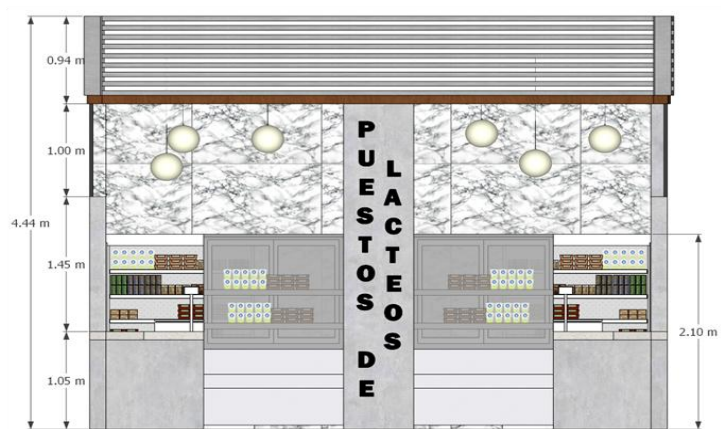
PUESTO DE VENTA DE AVES



PUESTO DE VENTA DE EMBUTIDOS



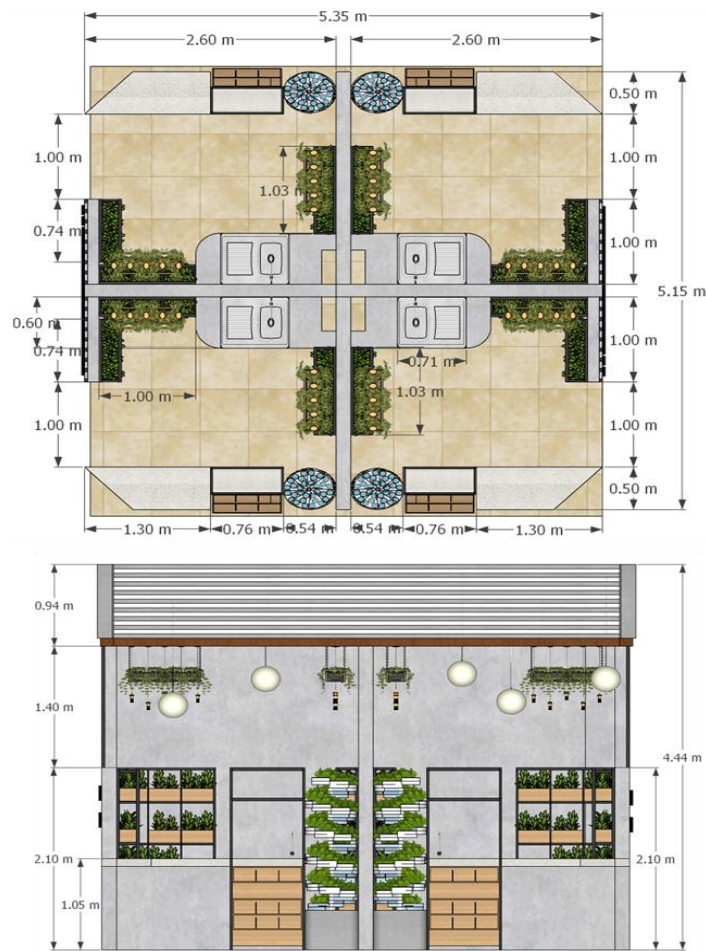
PUESTOS DE VENTA DE LACTEOS



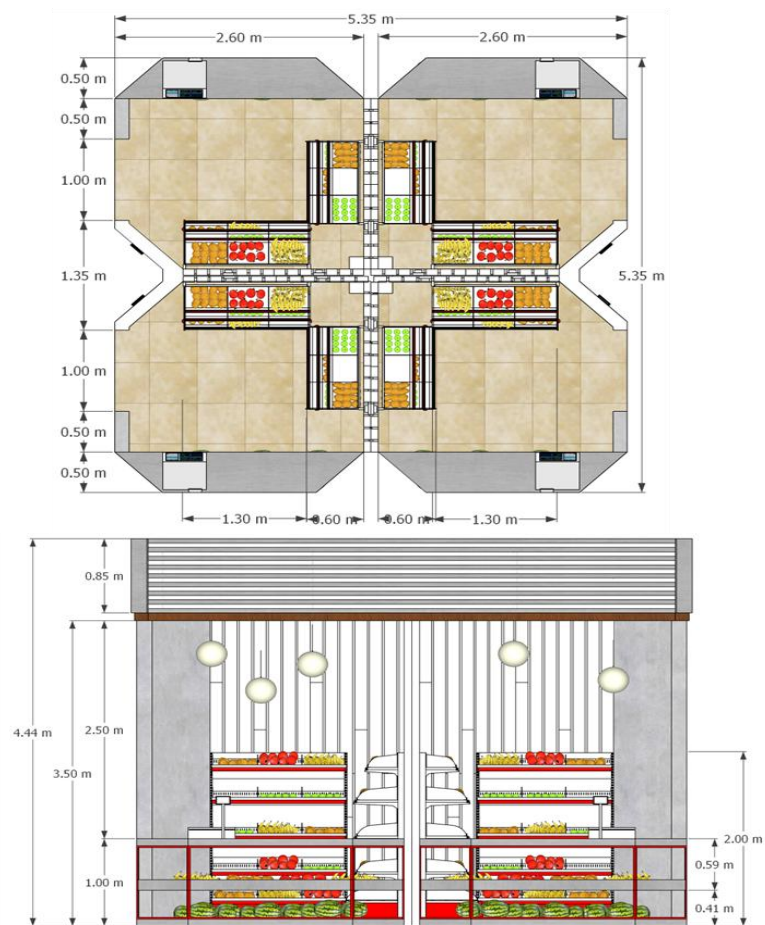
**DETALLES ARQUITECTÓNICOS
DE PUESTOS
PERTENECIENTES A LA ZONA
SEMIHÚMEDA**

- Puesto de hortalizas y hierbas
- Puesto de frutas
- Puesto de tubérculos
- Puesto de condimentos y especias
- Puesto de comidas
- Puesto de juguerías

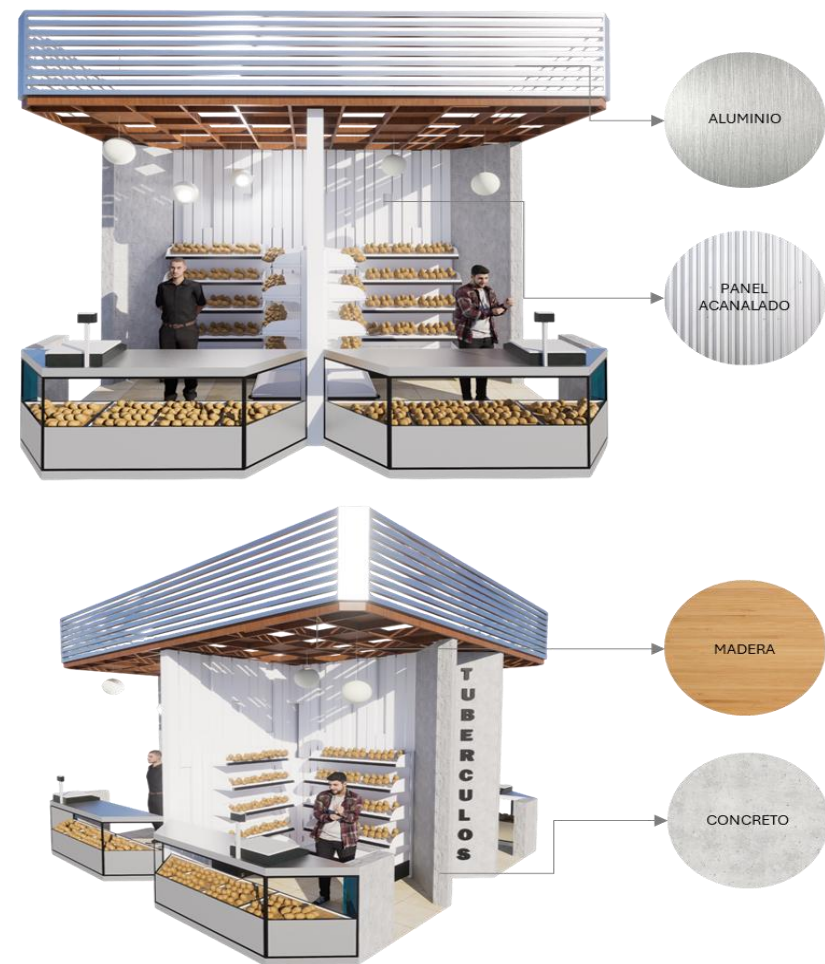
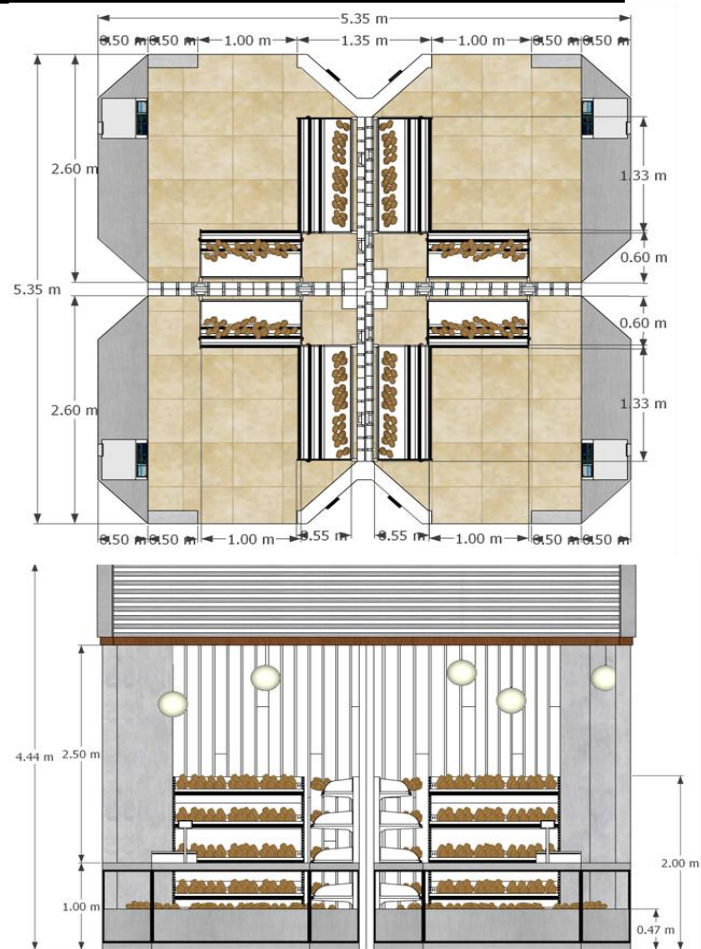
PUESTOS DE VENTA DE HIERBAS Y HORTALIZAS



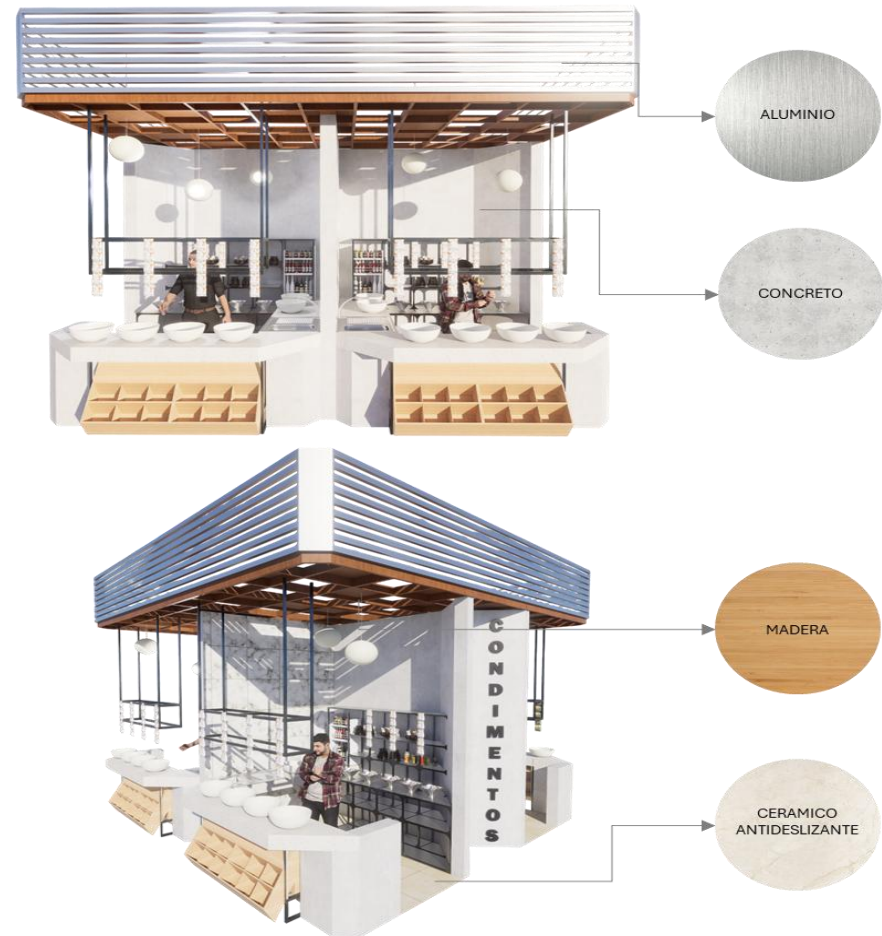
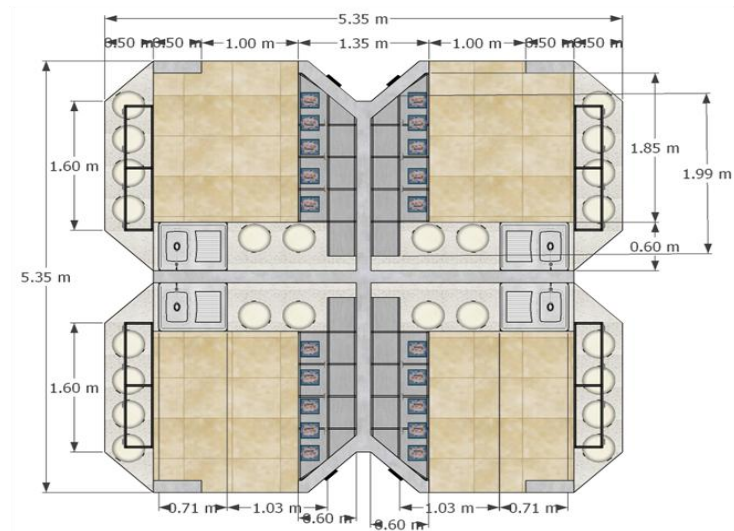
PUESTO DE VENTA DE FRUTAS



