

# Alexis Lozano Pinedo

## Características arquitectónicas de un mercado de segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de pro...

 Tesis Repositorio

---

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::3117:582109388

Fecha de entrega

23 abr 2026, 8:28 GMT-5

Fecha de descarga

23 abr 2026, 8:34 GMT-5

Nombre del archivo

Informes de tesis TOMO 1 SILVIA & ALEXIS (1).pdf

Tamaño del archivo

1.8 MB

77 páginas

16.754 palabras

102.625 caracteres




# 18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

## Fuentes principales

- 16%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 13%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## Fuentes principales

- 16% Fuentes de Internet
- 4% Publicaciones
- 13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

<b>1</b>	Internet	
tesis.unsm.edu.pe		3%
<b>2</b>	Internet	
repositorio.uteq.edu.ec		2%
<b>3</b>	Internet	
repositorio.unsm.edu.pe		2%
<b>4</b>	Internet	
docplayer.es		1%
<b>5</b>	Internet	
repositorio.ucv.edu.pe		1%
<b>6</b>	Internet	
hdl.handle.net		1%
<b>7</b>	Internet	
cdn.www.gob.pe		<1%
<b>8</b>	Internet	
peope.com.ar		<1%
<b>9</b>	Internet	
repositorio.upse.edu.ec		<1%
<b>10</b>	Internet	
www.aeestepona.org		<1%
<b>11</b>	Trabajos del estudiante	
unach on 2024-02-21		<1%

12	Trabajos del estudiante	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2023-10-11	<1%
13	Trabajos del estudiante	Universidad Politécnica del Perú on 2025-12-30	<1%
14	Internet	www.coursehero.com	<1%
15	Trabajos del estudiante	Universidad Privada del Norte on 2025-03-28	<1%
16	Trabajos del estudiante	Universidad Peruana Cayetano Heredia on 2024-12-10	<1%
17	Internet	repositorio.upt.edu.pe	<1%
18	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2023-02-27	<1%
19	Internet	eujournal.org	<1%
20	Internet	www.archdaily.pe	<1%
21	Trabajos del estudiante	Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2022-10-26	<1%
22	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de San Martín on 2022-12-05	<1%
23	Internet	peru.gob.pe	<1%
24	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de San Martín on 2020-07-21	<1%
25	Internet	repositorio.udaff.edu.pe	<1%

26	Internet	ipv4.noticias.juridicas.com	<1%
27	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de San Martín on 2022-07-25	<1%
28	Trabajos del estudiante	Universidad Privada del Norte on 2024-04-08	<1%
29	Publicación	Estrada Cruz, Eder Alexander. "Inversión en infraestructura de los mercados de a...	<1%
30	Internet	pndp.produce.gob.pe	<1%
31	Internet	redcol.minciencias.gov.co	<1%
32	Internet	repositorio.continental.edu.pe	<1%
33	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2016-12-01	<1%
34	Internet	renati.sunedu.gob.pe	<1%
35	Internet	transparencia.produce.gob.pe	<1%
36	Trabajos del estudiante	Morgan Park High School on 2023-01-04	<1%
37	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga on 2023-02-21	<1%
38	Internet	apirepositorio.unu.edu.pe	<1%
39	Internet	core.ac.uk	<1%

40	Internet	dspace.esoch.edu.ec	<1%
41	Internet	moralesmuni.gob.pe	<1%
42	Internet	revistas.unsm.edu.pe	<1%
43	Internet	ri-ng.uaq.mx	<1%
44	Trabajos del estudiante	uaq on 2024-05-27	<1%
45	Trabajos del estudiante	Universidad Andina del Cusco on 2025-05-21	<1%
46	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2025-07-20	<1%
47	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo on 2026-04-21	<1%
48	Trabajos del estudiante	Universidad Privada del Norte on 2023-12-15	<1%
49	Internet	repositorio.usmp.edu.pe	<1%
50	Internet	repository.uniminuto.edu	<1%
51	Internet	www.mgv-portal.eu	<1%
52	Internet	www.researchgate.net	<1%