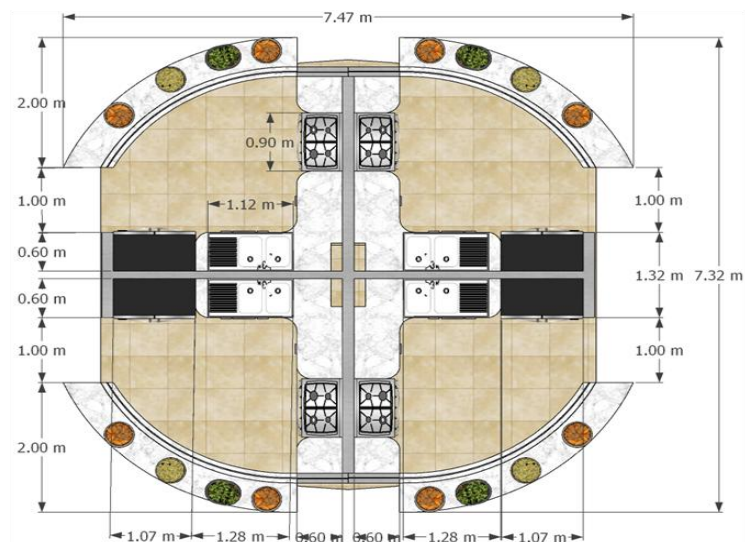
PUESTOS DE VENTA DE TUBERCULOS



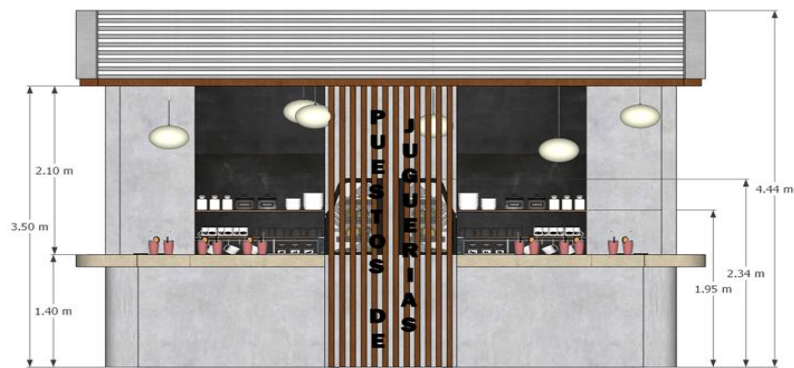
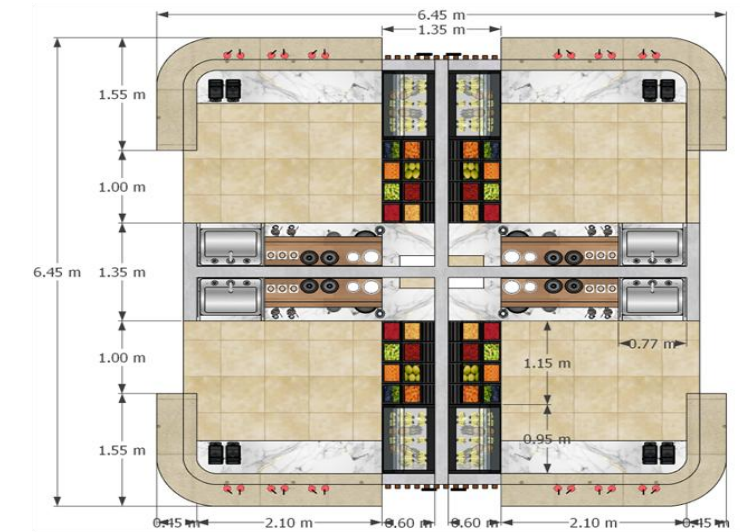
PUESTOS DE VENTA DE CONDIMENTOS



PUESTO DE VENTA DE COMIDAS



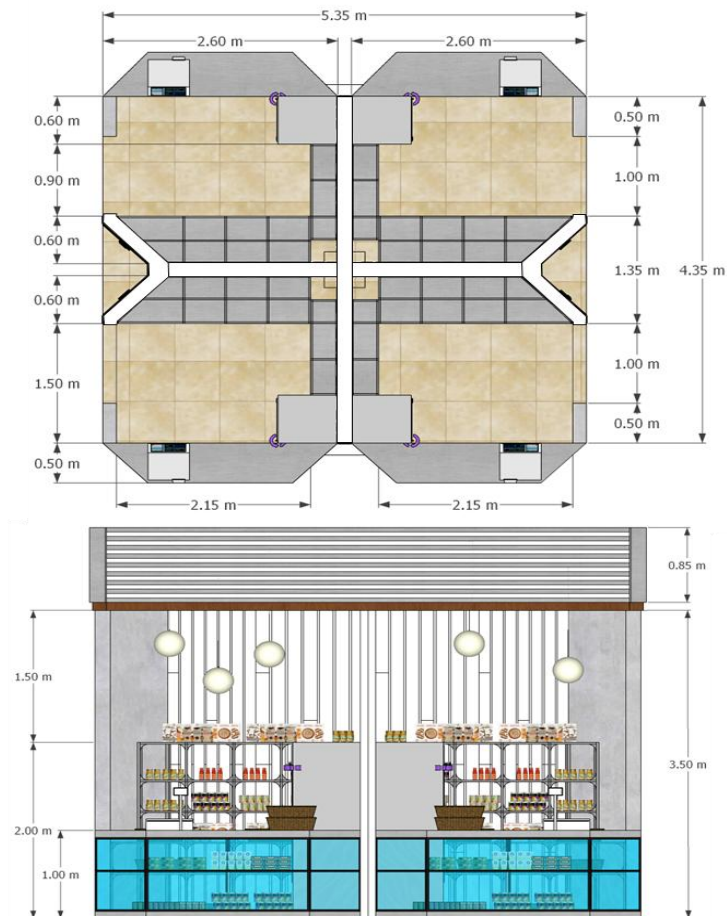
PUESTO DE JUGUERIAS



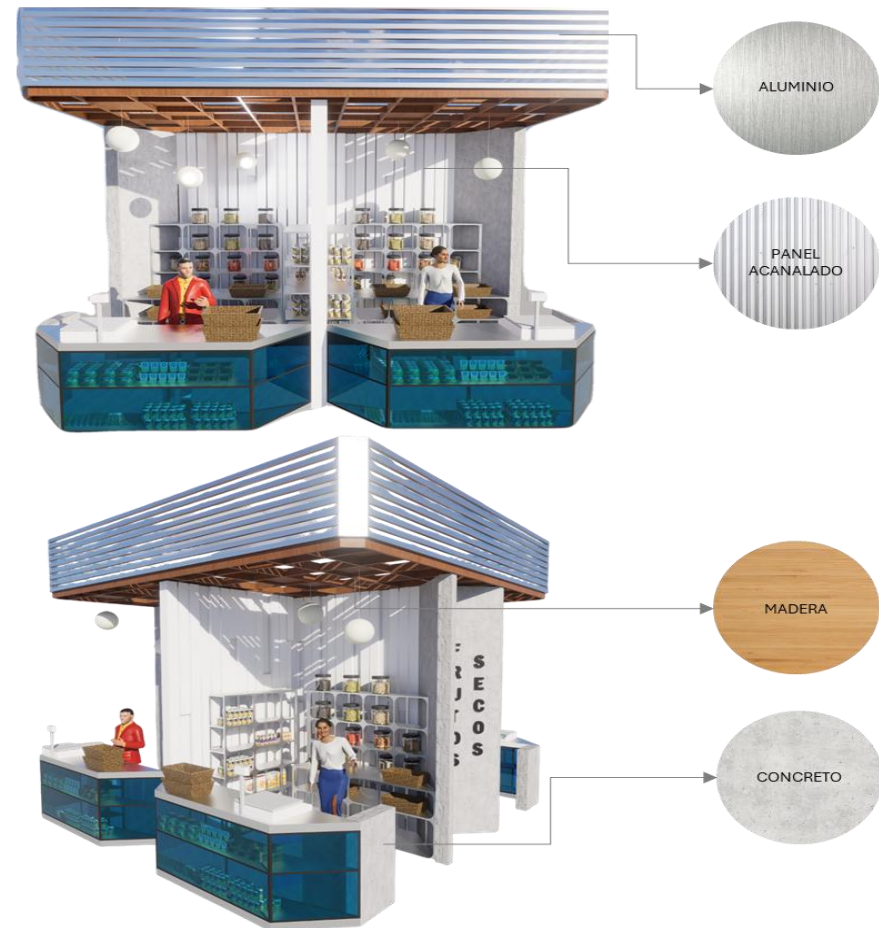
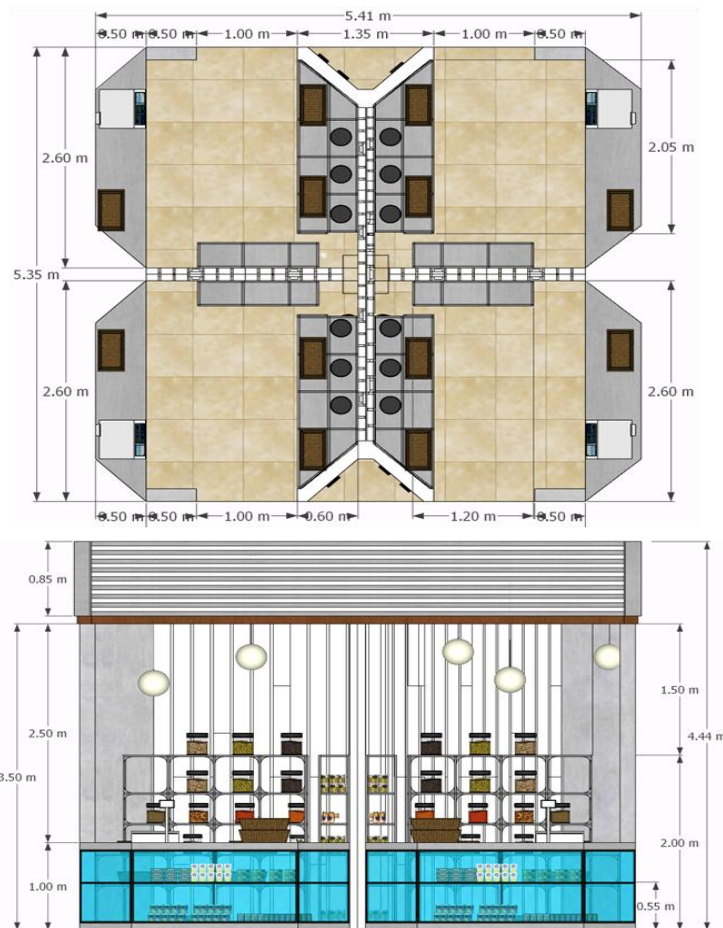
**DETALLES ARQUITECTÓNICOS
DE PUESTOS
PERTENECIENTES A LA ZONA
SECA**

- Puesto de abarrotes
- Puesto de granos y legumbres
- Puesto de cereales, harinas y derivados
- Puesto de frutos secos
- Puesto de hojas secas y medicina natural

PUESTO DE ABARROTES



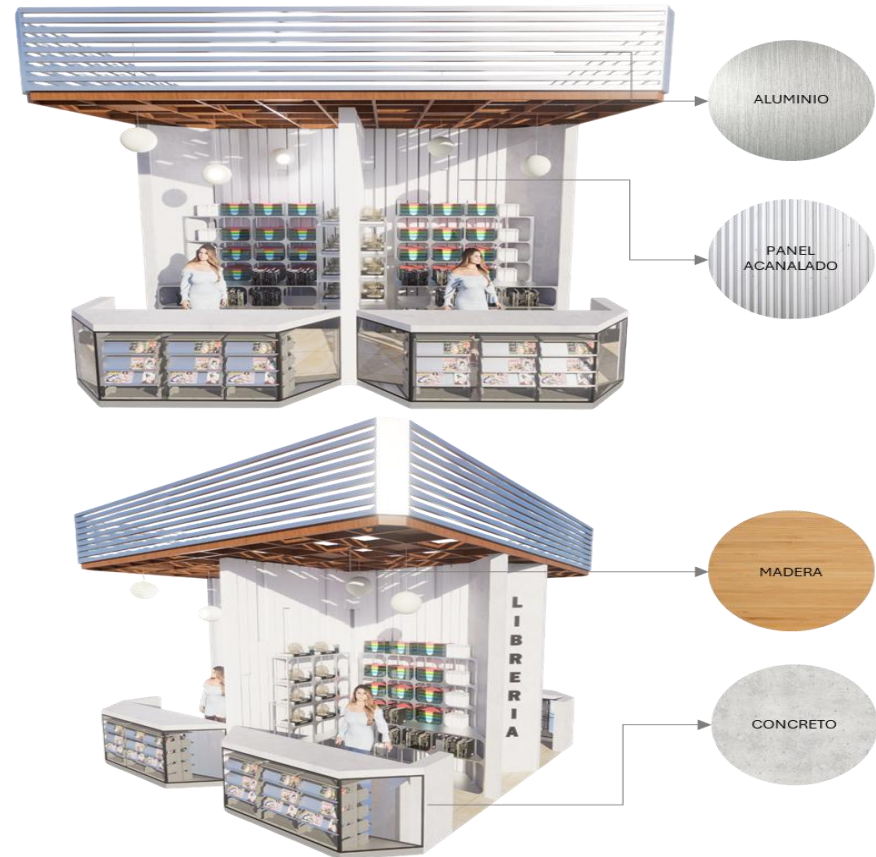
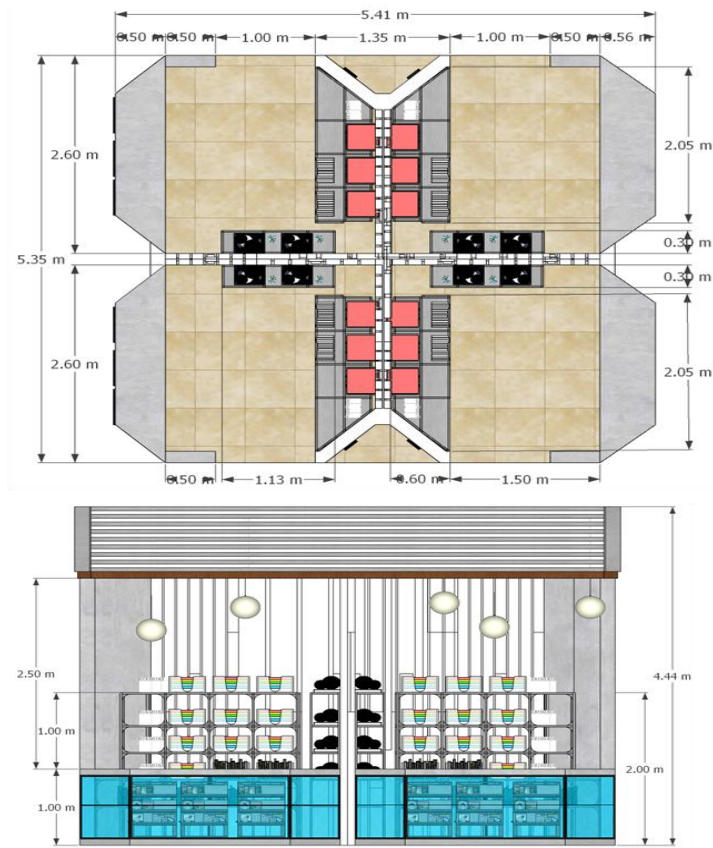
PUESTOS DE FRUTOS SECOS, GRANOS Y LEGUMBRES, CEREALES, HARINAS Y MEDICINA NATURAL



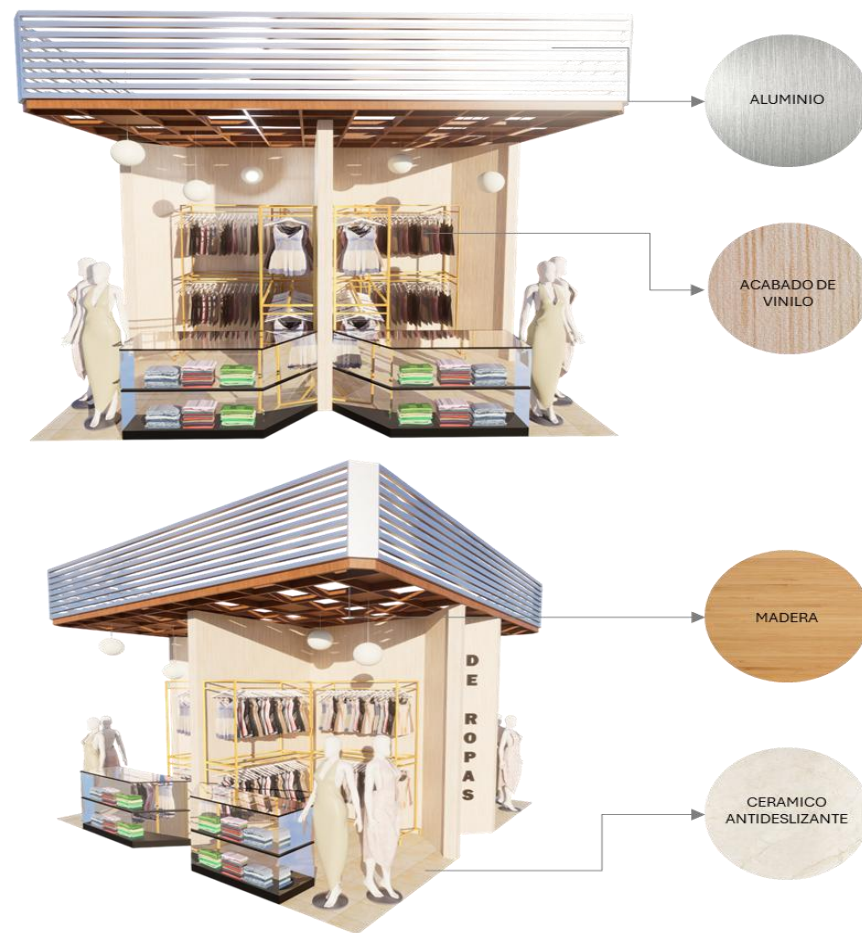
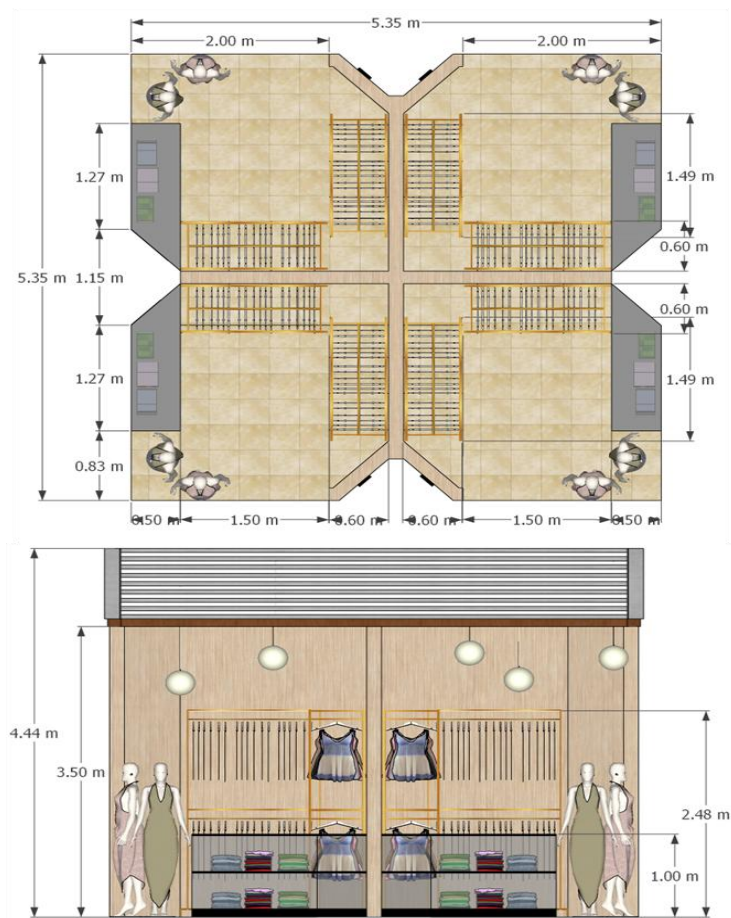
**DETALLES ARQUITECTÓNICOS
DE PUESTOS
PERTENECIENTES A LA ZONA
COMPLEMENTARIA**

- Puesto de librerías
- Puesto de vestimenta
- Puesto de zapatería
- Puesto de telas
- Puesto de accesorios y maquillaje
- Puesto de pasamanería y mercería
- Puesto de mensajería
- Puesto de artesanía
- Puesto de sastrería
- Puesto de arreglo de zapatos
- Puesto de jugueterías
- Puesto de peluquerías

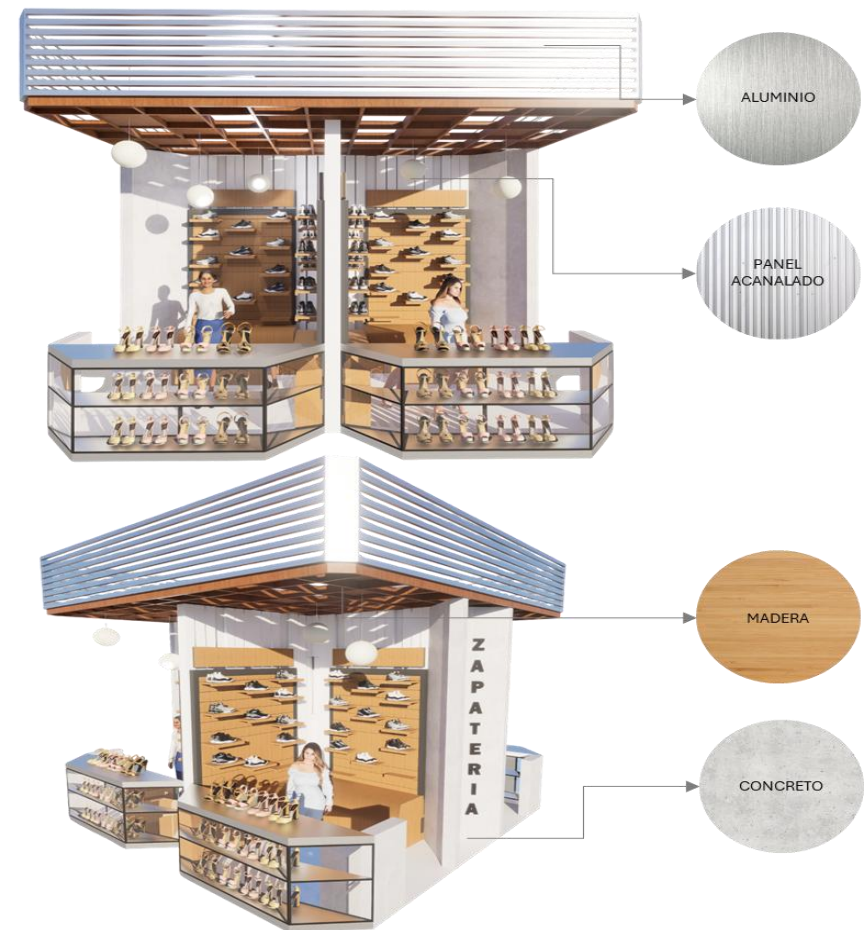
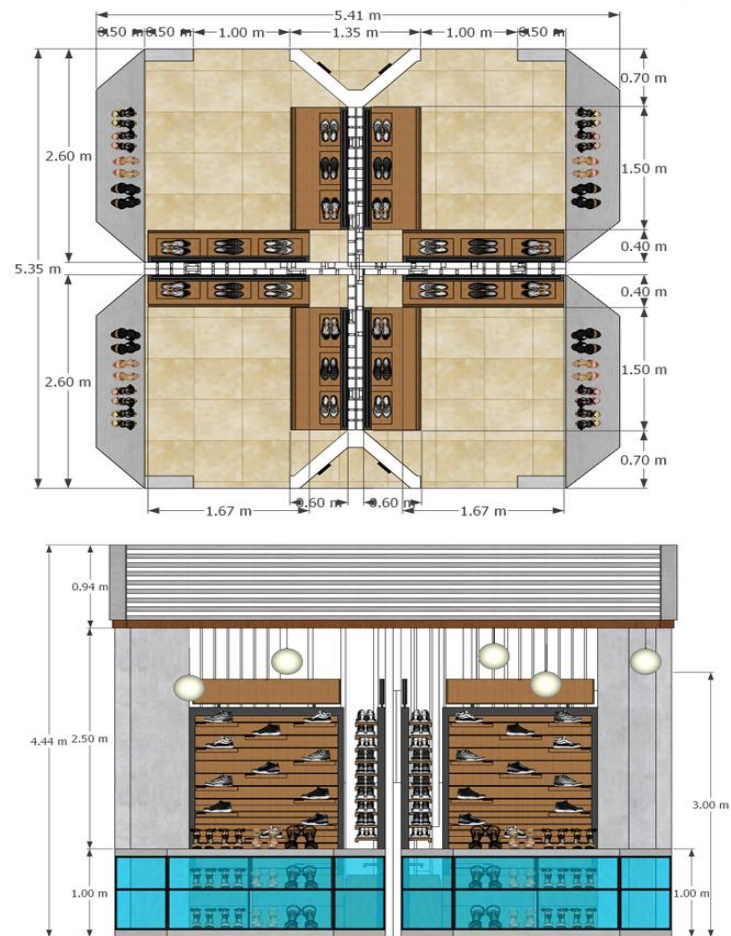
PUESTO DE LIBRERIAS



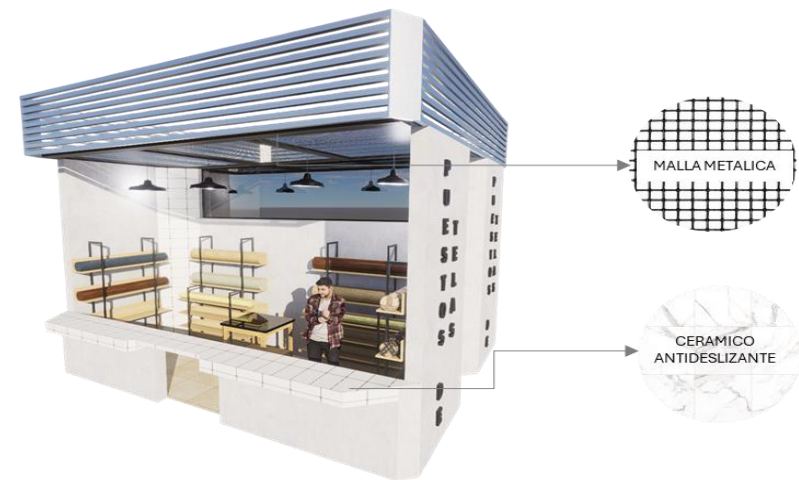
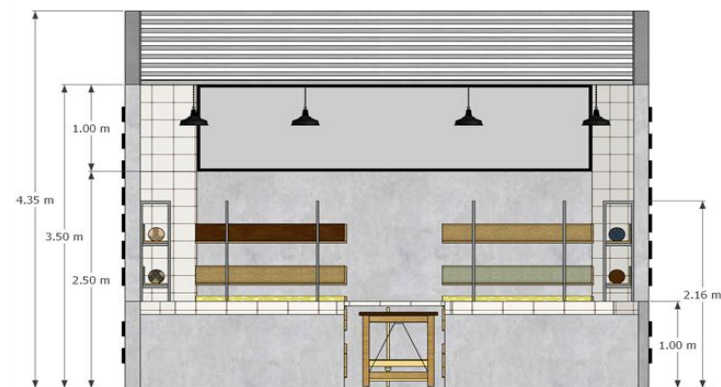
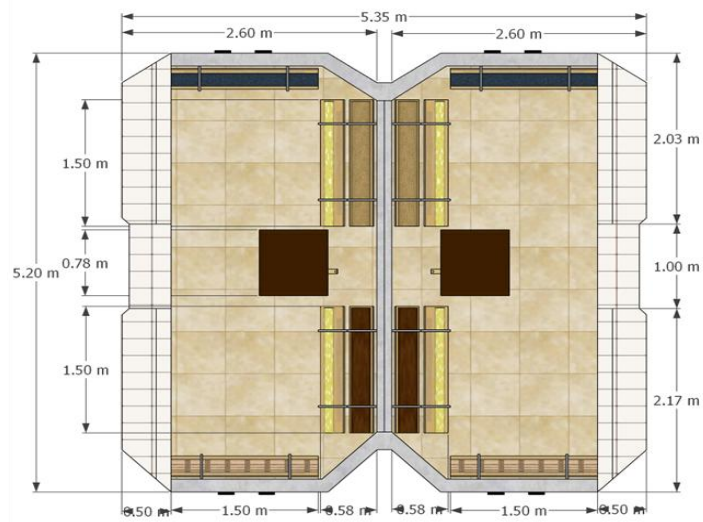
PUESTOS DE VENTA DE ROPAS