Esta obra está bajo una

[Licencia Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

[Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



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

Tesis

**Características arquitectónicas de un mercado  
de segunda generación para mejorar el  
abastecimiento y expendio de productos;  
Morales, San Martín**

Para optar el título profesional de Arquitecto

**Autores:**

Alexis Lozano Pinedo

<https://orcid.org/0000-0002-6003-8938>

Silvia Elisa Frisancho Fasanando

<https://orcid.org/0000-0001-9991-4360>

**Asesor:**

Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía

<https://orcid.org/0000-0001-9260-3009>

**Tarapoto, Perú**

**2025**



FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Tesis

**Características arquitectónicas de un mercado  
de segunda generación para mejorar el  
abastecimiento y expendio de productos;  
Morales, San Martín**

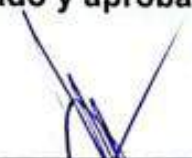
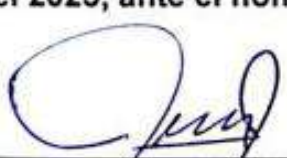

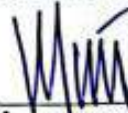
Para optar el título profesional de Arquitecto

**Autores:**

Alexis Lozano Pinedo

Silvia Elisa Frisancho Fasanando

Sustentado y aprobado el 3 de diciembre del 2025, ante el honorable jurado:

 _____ <b>Presidente de Jurado</b> Arq. Dr. Pablo Oswaldo Blaz Miranda	 _____ <b>Secretario de Jurado</b> Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo
 _____ <b>Vocal de Jurado</b> Ing. M.Sc. Carlos Segundo Huamán Torrejón	
 _____ <b>Asesor</b> Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía	

**Tarapoto, Perú  
2025**



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE  
INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA



*Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana*

# Acta de Sustentación de Trabajo de Investigación Para Título de Arquitecto N° 167

Jurado reconocido con Resolución N° 472-2024-UNSM/FICA-CF-NLU  
Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura  
Escuela profesional de Arquitectura



A las 10:00 horas del 03 de diciembre del 2025, inició al acto público de sustentación del trabajo de investigación **"CARACTERÍSTICAS ARQUITECTÓNICAS DE UN MERCADO DE SEGUNDA GENERACIÓN PARA MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y EXPENDIO DE PRODUCTOS; MORALES, SAN MARTÍN"**, para optar el título de Arquitecto, presentado por los bachilleres: ALEXIS LOZANO PINEDO Y SILVIA ELISA FRISANCHO FASANANDO, teniendo como asesora a la Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía.

Instalada la Mesa Directiva conformada por Arq. Dr. Pablo Oswaldo Blaz Miranda (presidente del jurado), Arq. MBA. Juan Carlos Duharte Peredo (secretario), Ing. MSc. Carlos Segundo Huamán Torrejón (vocal), y acompañados por su asesor la Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía: el presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a continuación el secretario dio lectura a la Circular N° 060-2025-UNSM/FICA.

Seguidamente los autores expusieron el trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondidas por las sustentantes y eventualmente, con la venia del jurado, por el asesor.

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

Luego de aplicar los criterios de calificación con estricta observancia del principio de objetividad y de acuerdo con los puntajes en escala vigesimal (de 0 a 20), según el Anexo 4.2 del RG – CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del jurado fue Diecinueve (19); tal como se deja constar en la siguiente descripción:



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE  
INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA



*"Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana"*

De acuerdo con el Artículo 40° del RG – CTI, la nota obtenida es aprobado y correspondiente a la calificación de Excelente. Leído este resultado en presencia de todos los participantes del acto de sustentación.