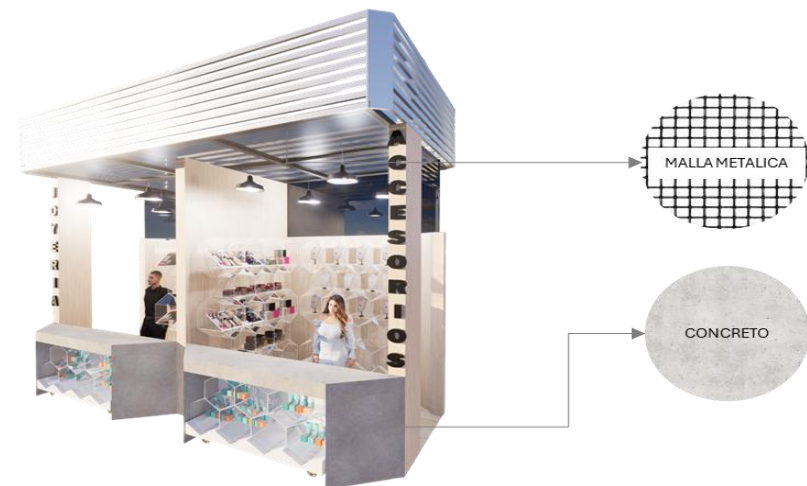
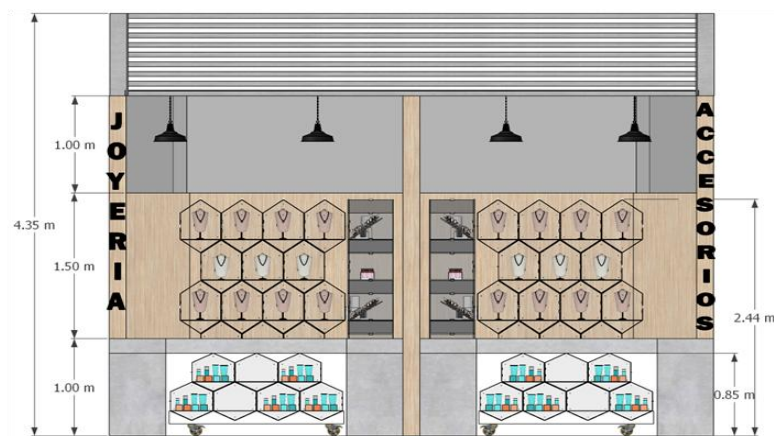
PUESTOS DE VENTA DE ZAPATOS



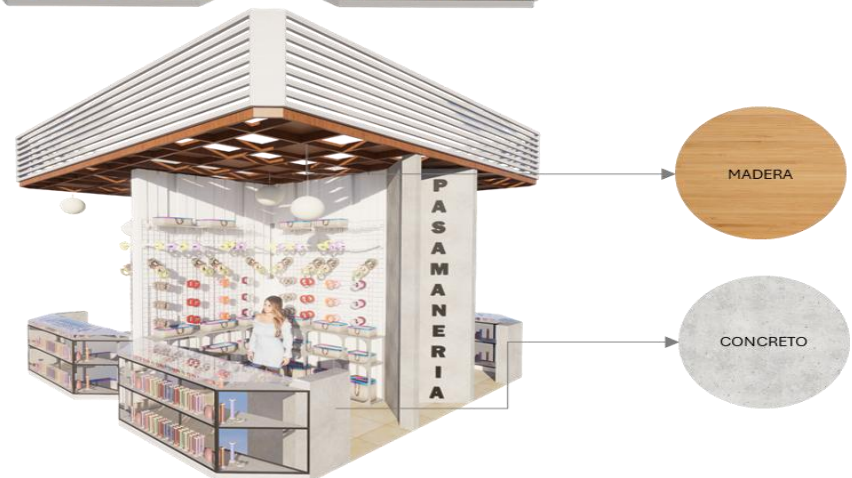
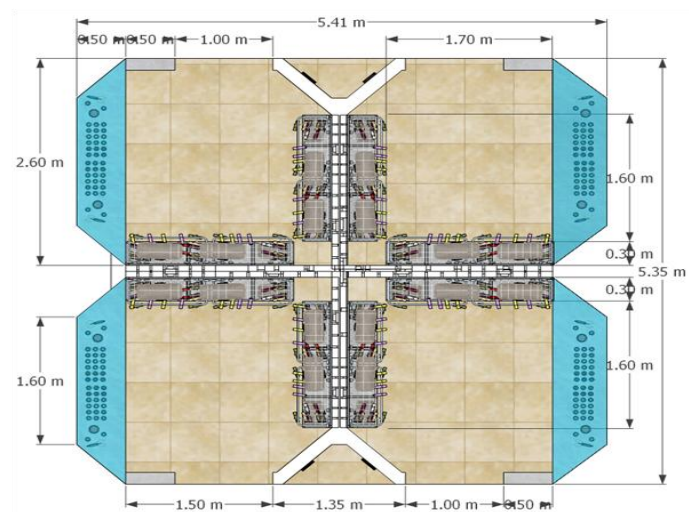
PUESTOS DE VENTA DE TELAS



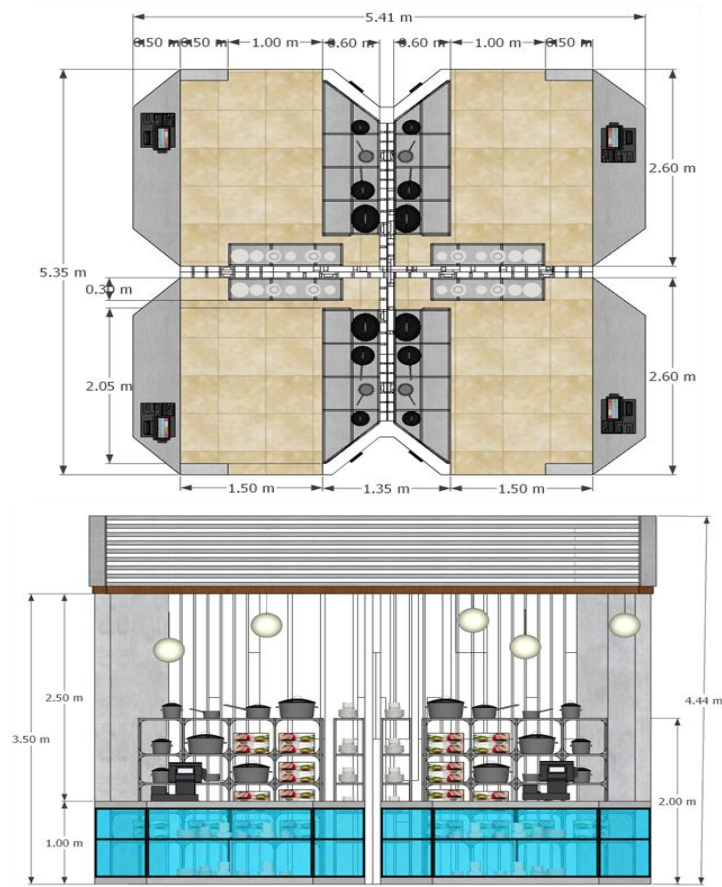
PUESTO DE VENTA DE MAQUILLAJE, JOYERIA Y ACCESORIOS



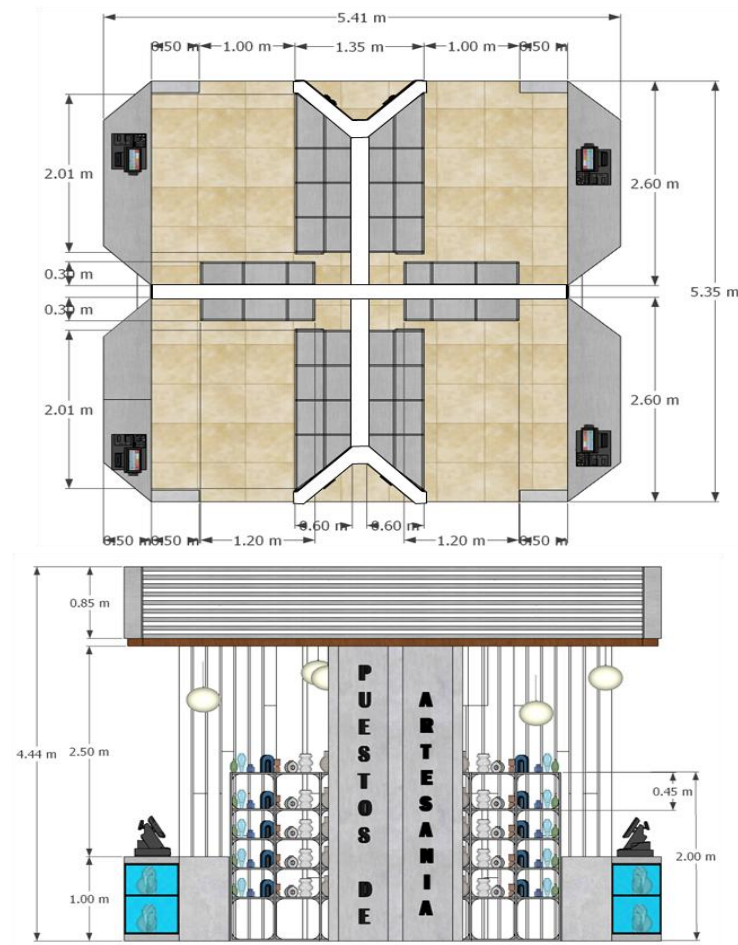
PUESTOS DE VENTA DE PASAMANERIA



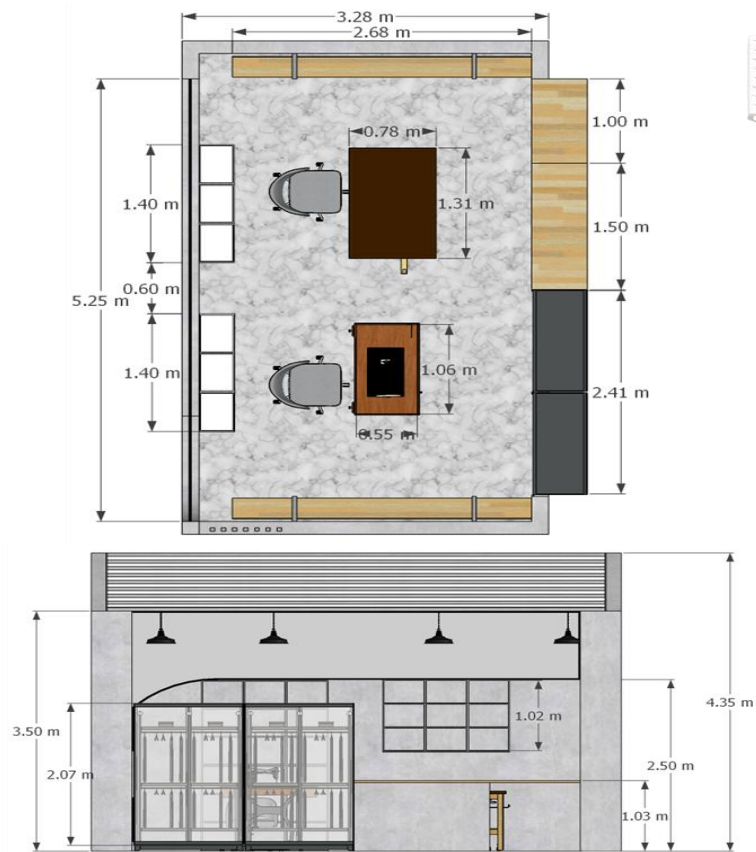
PUESTOS DE VENTA DE MENAJERIA



PUESTO DE ARTESANIA



PUESTOS DE SASTRERIA Y ARREGLADO DE ZAPATOS



ALUMINIO

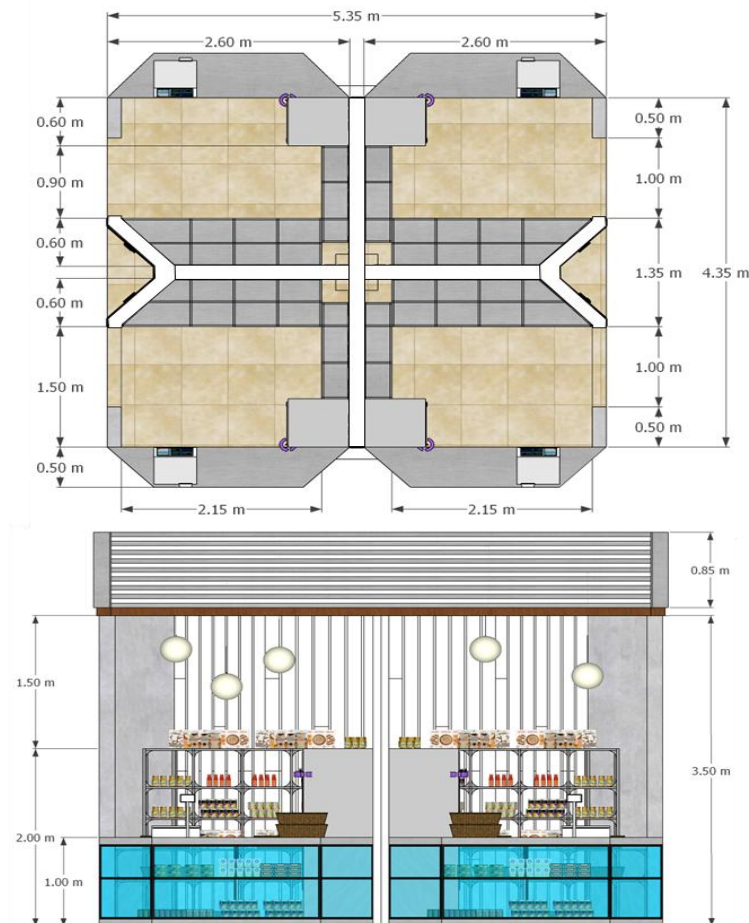
ACABADO DE
VINILO



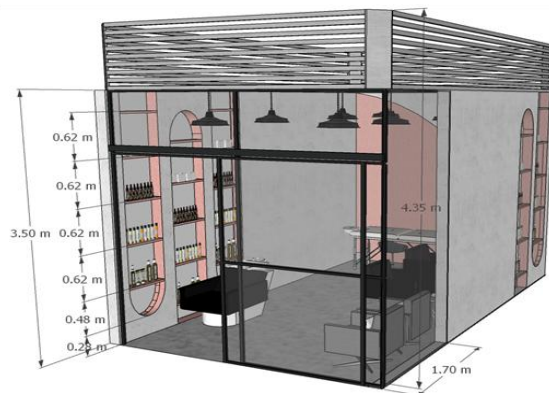
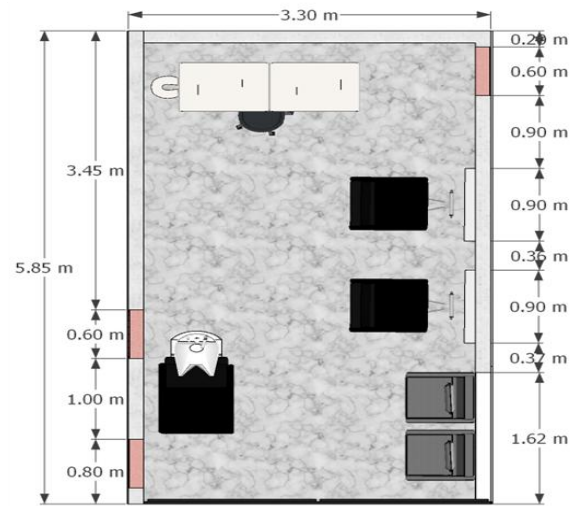
MALLA METALICA

CONCRETO

PUESTO DE JUGUETERIAS



PUESTOS DE PELUQUERIAS



ALUMINIO

ACABADO DE VINILO



MALLA METALICA

CERAMICO ANTIDESLIZANTE

Figura 96

Fachada principal ubicada en el jirón Huallayco



Figura 97

Fachada principal



Figura 98

Fachada lateral derecha ubicada en el jirón Huánuco



Figura 99

Fachada lateral derecha



Figura 100

Fachada posterior ubicada en el jirón San Martín



Figura 101

Fachada posterior

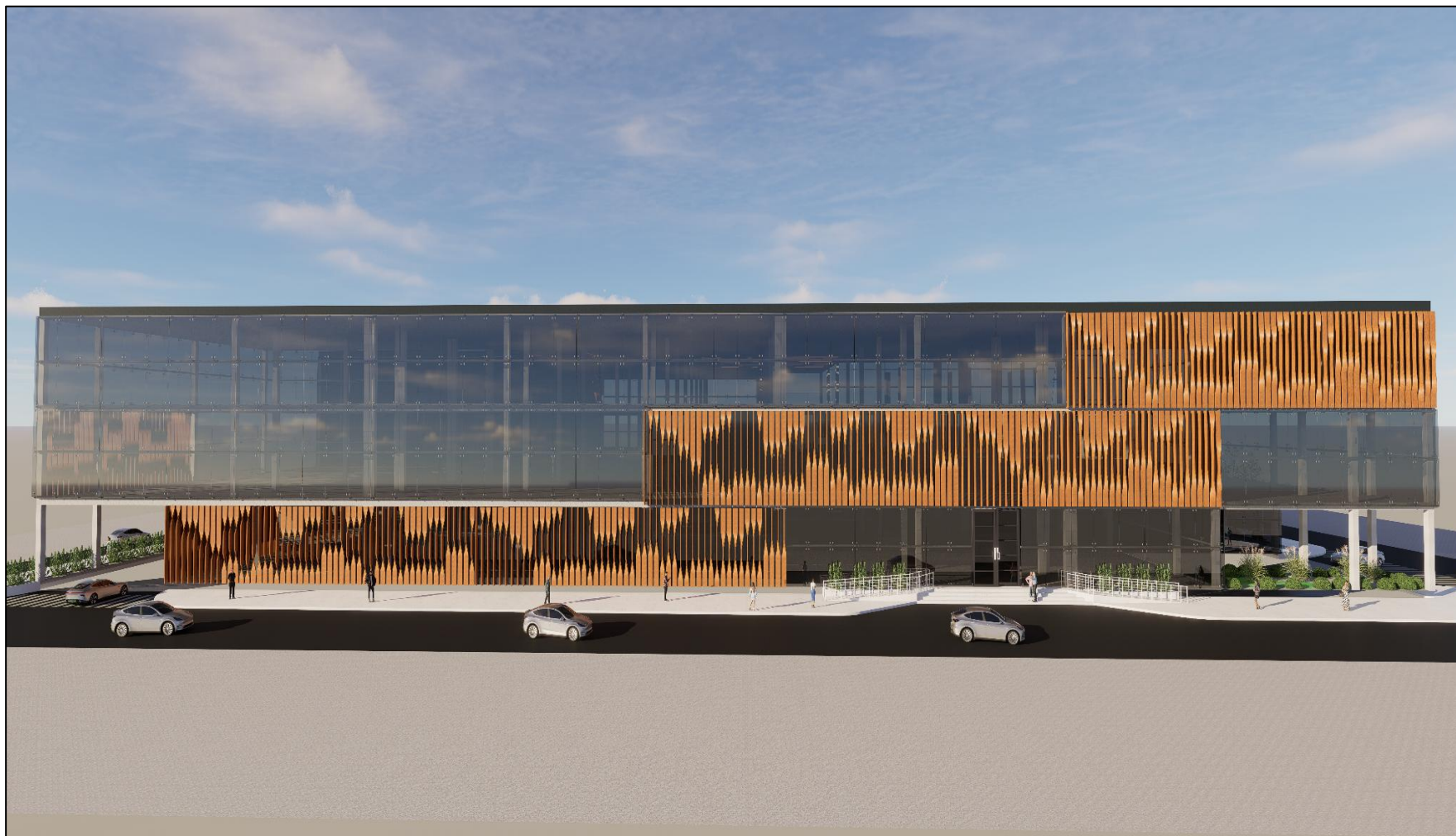


Figura 102

Fachada lateral izquierda ubicada en el jirón Ayacucho



Figura 103

Fachada lateral izquierda



Figura 104

Área de ventas



Figura 105

Área de ventas de comidas



Figura 106

Área de ventas



Figura 107

Áreas de circulación



Figura 108

Área de administración, cuarto de lactancia y guardería

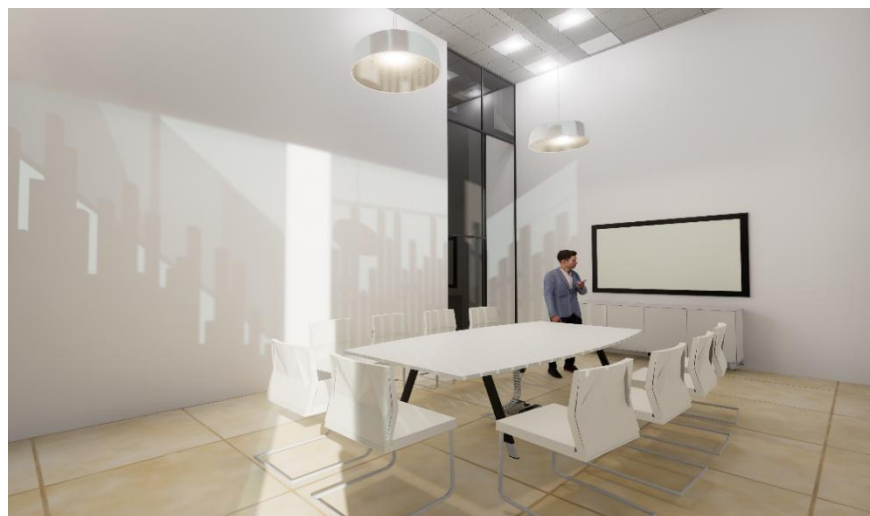
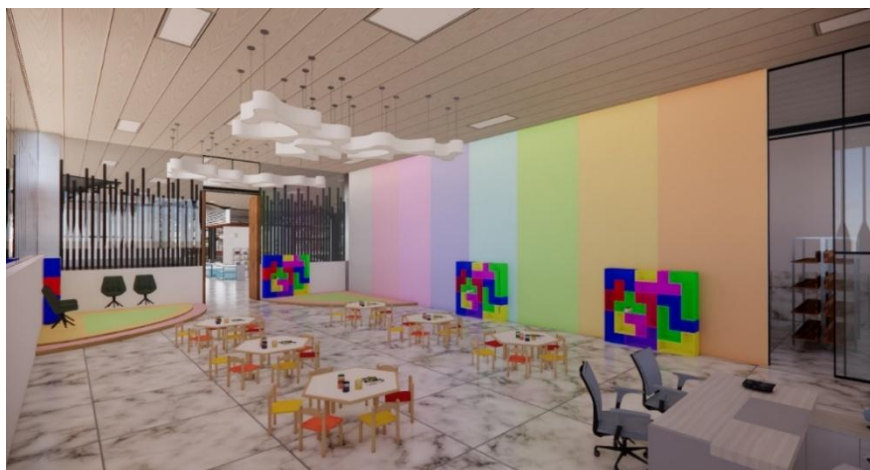


Figura 109

Secretaría, sala de espera y servicios higiénicos



Figura 110

Duchas, vestidores y estacionamiento

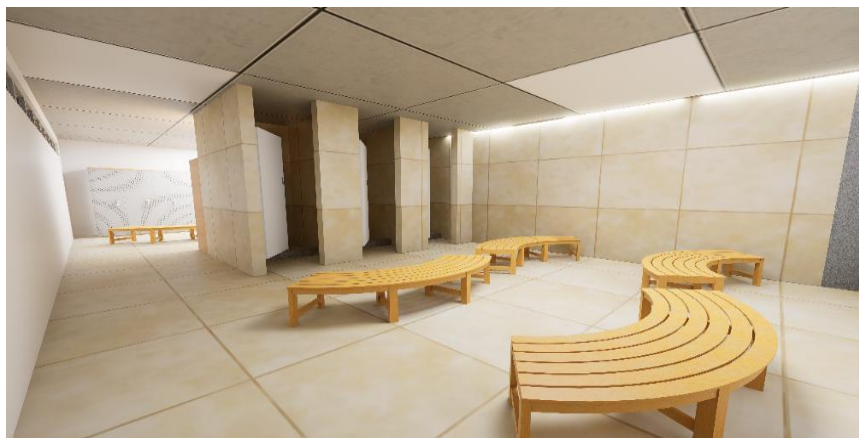
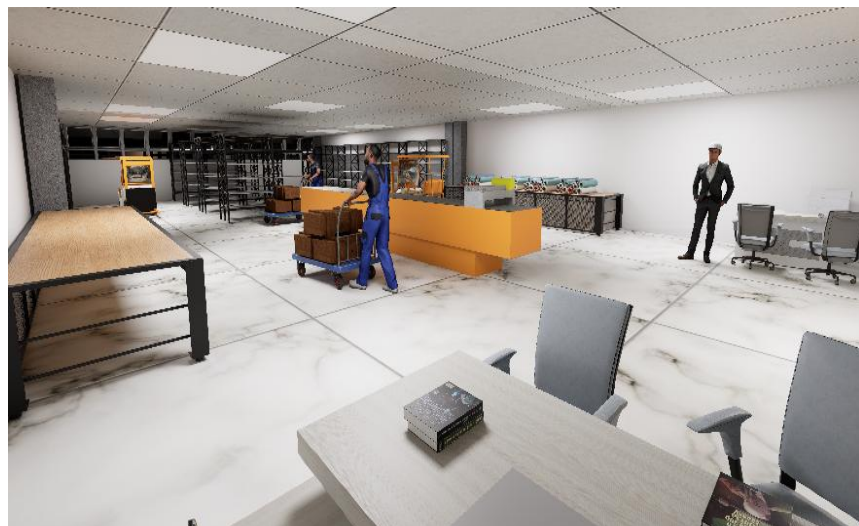


Figura 111

Almacenes y cámaras frigoríficas



CAPÍTULO VIII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Guerrero, E., Lazarte, M., & Mendez, C. (2017). *Guía para la planificación y diseño de mercados minnoristas en las ciudades del Perú*. Lima: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú No 2017 - 03829. Obtenido de https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/proyectos-de-inversion/niveles-de-servicio/2021/PNDP/NS/Guia_para_la_planificacion_y_diseño_de_mercados.pdf
- Sierra, F. (2023). Organización espacial: una estrategia urbano-arquitectónica para responder al deterioro urbano de Sáchica-Boyacá. *Universidad Católica de Colombia*, 11 y 20. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/609966b4-da4d-4f9f-b171-5d0c3d3bae03/content>
- Alfonso, C., & Sanchez, G. (2020). El comercio ambulatorio informal como problemática. *Social Innova Sciences (SIS)*, 66. Obtenido de <https://socialinnovasciences.org/ojs/index.php/sis/article/view/30/31>
- Aliaga, F. (2019). Renovación arquitectónica del Mercado Municipal del distrito de Huánuco para mejorar las condiciones sanitarias de los productos que comercializa, periodo 2017. *Huniversidad de Huanuco*, 13. Obtenido de <https://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/1695>
- Aprendemus. (27 de Julio de 2023). *Aprendemus*. Obtenido de Aprendemus: <https://www.aprendemus.com/blog/que-es-la-armonia-del-color/#:~:text=La%20armon%C3%ADa%20del%20color%20se%20refiere%20a%20la,la%20vista%2C%20generando%20sensaciones%20de%20equilibrio%20y%20tranquilidad.>
- Arias , S., & Ávila, D. (2004). La iluminación natural en la arquitectura. *Universidad de Guadalajara*, 49. Obtenido de <https://riudg.udg.mx/bitstream/20.500.12104/73673/1/BCUAAD00057.pdf>
- Avimael, C., Medrano, R., Tapia, J., & San Martín, P. (2011). ESPACIO PÚBLICO E INFORMALIDAD:El caso del programa de apoyo para la