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones N° 167 de la Escuela Profesional de Arquitectura

Firman los integrantes de la Mesa Directiva y los autores del trabajo de investigación en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las 11:30 horas del mismo día 03 de diciembre de 2025

  
Arq. MBA Juan C. Duarte Peredo  
Secretario del Jurado

  
Arq. Dr. Pablo Oswaldo Blaz Miranda  
Presidente del Jurado

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

  
Bach. Alexis Lozano Pineda  
Autor

  
Bach. Silvia Elisa Frisancho Fasanando  
Autor

  
Arq. Mg. Karina Rengifo Mesa  
Asesor

## Declaratoria de Autenticidad

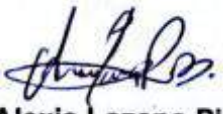
**Alexis Lozano Pinedo**, con DNI N° 70992774 y **Silvia Elisa Frisancho Fasanando**, con DNI N° 70578440, ambos bachilleres de la **Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura de la Universidad Nacional de San Martín**, autores de la tesis titulada: **Características arquitectónicas de un mercado de segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de productos; Morales, San Martín.**

Declaramos bajo juramento que:

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

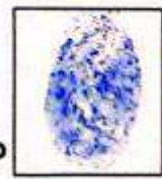
Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 03 de diciembre del 2025

  
**Alexis Lozano Pinedo**  
DNI N° 70992774



  
**Silvia Elisa Frisancho Fasanando**  
DNI N° 70578440



## Ficha de identificación

<p><b>Título:</b> Características arquitectónicas de un mercado de segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de productos; Morales, San Martín</p>	<p><b>Área de investigación:</b> Ingeniería y Tecnología <b>Línea de investigación:</b> Estrategias de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y Sistemas Constructivos Convencionales y No Convencionales para el Desarrollo Sostenible <b>Sublínea de investigación:</b> Tecnología de Materiales de Construcción <b>Grupo de investigación:</b> Construye (Resolución N° 400-2022-UNSM/FICA-CF-NLU) <b>Tipo de investigación:</b> Básica <input type="checkbox"/>, Aplicada <input checked="" type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p><b>Autores:</b> Alexis Lozano Pinedo Silvia Elisa Frisancho Fasanando</p>	<p>Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura Escuela Profesional de Arquitectura <a href="https://orcid.org/0000-0002-6003-8938">https://orcid.org/0000-0002-6003-8938</a> <a href="https://orcid.org/0000-0001-9991-4360">https://orcid.org/0000-0001-9991-4360</a></p>
<p><b>Asesor:</b> Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura Escuela Profesional de Arquitectura Unidad o Laboratorio Arquitectura <a href="https://orcid.org/0000-0001-9260-3009">https://orcid.org/0000-0001-9260-3009</a></p>

## Dedicatoria

44 Dedico la presente tesis a mis queridos padres Leonardo Lozano y Marnith Pinedo, su amor incondicional y apoyo constante han sido la luz en mi camino. Gracias por enseñarme la importancia de la perseverancia y el valor del conocimiento; Cada logro que celebro es un reflejo de su sacrificio y dedicación. Esta tesis es tanto suya como mía.

A mi hermanita Julisa por su apoyo y compañía en todos los días de desvelo y por siempre creer en mí.

A mi copito, por llegar a completar mi felicidad, estar a mi lado y ser mi mayor animador en esta etapa de la tesis; Con todo mi amor.

**Alexis**

47 Este trabajo es el fruto de años de esfuerzo y dedicación y deseo compartirlo con quienes me han impulsado a lo largo del camino; por eso se lo dedico; a mi madre Lidia Fasanando que siempre estuvo conmigo a pesar de todas las adversidades, a mi padre Pedro Frisancho por su amor incondicional y apoyo constante.

A mi hermano; Nylam Renato Frisancho por su compañía y aliento en los momentos difíciles.

A mi hija; Emma Camile Melendez Frisancho mi mayor inspiración y motivación para seguir adelante.

A mi pareja; Manuel Melendez por su paciencia, comprensión y amor inquebrantable. Este logro es de todos nosotros.

**Silvia**

## Agradecimientos

A mi asesora Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía, gracias por su paciencia y por brindarme su experiencia en cada etapa de este proyecto. Su capacidad para motivarme ha sido invaluable. A mi compañera de tesis Silvia Frisancho trabajar contigo ha sido una experiencia enriquecedora y gratificante.

A mis Docentes Arquitectos e Ingenieros, agradezco cada lección impartida, cada discusión estimulante y cada consejo que me han ofrecido a lo largo de mi formación. Ustedes han fomentado no solo mi curiosidad intelectual, sino también mi deseo de aprender y crecer.

1 Este logro es el resultado de su dedicación y compromiso. Estoy eternamente agradecido por haber tenido la oportunidad de aprender de ustedes.

**Alexis**

38  
43 Expreso mi más sincero agradecimiento por su invaluable guía durante el desarrollo de tesis a mi asesora Arq. Mg. Karina Rengifo Mesía, su conocimiento y experiencia han sido fundamentales para la culminación de este proyecto. Gracias a su orientación, he logrado alcanzar este importante objetivo académico.

Agradezco a mi compañera de tesis Alexis Lozano Pinedo por su ayuda y dedicación durante todo el proceso. Tu colaboración fue fundamental para la culminación de este proyecto. Gracias por tu comprensión y por siempre estar dispuesta a compartir tus conocimientos.

**Silvia**

1

## Índice general

Ficha de identificación .....	6
Dedicatoria .....	7
Agradecimientos.....	8
Índice general.....	9
Índice de tablas .....	11
Índice de figuras .....	13
RESUMEN .....	15
ABSTRACT .....	16
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....	17
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO .....	20
2.1. Antecedentes de la investigación .....	20
2.2. Fundamentos teóricos .....	22
2.2.1. Características arquitectónicas de mercado de segunda generación .....	22
2.2.2. Servicio de abastecimiento y expendio de productos .....	24
2.2.3. Casos Análogos .....	31
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS .....	36
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación.....	36
3.1.1. Contexto de la investigación.....	36
3.1.2. Periodo de ejecución.....	37
3.1.3. Autorizaciones y permisos .....	38
3.1.4. Control ambiental y protocolos de bioseguridad.....	38
3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales.....	38
3.2. Sistema de variables .....	38
3.2.1. Variables principales .....	38
3.2.2. Variables secundarias.....	38
3.3. Procedimientos de la investigación.....	39

1

3.3.1. Objetivo específico 1: Características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación .....	39
3.3.2. Objetivo específico 2: Mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación .....	40
3.3.3. Objetivo específico 3: características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación .....	40
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	42
4.1. Resultado específico 1: características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación.....	42
4.2. Resultado específico 2: características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación .....	49
4.3. Resultado específico 3: características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación .....	58
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES.....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
ANEXOS .....	70
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	70
Anexo 2: Operacionalización de Variable.....	71
Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos .....	72

## Índice de tablas

Tabla 1	Categorías de mercado .....	24
Tabla 2	Medidas del diseño de puestos de carnes .....	24
Tabla 3	Medidas del diseño de puestos de pescado.....	25
Tabla 4	Medidas del diseño de puestos de frutas, tubérculos y verduras .....	25
Tabla 5	Medidas del diseño de granos .....	25
Tabla 6	Medidas del diseño de puestos de comida .....	26
Tabla 7	Caso Análogo N°01: Edificio Multifuncional “Fondo” Santa Coloma de Gramanet – Barcelona – España .....	31
Tabla 8	Caso Análogo N° 02: Mercado, Polideportivo y Biblioteca Barceló- Madrith-España.....	33
Tabla 9	Nivel de acuerdo en utilización de materiales resistentes a diferentes cambios climáticos .....	42
Tabla 10	Nivel de acuerdo al generar varios niveles de pisos.....	43
Tabla 11	Nivel de acuerdo al generar una volumetría regular orientada a la funcionalidad .....	44
Tabla 12	Nivel de satisfacción a la incorporación en los puestos temporales materiales como drywall y fierro .....	44
Tabla 13	Nivel de acuerdo a la implementación de un nuevo sistema constructivo como el Joistec .....	45
Tabla 14	Nivel de acuerdo al exhibir productos de la zona semihúmeda en conservadoras y otros equipos.....	46
Tabla 15	Nivel de acuerdo al considerar de varios ingresos para mejorar accesibilidad .....	49
Tabla 16	Nivel de acuerdo al implementar el área de lavado para los puestos de pollo, carne y pescado.....	50
Tabla 17	Nivel de acuerdo al implementar estacionamiento destinado para el área de carga y descarga de productos .....	51
Tabla 18	Nivel de acuerdo al implementar un área de calidad por tipo de productos; para el almacenamiento .....	52
Tabla 19	Nivel de acuerdo al Implementar espacios complementarios como gimnasio y áreas de esparcimiento .....	53
Tabla 20	Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en los puestos de venta para una mejor exhibición de productos .....	54
Tabla 21	Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en las circulaciones	55