- reubicación del comercio popular en la ciudad de México. *Revista de Antropología Experimental*, 141-142. Obtenido de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/1921/1671>
- Ayala, E. (2022). La arquitectura, el espacio público y el derecho a la ciudad. Entre lo físico y lo vivencial. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-03082021000200036&script=sci_arttext#t1
- Butragueño, B., Raposo, J., & Salgado, M. (17 de Mayo de 2017). Rem Koolhaas: el contexto en el concepto y viceversa. *Revista de Arquitectura*, 8. Obtenido de https://oa.upm.es/46552/1/INVE_MEM_2017_256852.pdf
- Cabas, M. (2016). Espacio arquitectónico: objeto de comunicación y experiencia intangibles. *Módulo Arquitectura CUC, Vol.16 N°1.*, 15. Obtenido de <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=fe4a372a143c4fa9JmltdHM9MTcyNzY1NDQwMCZpZ3VpZD0zNjRmZmYzYS1mYjY0LTZmODItMDhIOC1IYzQ3ZmE4ODZlZjMmaW5zaWQ9NTMyNw&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=364fff3a-fb64-6f82-08e8-ec47fa886ef3&psq=espacialidad+arquitectonica&u=a1aHR0cHM6Ly9yZXZp>
- Cabrera, V., & Valiente, E. (2020). Revitalizar el patrimonio arquitectónico en desuso. *Quiroga*, 05. Obtenido de <https://revistaseug.ugr.es/index.php/quiroga/article/view/17814/15595>
- Carrasco, S. (2007). *Metodología de Investigación Científica*. Lima: San Marcos. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1GTWMTyAZDmzE0hJbUKSxsR-QJWsYugBV/view>
- Chavez, J., & Pizarro, G. (2022). Nuevo mercado de abastos San José y centro gastronómico en el distrito de Jesús María. *Universidad Ricardo Palma*, 24. Obtenido de <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/5557>
- Chinchay, L., & Rodríguez, J. (2022). La contaminación visual y el deterioro de la imagen urbana en la avenida Raymondi, Huaraz - 2022.

- Universidad Cesar Vallejo*, 13. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110306/Chinchay_SLM-Rodriguez_OYR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ching, F. (2015). *Arquitectura, Forma, Espacio y Orden*. Barcelona: Gustavo Gili. Obtenido de https://www.academia.edu/107542980/Arquitectura_Forma_espacio_y_orden_Francis_D_K_Ching
- Chui, H., Huaquisto, E., Belizario, G., Canales, Á., & Calatayud, P. (2022). Características de la arquitectura vernácula en zonas altoandinas de Perú. Una contribución al estudio del mundo rural. *Cuadernos de vivienda y urbanismo*, 05. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6297/629774668006/629774668006.pdf>
- Coll, F. (01 de Noviembre de 2020). *economipedia*. Obtenido de Mercado minorista: https://economipedia.com/definiciones/mercado-minorista.html?utm_source=chatgpt.com
- Cruz, L. (2021). Adaptaciones en la arquitectura del Centro Histórico de Granada, Nicaragua. *arquitectura+*, 03. Obtenido de <https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/arquitectura/article/view/7326>
- Defensoria del Pueblo. (2020). Condiciones de salubridad en mercados de abastos, supermercados y bodegas para prevenir el COVID-19. *Defensoria del Pueblo*, 07. Obtenido de <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2020/05/Serie-Informes-Especiales-N%C2%BA-010-2020-DPV2.pdf>
- Espinoza, S. (2021). *Estrategias de renovación urbana para optimizar el comercio urbano del sector de San Pablo- La Victoria*. Lima, Peru. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87419>
- Eziena arquitectura. (31 de Enero de 2023). *Eziena arquitectura*. Obtenido de <https://ezienarquitectura.com/la-arquitectura-accesible-y-su-inclusion/#:~:text=La%20arquitectura%20accesible%20dise%C3%B1a%20viviendas%20y%20edificaciones%20pensando,que%20puedan%20desplazarse%20sin%20ning%C3%BA%20tipo%20de%20obst%C3%A1culos.>

- Fernandez, L., & Sanchez, W. (2023). Planeamiento y arquitectura del sitio arqueológico de Illarakay en el horizonte tardío – Cusipata-Quispicanchis – Cusco 2021. *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*, 41. Obtenido de <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/7819>
- Florez, S. (2020). Confort físico, espacial y psicológico en los espacios. *Universidad Catolica de Colombia*, 10. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/3e17f572-a97e-47c0-919e-8bbd2ee12178/content>
- Fuentes, V., & Rodríguez, M. (2004). Ventilación natural Cálculos basicos para arquitectura. *Universidad Autonoma Metropolitana*, 50. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/48392421.pdf>
- Garrocho, C., Álvarez, J., & Chavez, T. (2012). Aglomeración espacial de establecimientos comerciales en un centro tradicional de negocios: Un análisis basado en las funciones K. *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-20452012000100004
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. Obtenido de <https://archive.org/details/ciudades-para-la-gente-jan-gehl-2014-1/page/n7/mode/1up>
- Guerrero, E., Lazarte, M., & Mendez, C. (2017). Guía para la Planificacion y Diseño de mercadod minoristas en las ciudades del Perú. *Organizacion de las Naciones Unidad para la Alimentacion y la Agricultura*, 42. Obtenido de https://transparencia.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/transparencia/proyectos-de-inversion/niveles-de-servicio/2021/PNDP/NC/Guia_para_la_planificacion_y_diseno_de_mercados.pdf
- Guzmán, D. (Octubre de 2015). Externalidades de la apropiacion del espacio publico por el comercio formal e infomal "Barrio comercial de La Vega, Santiago". 39. Obtenido de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/80062/GUZMAN_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*. Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/0B7fKI4RAT39QeHNzTGh0N19SME0/view?resourcekey=0-Tg3V3qROROH0Aw4maw5dDQ>
- Huaman, D. (2019). Aplicación de la ergonomía para mejorar la productividad en una empresa comercial minorista, Ate, 2019. *Universidad Cesar Vallejo*, 13. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112716/Huaman_VDA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). Valor Agregado Bruto 2021. *INEI*, 04. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/huanuco-caracterizacion.pdf>
- Kansei. (16 de Marzo de 2016). *Kansei*. Obtenido de Kansei: <https://kanseicocinas.com/2016/03/todas-las-medidas-una-cocina/>
- Leaño, D. (2023). Arquitectura y Sentido de Pertenencia: Una Relación para Favorecer el Desarrollo Social. *Universidad Piloto de Colombia*, 04 y 13. Obtenido de <https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/13516/Entrega%203%20FINAL%20Corregida.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martina, P., Corvalán, G., Aeberhard, R., Borchichi, S., Milich, F., & Corace, J. (s.f.). Ajuste y puesta a punto de un equipo de medición para determinar la resistencia al fuego de materiales constructivos - ensayos preliminares. *FoDAMI*, 02. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Gabriel-Corvalan-3/publication/374085200_IRAM_11575_Ajuste_y_puesta_a_punto_de_un_equipo_de_medicion_para_determinar_la_resistencia_al_fuego_de_materiales_constructivos_-_Ensayos_preliminares/links/650cfb70c05e6d1b1c21
- Menendez, A. (2013). Una propuesta urbana como respuesta al deterioro en centros expandidos de ciudad. *Pontificia Universidad Javeriana*, 08. Obtenido de

- <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/18279/MendezForeroAnaMaria2013%20%281%29.pdf?sequence=3>
- meteoblue. (s.f.). *meteoblue*. Obtenido de Datos climáticos y meteorológicos históricos simulados para Huánuco: https://www.meteoblue.com/es/tiempo/historyclimate/climatemodelled/hu%C3%A1nuco_per%C3%BA_3696417#
- meteogram. (s.f.). *meteogram.es*. Obtenido de Hora de la salida y puesta de sol: <https://meteogram.es/sol/peru/huanuco/>
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2005). *Mecanismos de Recuperación del Espacio Público*. Colombia: Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Territorial. Obtenido de https://observatorio.dadep.gov.co/sites/default/files/documentos/mg08_guia_metodologica_5.pdf
- Ministerio de la Producción. (2021). *Modelo de Gestión para Mercados de Abastos Minoristas Competitivos*. Lima: Ministerio de la Producción. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1932198/ANEXO%20R.M.%20N%C2%B0%20155-2021-PRODUCE.pdf.pdf>
- Ministerio de la Producción. (2021). Norma Técnica para el Diseño de Mercados de Abastos Minoristas. *Ministerio de la Producción*, 10. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/produce/normas-legales/1755531-086-2021-produce>
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. (2019). Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Huánuco. *Municipalidad de Huánuco*, 45. Obtenido de https://www.munihuanuco.gob.pe/intranetmunihco/archivos/RESUMEN%20EJECUTIVO_PDU%20HUANUCO.pdf
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. (2021). Modificación de la Norma técnica A.070 "Comercio" del Reglamento Nacional de Edificaciones. *El Peruano*, 14. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2366602/41%20A.070%20COMERCIO%20-%20RM%20N%C2%B0061-2021-VIVIENDA.pdf?v=1636059406>

- Municipalidad Provincial de Huánuco. (2019). *Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Huánuco*. Huánuco: Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento. Obtenido de <https://www.munihuanuco.gob.pe/intranetmunihco/archivos/l%20DIAGNOSTICO.pdf>
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodologia de la investigacion cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/0B7gC0vup46j2M2txYjM4c1FNZTg/view?resourcekey=0-FZylqsYhblwqyUtTiTMLcg>
- Páramo, P., Burbano, A., Jimenez Domínguez, B., Barrios, V., Pasquali, C., Vivas, F., . . . Moyano, E. (2018). La habitabilidad del espacio público en las ciudades de América Latina. *SCIELO*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-47242018000200345&script=sci_arttext
- ProbabilidadyEstadistica.net. (2025). *ProbabilidadyEstadistica.net*. Obtenido de Balderix: <https://www.probabilidadyestadistica.net/prueba-chi-cuadrado/>
- Puentes, J. (2019). Exploración y relaciones de la arquitectura con el usuario. *Universidad Piloto de Colombia*, 31. Obtenido de <https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/5960/Espacio%2c%20usuario%20y%20tiempo%20%3a%20exploraci%3b%20y%20relaciones%20de%20la%20arquitectura%20con%20el%20usuario..pdf?sequence=4#:~:text=influyentes%20en%20la%20dearticulaci%>
- Real Academia Española. (2024). *Asociacion de Academias de la Lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/mercado?m=form>
- Robles, J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-commerce y nuevas formas de convivencia. *Scielo*, 08. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.scielo.org.pe/pdf/anthro/v32n33/a07v32n33.pdf>
- Román, B. (2024). Diseño Arquitectónico del Mercado Municipal del cantón El Pangui aplicando estrategias de Arquitectura Pasiva. *UIDE*, 09. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/6962>

- Santos, L., & De la Rivas, J. (2008). Ciudades con atributos: Conectividad, Accesibilidad y Movilidad. *Dialnet*, 05. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2736032.pdf>
- Tomás, J. (20 de Marzo de 2019). *ArchDaily*. Obtenido de ArchDaily: <https://www.archdaily.mx/mx/911593/consejos-utiles-para-garantizar-el-confort-visual-en-el-diseno-arquitectonico#:~:text=Aspectos%20como%20el%20nivel%20de%20parpadeo,%20deslumbramiento,%20o%20ceguera%20causados>
- Unknown. (s.f.). *Unknown*. Obtenido de Unknown: <https://estadistica-andi-chan.blogspot.com/2015/09/calculo-de-la-muestra-poblaciones.html>
- Vilela, M. (2007). Aspectos Topológicos y Reticulares en la comprensión del Territorio y la Ciudad. *Cuadernos de Arquitectura y Ciudad - Edición.Digital_003*, 38. Obtenido de https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/28685/Cuadernos_071.pdf?sequence=1#:~:text=propone%20la%20identificaci%C3%B3n%20de%20las%20variables%20decisivas%20para%20entender%20el
- Villafuerte, M., Zevallos, S., Maldonado, M., & Vines, M. (2019). Calidad de ambiente físico en el entorno de trabajo. Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Técnica de Manabí. Ecuador. *Dialnet*, 155. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7097523>
- Villarreal, E. (13 de Noviembre de 2024). *UNO*. Obtenido de Diario UNO: <https://diariouno.pe/2024/11/13/batalla-por-el-mercado-modelo-de-huanuco/#:~:text=El%20Mercado%20Modelo%20de%20Hu%C3%A1nuco%2C%20un%20pilar%20econ%C3%B3mico,controversia%20y%20litigios%20durante%20m%C3%A1s%20de%2016%20a%C3%B1os>
- Webmazer. (28 de Junio de 2023). *Y Arquitectura*. Obtenido de Y Arquitectura: <https://www.yarquitectura.com/arquitectura-estilistica/#:~:text=La%20arquitectura%20estil%C3%ADstica%20es%20una%20disciplina%20que%20surge%20de%20la>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Chaupis Valenzuela, A. (2025). *Intervención al espacio arquitectónico del mercado modelo de Huánuco para disminuir la confluencia comercial, 2025* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: LA ESPACIALIDAD ARQUITECTÓNICA Y LA CONFLUENCIA COMERCIAL DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO 2025					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
General: ¿Cuál es el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?	General: Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025	General: Existe una relación significativa entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial en el mercado modelo de Huánuco 2025.	Espacialidad arquitectónica	✓ Distribución arquitectónica ✓ Estado de la circulación ✓ Funcionalidad arquitectónica	Tipo de Investigación Básica • Enfoque: Cuantitativo • Alcance o nivel: Correlacional • Diseño: No experimental transversal correlacional
Específicos: ¿Cuál es el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?	Específicos: Analizar el nivel de relación entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.	Específicos: Existe una relación directa entre la distribución arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.	Confluencia comercial	✓ Combinación estilística ✓ Flujo de usuarios ✓ Diversificación de puestos comerciales	Población y muestra • Población: 5798 personas Aforo total del mercado • Muestra: Probabilística $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$ n = 544 personas

¿En qué medida el estado de circulación se relaciona con la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?	Identificar la medida de relación del estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.	Existe una relación significativa entre el estado de circulación y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.
---	--	---

Técnicas e instrumentos

- **Técnicas:**
 - Encuesta
 - observación
- **Instrumento:**
 - Cuestionario
 - Guía de observación