Tabla 22 Nivel de acuerdo al utilizar tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos.....	58
Tabla 23 Nivel de acuerdo al uso de vidrio en puertas y fachadas.....	59
Tabla 24 Nivel de consideración al uso de sensores y rociadores automáticos contra fuego.....	60
Tabla 25 Nivel de consideración en la implementación de tecnología LED.....	61
Tabla 26 Nivel de consideración al utilizar membrana de PVC en cobertura del mercado de abastos de segunda generación.....	61

## Índice de figuras

Figura 1	Exhibidores POP Banners. ....	28
Figura 2	Exhibidores para colgar o crossing. ....	28
Figura 3	Exhibidores góndolas. ....	29
Figura 4	Exhibidores mini pallets. ....	29
Figura 5	Exhibidores botaderos. ....	29
Figura 6	Exhibidores Cenefas. ....	30
Figura 7	Vitrinas exhibidoras. ....	30
Figura 8	Exhibidoras tipo nicho. ....	30
Figura 9	Ubicación geográfica. ....	37
Figura 10	Nivel de acuerdo en la utilización de materiales resistentes a diferentes cambios climáticos. ....	42
Figura 11	Nivel de acuerdo al generar varios niveles de pisos. ....	43
Figura 12	Nivel de acuerdo al generar una volumetría regular orientada a la funcionalidad. ....	44
Figura 13	Nivel de acuerdo a la incorporación en los puestos temporales materiales como drywall y fierro. ....	45
Figura 14	Nivel de acuerdo a la Implementación de un nuevo sistema constructivo como el Joistec. ....	46
Figura 15	Nivel de acuerdo al exhibir productos de la zona semihúmeda en conservadoras y otros equipos. ....	47
Figura 16	Nivel de valoración en la implementación de características arquitectónicas de infraestructura y equipamiento comercial. ....	47
Figura 17	Nivel de acuerdo al considerar de varios ingresos para mejorar accesibilidad. ....	50
Figura 18	Nivel de acuerdo al implementar el área de lavado para los puestos de pollo, carne y pescado. ....	51
Figura 19	Nivel de acuerdo al implementar estacionamiento destinado para el área de carga y descarga de productos. ....	52
Figura 20	Nivel de acuerdo al implementar un área de calidad por tipo de productos; para el almacenamiento. ....	53
Figura 21	Nivel de acuerdo al Implementar espacios complementarios como gimnasio y áreas de esparcimiento. ....	54
Figura 22	Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en los puestos de venta para una mejor exhibición de productos. ....	55

Figura 23 Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en las circulaciones. ....	56
Figura 24 Nivel de valoración de funcionalidad y articulación. ....	56
Figura 25 Nivel de acuerdo al utilizar tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos. ....	58
Figura 26 Nivel de acuerdo al uso de vidrio en puertas y fachadas. ....	59
Figura 27 Nivel de consideración al uso de sensores y rociadores automáticos contra fuego.....	60
Figura 28 Nivel de consideración en la implementación de tecnología LED. ....	61
Figura 29 Nivel de consideración al utilizar membrana de PVC en cobertura del mercado de abastos de segunda generación.....	62
Figura 30 Nivel de valoración de las características arquitectónicas del aspecto tecnológico.....	62

## RESUMEN

Características arquitectónicas de un mercado de segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de productos; Morales, San Martín