¿Cuál es el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025?	Estudiar el nivel de relación entre la funcionalidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025.	A disminución de la confluencia de los puestos comerciales mejora la funcionalidad arquitectónica del mercado modelo de Huánuco 2025.
--	--	---

ANEXO 2

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN 1

CUESTIONARIO

 Universidad de Huánuco <i>Faculta de Ingeniería</i> <i>Programa académico de Arquitectura</i>			
CUESTIONARIO PARA LOS USUARIOS DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO			
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025		
ENCUESTADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela		
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco:		
FECHA:	HORA:		
INSTRUCCION	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:		
SEXO:			
TIPO DE USUARIO:	Personal ()	Comerciante ()	Consumidor ()
EDAD:			
LUGAR DE PROCEDENCIA:			
DIMENSIONES	INDICADORES		
Estado de la circulación	¿SE SIENTE INCÓMODO AL TRANSITAR POR LOS PASILLOS DE CIRCULACIÓN DEL MERCADO?		
	a) Totalmente de acuerdo		
	b) De acuerdo		
	c) Indeciso		
	d) En desacuerdo		
	e) Totalmente en desacuerdo		
	¿VISUALIZÓ CONGESTIÓN EN CIERTOS PUNTOS DE CIRCULACIÓN EN HORAS PUNTA?		
	a) Totalmente de acuerdo		
	b) De acuerdo		
	c) Indeciso		
	d) En desacuerdo		
	e) Totalmente en desacuerdo		
	¿VISUALIZÓ EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS EN LOS PASILLOS YA SEA POR LOS PUESTOS U OTROS ELEMENTOS?		
	a) Totalmente de acuerdo		
	b) De acuerdo		
c) Indeciso			
d) En desacuerdo			
e) Totalmente en desacuerdo			
Funcionalidad arquitectónica	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO OFRECE SERVICIOS BÁSICOS EN BUEN ESTADO PARA SU FUNCIONAMIENTO?		
	a) Totalmente de acuerdo		
	b) De acuerdo		

	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿LOS TAMAÑOS DE LAS ÁREAS DEL MERCADO LE PERMITEN TRABAJAR SIN DIFICULTADES?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO DE PUESTOS FORMALES GENERA DESORDEN EN EL ESPACIO DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO AMBULATORIO GENERA AGLOMERACIÓN EN EL MERCADO, DIFICULTANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Combinación estilística	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO CUENTA CON ELEMENTOS QUE INTERRUMPAN TU CAMPO VISUAL, COMO SEÑALIZACIÓN EXCESIVA O DESORDEN EN LOS PRODUCTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Diversificación de puestos comercial	¿CONSIDERAS QUE EL TAMAÑO DE LOS PUESTOS COMERCIALES SE AJUSTA CORRECTAMENTE A LOS PRODUCTOS EN VENTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo

ANEXO 3
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN 2
GUÍA DE OBSERVACIÓN

 Universidad de Huánuco <i>Faculta de Ingeniería</i> <i>Programa académico de Arquitectura</i>				
GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO				
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025			
OBSERVADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela			
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco:			
FECHA:	HORA			
INSTRUCCIONES	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:			
DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Distribución arquitectónica	PRESENCIA DE CARÁCTER ARQUITECTÓNICO			
	PRESENCIA DE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN ADECUADA			
	CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE SALUBRIDAD Y SEGURIDAD			
	PRESENTA UNA CORRECTA ORGANIZACIÓN ESPACIAL			
Estado de la circulación	LOS ANCHOS DE PASILLOS CUMPLEN LAS MEDIDAS REGLAMENTARIAS			
Funcionalidad arquitectónica	CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS REGLAMENTARIOS			
	LA ERGONOMÍA DE LOS DISTINTOS ESPACIOS ES LA ADECUADA			
	PRESENCIA DE ADECUACIÓN DE ESPACIOS			
Combinación estilística	SE VISUALIZA INTEGRACIÓN DE MATERIALES CONSTRUCTIVOS Y COHERENCIA CROMÁTICA			
	PRESENCIA DE MATERIALIDAD ADECUADA			
Flujo de usuarios	VISUALIZACIÓN DE FRECUENCIA DEL PEATÓN EN TODAS LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN			

CONTABILIDAD DE PUESTOS			
Pescado y mariscos		Carnes	
Aves		Embutidos	
Lácteos y derivados		Hortalizas y hierbas	
Frutas		Tubérculos	
Condimentos y especias		Comidas	
Juguerías		Abarrotes	
Granos y legumbres		Cereales, harinas y derivados	
Frutos secos		Hojas secas y medicina natural	
Librerías		Vestimenta	
Zapatería		Telas	
Accesorios y maquillajes		Pasamanería y mercería	
Menajería		Artesanía	
Sastrería		Arreglado de Zapatos	
Jugueterías		Peluquerías	

ANEXO 4

VALIDACIÓN DE EXPERTOS



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA ACADÉMICO DE ARQUITECTURA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, DENNIS LEOPOLDO MILLON SUAREZ
De profesión ARQUITECTO, actualmente ejerciendo el cargo de
DOCENTE EN LA UDH por
medio del presente hago constar que he revisado y validado los instrumentos de
recolección de datos, presentado por la Bach. Chaupis Valenzuela, Alessandra
Xiomara, con DNI 73009079, aspirante al título de Arquitecta de la Universidad de
Huánuco; el cual será utilizado para recabar información necesaria para la tesis
titulado "Intervención al espacio arquitectónico del mercado modelo de Huánuco
para disminuir la confluencia comercial, 2025".

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Instrumento 1 Nombres:	☐ Aplicable después de corregir ☒ Aplicable ☐ No aplicable
Instrumento 2 Nombres:	☐ Aplicable después de corregir ☒ Aplicable ☐ No aplicable

Apellidos y nombres del juez/experto validador. Dr/ Mg:
DR. Mg. MILLON SUAREZ; DENNIS LEOPOLDO
DNI: 19831341

Especialidad del validador: GESTION PUBLICA



 Firma/sello



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
http://www.udh.edu.pe

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA ACADÉMICO DE ARQUITECTURA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, EDYL ALFONSO LIZANA MINGA

De profesión ARQUITECTO, actualmente ejerciendo el cargo de

ARQUITECTO I. UNIDAD EJECUTORA DE LA UNHEVAL por

medio del presente hago constar que he revisado y validado los instrumentos de recolección de datos, presentado por la Bach. Chaupis Valenzuela, Alessandra Xiomara, con DNI 73009079, aspirante al título de Arquitecta de la Universidad de Huánuco; el cual será utilizado para recabar información necesaria para la tesis titulado "Intervención al espacio arquitectónico del mercado modelo de Huánuco para disminuir la confluencia comercial, 2025".

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Instrumento 1 Nombres:	☐ Aplicable después de corregir ☒ Aplicable ☐ No aplicable
Instrumento 2 Nombres:	☐ Aplicable después de corregir ☒ Aplicable ☐ No aplicable

Apellidos y nombres del juez/experto validador. Dr/ Mg:

LIZANA MINGA EDYL ALFONSO

DNI: 76600719

Especialidad del validador: ARQUITECTO

UNHEVAL - UEI

ARQ. EDYL ALFONSO LIZANA MINGA
REG. OAF. N° 029957

Firma/sello



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA ACADÉMICO DE ARQUITECTURA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Johnatan Scott Hernandez Zevallos

De profesión Arquitecto, actualmente ejerciendo el cargo de
Docente de la P.A. de Arquitectura por

medio del presente hago constar que he revisado y validado los instrumentos de recolección de datos, presentado por la Bach. Chaupis Valenzuela, Alessandra Xiomara, con DNI 73009079, aspirante al título de Arquitecta de la Universidad de Huánuco; el cual será utilizado para recabar información necesaria para la tesis titulado "Intervención al espacio arquitectónico del mercado modelo de Huánuco para disminuir la confluencia comercial, 2025".

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

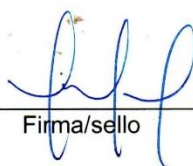
Instrumento 1 Nombres:	☐ Aplicable después de corregir ☒ Aplicable ☐ No aplicable
Instrumento 2 Nombres:	☐ Aplicable después de corregir ☒ Aplicable ☐ No aplicable

Apellidos y nombres del juez/experto validador. Dr/ Mg:

Johnatan Scott Hernandez Zevallos

DNI: 46701698

Especialidad del validador: Arquitecto


Firma/sello

ANEXO 4

RECOLECCIÓN DE DATOS CON LA ENCUESTA

 Universidad de Huánuco Faculta de Ingeniería Programa académico de Arquitectura	
CUESTIONARIO PARA LOS USUARIOS DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO	
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025
ENCUESTADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Jr. Hualgayco - Estacionamiento</u>
FECHA:	<u>20/03/2025</u> HORA: <u>11:45 AM</u>
INSTRUCCION	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:
SEXO:	<u>Masculino</u>
TIPO DE USUARIO:	Personal ☒ Comerciante () Consumidor ()
EDAD:	<u>34 años</u>
LUGAR DE PROCEDENCIA:	<u>Huánuco - Huánuco</u>
DIMENSIONES	INDICADORES
Estado de la circulación	¿SE SIENTE INCÓMODO AL TRANSITAR POR LOS PASILLOS DE CIRCULACIÓN DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ CONGESTIÓN EN CIERTOS PUNTOS DE CIRCULACIÓN EN HORAS PUNTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS EN LOS PASILLOS YA SEA POR LOS PUESTOS U OTROS ELEMENTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
c) Indeciso	
d) En desacuerdo	
e) Totalmente en desacuerdo	
Funcionalidad arquitectónica	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO OFRECE SERVICIOS BÁSICOS EN BUEN ESTADO PARA SU FUNCIONAMIENTO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿LOS TAMAÑOS DE LAS ÁREAS DEL MERCADO LE PERMITEN TRABAJAR SIN DIFICULTADES?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
c) Indeciso	

	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO DE PUESTOS FORMALES GENERA DESORDEN EN EL ESPACIO DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO AMBULATORIO GENERA AGLOMERACIÓN EN EL MERCADO, DIFICULTANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Combinación estilística	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO CUENTA CON ELEMENTOS QUE INTERRUMPAN TU CAMPO VISUAL, COMO SEÑALIZACIÓN EXCESIVA O DESORDEN EN LOS PRODUCTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Diversificación de puestos comercial	¿CONSIDERAS QUE EL TAMAÑO DE LOS PUESTOS COMERCIALES SE AJUSTA CORRECTAMENTE A LOS PRODUCTOS EN VENTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	☒ Totalmente en desacuerdo

 Universidad de Huánuco Facultad de Ingeniería Programa académico de Arquitectura	
CUESTIONARIO PARA LOS USUARIOS DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO	
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025
ENCUESTADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Azua de Jagüez</u>
FECHA:	<u>20/10/2025</u> HORA: <u>14:00 PM</u>
INSTRUCCION	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:
SEXO:	<u>Femenino</u>
TIPO DE USUARIO:	Personal () Comerciante (X) Consumidor ()
EDAD:	<u>36 años</u>
LUGAR DE PROCEDENCIA:	<u>Amarilis</u>
DIMENSIONES	INDICADORES
Estado de la circulación	¿SE SIENTE INCÓMODO AL TRANSITAR POR LOS PASILLOS DE CIRCULACIÓN DEL MERCADO?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ CONGESTIÓN EN CIERTOS PUNTOS DE CIRCULACIÓN EN HORAS PUNTA?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS EN LOS PASILLOS YA SEA POR LOS PUESTOS U OTROS ELEMENTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
c) Indeciso	
d) En desacuerdo	
e) Totalmente en desacuerdo	
Funcionalidad arquitectónica	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO OFRECE SERVICIOS BÁSICOS EN BUEN ESTADO PARA SU FUNCIONAMIENTO?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿LOS TAMAÑOS DE LAS ÁREAS DEL MERCADO LE PERMITEN TRABAJAR SIN DIFICULTADES?
☒ Totalmente de acuerdo	
b) De acuerdo	
c) Indeciso	

	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO DE PUESTOS FORMALES GENERA DESORDEN EN EL ESPACIO DEL MERCADO?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO AMBULATORIO GENERA AGLOMERACIÓN EN EL MERCADO, DIFICULTANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Combinación estilística	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO CUENTA CON ELEMENTOS QUE INTERRUMPAN TU CAMPO VISUAL, COMO SEÑALIZACIÓN EXCESIVA O DESORDEN EN LOS PRODUCTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Diversificación de puestos comercial	¿CONSIDERAS QUE EL TAMAÑO DE LOS PUESTOS COMERCIALES SE AJUSTA CORRECTAMENTE A LOS PRODUCTOS EN VENTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo

 Universidad de Huánuco Facultad de Ingeniería Programa académico de Arquitectura	
CUESTIONARIO PARA LOS USUARIOS DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO	
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025
ENCUESTADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Arpa de peluquerías</u>
FECHA:	<u>28/03/2025</u> HORA: <u>16:34 PM</u>
INSTRUCCION	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:
SEXO:	<u>masculino</u>
TIPO DE USUARIO:	Personal () Comerciante () Consumidor (x)
EDAD:	<u>32 años</u>
LUGAR DE PROCEDENCIA:	<u>Pillco Marca</u>
DIMENSIONES	INDICADORES
Estado de la circulación	¿SE SIENTE INCÓMODO AL TRANSITAR POR LOS PASILLOS DE CIRCULACIÓN DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ CONGESTIÓN EN CIERTOS PUNTOS DE CIRCULACIÓN EN HORAS PUNTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS EN LOS PASILLOS YA SEA POR LOS PUESTOS U OTROS ELEMENTOS?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Funcionalidad arquitectónica	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO OFRECE SERVICIOS BÁSICOS EN BUEN ESTADO PARA SU FUNCIONAMIENTO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿LOS TAMAÑOS DE LAS ÁREAS DEL MERCADO LE PERMITEN TRABAJAR SIN DIFICULTADES?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	☒ Indeciso

	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO DE PUESTOS FORMALES GENERA DESORDEN EN EL ESPACIO DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO AMBULATORIO GENERA AGLOMERACIÓN EN EL MERCADO, DIFICULTANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Combinación estilística	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO CUENTA CON ELEMENTOS QUE INTERRUMPAN TU CAMPO VISUAL, COMO SEÑALIZACIÓN EXCESIVA O DESORDEN EN LOS PRODUCTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Diversificación de puestos comercial	¿CONSIDERAS QUE EL TAMAÑO DE LOS PUESTOS COMERCIALES SE AJUSTA CORRECTAMENTE A LOS PRODUCTOS EN VENTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo

 Universidad de Huánuco Facultad de Ingeniería Programa académico de Arquitectura	
CUESTIONARIO PARA LOS USUARIOS DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO	
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025
ENCUESTADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Área de productos de belleza</u>
FECHA:	<u>25/03/2025</u> HORA: <u>14:45 PM</u>
INSTRUCCION	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:
SEXO:	<u>Masculino</u>
TIPO DE USUARIO:	Personal () Comerciante (x) Consumidor ()
EDAD:	<u>38 años</u>
LUGAR DE PROCEDENCIA:	<u>Huánuco</u>
DIMENSIONES	INDICADORES
Estado de la circulación	¿SE SIENTE INCÓMODO AL TRANSITAR POR LOS PASILLOS DE CIRCULACIÓN DEL MERCADO?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ CONGESTIÓN EN CIERTOS PUNTOS DE CIRCULACIÓN EN HORAS PUNTA?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS EN LOS PASILLOS YA SEA POR LOS PUESTOS U OTROS ELEMENTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
c) Indeciso	
d) En desacuerdo	
e) Totalmente en desacuerdo	
Funcionalidad arquitectónica	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO OFRECE SERVICIOS BÁSICOS EN BUEN ESTADO PARA SU FUNCIONAMIENTO?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿LOS TAMAÑOS DE LAS ÁREAS DEL MERCADO LE PERMITEN TRABAJAR SIN DIFICULTADES?
a) Totalmente de acuerdo	
b) De acuerdo	
c) Indeciso	

	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO DE PUESTOS FORMALES GENERA DESORDEN EN EL ESPACIO DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO AMBULATORIO GENERA AGLOMERACIÓN EN EL MERCADO, DIFICULTANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA?
	☒ Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Combinación estilística	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO CUENTA CON ELEMENTOS QUE INTERRUMPAN TU CAMPO VISUAL, COMO SEÑALIZACIÓN EXCESIVA O DESORDEN EN LOS PRODUCTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	☒ De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Diversificación de puestos comercial	¿CONSIDERAS QUE EL TAMAÑO DE LOS PUESTOS COMERCIALES SE AJUSTA CORRECTAMENTE A LOS PRODUCTOS EN VENTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo

Universidad de Huánuco Facultad de Ingeniería Programa académico de Arquitectura	
CUESTIONARIO PARA LOS USUARIOS DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO	
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025
ENCUESTADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>J.F. Huánuco y Huallaga</u>
FECHA:	<u>20/03/2025</u> HORA: <u>12:40 PM</u>
INSTRUCCION	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:
SEXO:	<u>Masculino</u>
TIPO DE USUARIO:	Personal () Comerciante (x) <u>Ambulante</u> Consumidor ()
EDAD:	<u>46 años</u>
LUGAR DE PROCEDENCIA:	<u>Panazo</u>
DIMENSIONES	INDICADORES
Estado de la circulación	¿SE SIENTE INCÓMODO AL TRANSITAR POR LOS PASILLOS DE CIRCULACIÓN DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ CONGESTIÓN EN CIERTOS PUNTOS DE CIRCULACIÓN EN HORAS PUNTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿VISUALIZÓ EXISTENCIA DE OBSTÁCULOS EN LOS PASILLOS YA SEA POR LOS PUESTOS U OTROS ELEMENTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
c) Indeciso	
☒ En desacuerdo	
e) Totalmente en desacuerdo	
Funcionalidad arquitectónica	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO OFRECE SERVICIOS BÁSICOS EN BUEN ESTADO PARA SU FUNCIONAMIENTO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	☒ Totalmente en desacuerdo
	¿LOS TAMAÑOS DE LAS ÁREAS DEL MERCADO LE PERMITEN TRABAJAR SIN DIFICULTADES?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
c) Indeciso	

	d) En desacuerdo
	☒ Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO DE PUESTOS FORMALES GENERA DESORDEN EN EL ESPACIO DEL MERCADO?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
	¿CONSIDERA QUE EL COMERCIO AMBULATORIO GENERA AGLOMERACIÓN EN EL MERCADO, DIFICULTANDO LA EXPERIENCIA DE COMPRA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	☒ En desacuerdo
	e) Totalmente en desacuerdo
Combinación estilística	¿CONSIDERAS QUE EL MERCADO CUENTA CON ELEMENTOS QUE INTERRUMPAN TU CAMPO VISUAL, COMO SEÑALIZACIÓN EXCESIVA O DESORDEN EN LOS PRODUCTOS?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	☒ Totalmente en desacuerdo
Diversificación de puestos comercial	¿CONSIDERAS QUE EL TAMAÑO DE LOS PUESTOS COMERCIALES SE AJUSTA CORRECTAMENTE A LOS PRODUCTOS EN VENTA?
	a) Totalmente de acuerdo
	b) De acuerdo
	c) Indeciso
	d) En desacuerdo
	☒ Totalmente en desacuerdo

ANEXO 5

RECOLECCIÓN DE DATOS CON LA GUÍA DE OBSERVACIÓN

 Universidad de Huánuco <i>Faculta de Ingeniería</i> <i>Programa académico de Arquitectura</i>				
GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO				
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025			
OBSERVADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela			
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Jr. Huallayco y Jr. Huánuco Punto N° 01</u>			
FECHA:	<u>22/03/2025</u>	HORA	<u>12:10 PM</u>	
INSTRUCCIONES	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:			
DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Distribución arquitectónica	PRESENCIA DE CARÁCTER ARQUITECTÓNICO		X	
	PRESENCIA DE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN ADECUADA	X		Por estar ubicado al exterior
	CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE SALUBRIDAD Y SEGURIDAD		X	
	PRESENTA UNA CORRECTA ORGANIZACIÓN ESPACIAL		X	Falta de ordenamiento por productos
Estado de la circulación	LOS ANCHOS DE PASILLOS CUMPLEN LAS MEDIDAS REGLAMENTARIAS		X	
Funcionalidad arquitectónica	CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS REGLAMENTARIOS		X	
	LA ERGONOMÍA DE LOS DISTINTOS ESPACIOS ES LA ADECUADA	X		
	PRESENCIA DE ADECUACIÓN DE ESPACIOS	X		áreas opuestas de venta ubicado en vías y veredas
Combinación estilística	SE VISUALIZA INTEGRACIÓN DE MATERIALES CONSTRUCTIVOS Y COHERENCIA CROMÁTICA		X	
	PRESENCIA DE MATERIALIDAD ADECUADA		X	Presenta materialidad inflamable
Flujo de usuarios	VISUALIZACIÓN DE FRECUENCIA DEL PEATÓN EN TODAS LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN	X		

CONTABILIDAD DE PUESTOS			
Pescado y mariscos		Carnes	
Aves		Embutidos	
Lácteos y derivados		Hortalizas y hierbas	
Frutas		Tubérculos	
Condimentos y especias		Comidas	
Jugueterías		Abarrotes	
Granos y legumbres	6	Cereales, harinas y derivados	
Frutos secos		Hojas secas y medicina natural	
Librerías	14	Vestimenta	19
Zapatería		Telas	12
Accesorios y maquillajes		Pasamanería y mercería	10
Menajería	13	Artesanía	
Sastrería	9	Arreglado de Zapatos	
Jugueterías	13	Peluquerías	



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
1969

Universidad de Huánuco
Faculta de Ingeniería
Programa académico de Arquitectura

GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO

OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025			
OBSERVADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela			
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Jr. Ayacucho y Hualgayco Punto N° 01</u>			
FECHA:	<u>27/03/2025</u>	HORA	<u>11:02 AM</u>	
INSTRUCCIONES	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:			
DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Distribución arquitectónica	PRESENCIA DE CARÁCTER ARQUITECTÓNICO		X	
	PRESENCIA DE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN ADECUADA		X	
	CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE SALUBRIDAD Y SEGURIDAD		X	
	PRESENTA UNA CORRECTA ORGANIZACIÓN ESPACIAL	X		Se encuentra dividido por servicios
Estado de la circulación	LOS ANCHOS DE PASILLOS CUMPLEN LAS MEDIDAS REGLAMENTARIAS		X	
Funcionalidad arquitectónica	CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS REGLAMENTARIOS		X	
	LA ERGONOMÍA DE LOS DISTINTOS ESPACIOS ES LA ADECUADA		X	
	PRESENCIA DE ADECUACIÓN DE ESPACIOS		X	Presenta puestos ubicados en veredas y vial
Combinación estilística	SE VISUALIZA INTEGRACIÓN DE MATERIALES CONSTRUCTIVOS Y COHERENCIA CROMÁTICA		X	
	PRESENCIA DE MATERIALIDAD ADECUADA	X		cuenta con material inflamable
Flujo de usuarios	VISUALIZACIÓN DE FRECUENCIA DEL PEATÓN EN TODAS LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN	X		

CONTABILIDAD DE PUESTOS			
Pescado y mariscos		Carnes	
Aves		Embutidos	
Lácteos y derivados	7	Hortalizas y hierbas	
Frutas		Tubérculos	
Condimentos y especias		Comidas	
Jugueterías		Abarrotes	
Granos y legumbres	6	Cereales, harinas y derivados	
Frutos secos		Hojas secas y medicina natural	10
Librerías		Vestimenta	19
Zapatería		Telas	
Accesorios y maquillajes		Pasamanería y mercería	
Menajería	13	Artesanía	
Sastrería		Arreglado de Zapatos	
Jugueterías		Peluquerías	17

 Universidad de Huánuco Facultad de Ingeniería Programa académico de Arquitectura				
GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO				
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025			
OBSERVADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela			
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: Jr. San Martín y Jr. Huánuco pt 01			
FECHA:	21 / 03 / 2025	HORA	10:30 AM	
INSTRUCCIONES	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:			
DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Distribución arquitectónica	PRESENCIA DE CARÁCTER ARQUITECTÓNICO		X	
	PRESENCIA DE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN ADECUADA		X	Por estar los puestos en el exterior
	CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE SALUBRIDAD Y SEGURIDAD		X	
	PRESENTA UNA CORRECTA ORGANIZACIÓN ESPACIAL		X	los puestos se encuentran mezclados
Estado de la circulación	LOS ANCHOS DE PASILLOS CUMPLEN LAS MEDIDAS REGLAMENTARIAS		X	
Funcionalidad arquitectónica	CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS REGLAMENTARIOS		X	
	LA ERGONOMÍA DE LOS DISTINTOS ESPACIOS ES LA ADECUADA		X	algunos puestos no presentan áreas apropiadas
	PRESENCIA DE ADECUACIÓN DE ESPACIOS	X		
Combinación estilística	SE VISUALIZA INTEGRACIÓN DE MATERIALES CONSTRUCTIVOS Y COHERENCIA CROMÁTICA		X	
	PRESENCIA DE MATERIALIDAD ADECUADA	X		
Flujo de usuarios	VISUALIZACIÓN DE FRECUENCIA DEL PEATÓN EN TODAS LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN		X	

CONTABILIDAD DE PUESTOS			
Pescado y mariscos		Carnes	
Aves		Embutidos	
Lácteos y derivados		Hortalizas y hierbas	
Frutas	14	Tubérculos	
Condimentos y especias		Comidas	
Juguerías		Abarrotes	
Granos y legumbres		Cereales, harinas y derivados	
Frutos secos		Hojas secas y medicina natural	
Librerías		Vestimenta	19
Zapatería	11	Telas	
Accesorios y maquillajes	14	Pasamanería y mercería	
Menajería		Artesanía	
Sastrería		Arreglado de Zapatos	6
Jugueterías		Peluquerías	

 Universidad de Huánuco Facultad de Ingeniería Programa académico de Arquitectura				
GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL MERCADO MODELO DE HUÁNUCO				
OBJETIVO	Identificar el nivel de relación entre la espacialidad arquitectónica y la confluencia comercial del mercado modelo de Huánuco 2025			
OBSERVADOR	Alessandra Xiomara Chaupis Valenzuela			
UBICACIÓN	Mercado modelo de Huánuco: <u>Jr. Ayawcho y Jr. San Martín Ponto N° 01</u>			
FECHA:	<u>21/03/2025</u>	HORA	<u>10:50 AM</u>	
INSTRUCCIONES	Marque con un aspa (x) según corresponda en cada ítem, se debe contestar todas las preguntas, según el siguiente orden:			
DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Distribución arquitectónica	PRESENCIA DE CARÁCTER ARQUITECTÓNICO		X	
	PRESENCIA DE ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN ADECUADA		X	
	CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE SALUBRIDAD Y SEGURIDAD		X	
	PRESENTA UNA CORRECTA ORGANIZACIÓN ESPACIAL		X	
Estado de la circulación	LOS ANCHOS DE PASILLOS CUMPLEN LAS MEDIDAS REGLAMENTARIAS		X	No cuenta con circulación externa
Funcionalidad arquitectónica	CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS REGLAMENTARIOS		X	
	LA ERGONOMÍA DE LOS DISTINTOS ESPACIOS ES LA ADECUADA	X		
	PRESENCIA DE ADECUACIÓN DE ESPACIOS		X	
Combinación estilística	SE VISUALIZA INTEGRACIÓN DE MATERIALES CONSTRUCTIVOS Y COHERENCIA CROMÁTICA		X	
	PRESENCIA DE MATERIALIDAD ADECUADA	X		cuenta con material inflamable
Flujo de usuarios	VISUALIZACIÓN DE FRECUENCIA DEL PEATÓN EN TODAS LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN		X	Lavía no cuenta con veredas adyacentes al mercado

CONTABILIDAD DE PUESTOS			
Pescado y mariscos		Carnes	
Aves		Embutidos	
Lácteos y derivados		Hortalizas y hierbas	
Frutas		Tubérculos	
Condimentos y especias		Comidas	
Jugueterías		Abarrotes	13
Granos y legumbres		Cereales, harinas y derivados	
Frutos secos	5	Hojas secas y medicina natural	10
Librerías		Vestimenta	
Zapatería		Telas	
Accesorios y maquillajes		Pasamanería y mercería	10
Menajería		Artesanía	
Sastrería		Arreglado de Zapatos	
Jugueterías		Peluquerías	

ANEXO 6

TOMAS FOTOGRÁFICAS