5 La propuesta de diseño de un mercado de segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de productos; Morales, San Martín, el trabajo de investigación tiene un conjunto de aportes urbanos hacia la urbe. Esta tesis se desarrolló en San Martín, es de tipo aplicada con nivel descriptivo correlacional de diseño no experimental. Se trabajó con una muestra de 380 personas, donde el problema principal es ¿De qué manera las características arquitectónicas de un Mercado de segunda generación mejorarán el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, San Martín?, se originó con la intención de mejorar el abastecimiento y expendio de productos mediante las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación. La propuesta del mercado de segunda generación tiene el fin de mejorar el abastecimiento y expendio de productos donde las características arquitectónicas de la infraestructura, equipamiento comercial, función y articulación; fueron determinadas con referencias bibliográficas, trabajo en campo, recolección de datos y entrevista desarrolladas en diferentes puntos de la región. El resultado de la investigación es que mediante las características arquitectónicas de la infraestructura, equipamiento, funcionalidad y articulación con aspectos tecnológicos de un Mercado de Segunda Generación se evidenció la mejora del abastecimiento y expendio de productos en Morales, San Martín. El terreno elegido es en Av. Oasis con intersección de Nueva Vía; la zona está destinada para otros usos según el diagnóstico y trabajo realizado en campo; se realizó una propuesta arquitectónica para cubrir las necesidades actuales, se prevé satisfacer la demanda de los usuarios en una proyección de 10 años. La propuesta tiene como propósito mejorar el abastecimiento y expendio de productos mediante infraestructura y equipamiento comercial con enfoque tecnológico y comunitario; que al integrar espacios de esparcimiento y espacios complementarios pueda mejorar el abastecimiento y socialización de manera activa, saludable; que cuente con ingresos directos hacia las diferentes zonas, además de generar áreas de carga y descarga, áreas de control de calidad con fácil identificación e implementar un plan de integración tecnológica que priorice el uso de equipos como; sensores, rociadores y el uso eficiente de iluminación LED para asegurar una estancia sostenible y segura.

**Palabras clave:** Abastos, Mercado, Generación, Expendio, Abastecimiento.

## ABSTRACT

Architectural characteristics of a second generation market to improve the supply and sale of products; Morales, San Martín

The design proposal of a second generation market to improve the supply and sale of products; Morales, San Martín, the research work has a set of urban contributions to the city. This thesis was developed in San Martín, it is of applied type with correlational descriptive level of non-experimental design. We worked with a sample of 380 people, where the main problem is how will the architectural characteristics of a second generation Market improve the supply and sale of products in the district of Morales, San Martín?, originated with the intention of improving the supply and sale of products through the architectural features of a second-generation market. The proposal of the second generation market has the purpose of improving the supply and sale of products where the architectural characteristics of the infrastructure, commercial equipment, function and articulation; were determined with bibliographic references, field work, data collection and interview developed in different points of the region. The result of the research is that through the architectural characteristics of the infrastructure, equipment, functionality and articulation with technological aspects of a Second Generation Market, the improvement of the supply and sale of products in Morales, San Martín was evidenced. The chosen land is in Av. Oasis with New Road intersection; the area is intended for other uses according to the diagnosis and work done in the field; an architectural proposal was made to cover the current needs, it is planned to satisfy the demand of the users in a projection of 10 years. The proposal aims to improve the supply and sale of products through infrastructure and commercial equipment with a technological and community approach; that by integrating recreational spaces and complementary spaces can improve the supply and socialization in an active, healthy; that it has direct income to the different areas, in addition to generating loading and unloading areas, quality control areas with easy identification and implementing a technological integration plan that prioritizes the use of equipment such as sensors, sprinklers and the efficient use of LED lighting to ensure a sustainable and safe stay.

**Keywords:** Supplies, Market, Generation, Distribution, Supply.



## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Es triste ver cómo el mercado ha perdido su reputación de ser un lugar de calidad y cuidado. En respuesta a estas deficiencias, los supermercados surgieron como sinónimo de "mercados modernos". Sin embargo, estas instituciones no fortalecen las relaciones entre los vecinos de un distrito. Es genial ver cómo los mercados tradicionales están adoptando nuevas tecnologías y formatos de consumo para adaptarse a los cambios, llamándose así Mercados de 2da Generación; pues estos ofrecen una mayor diversificación en la oferta, a pesar de que la comida fresca es prioritaria, se incluye también comida seca, así como servicios de ocio, restauración y comercio ocasional, siempre conservando su tradición, ofreciendo productos frescos, un lugar de intercambio cultural y productos variados a través de la atención personalizada.

Según el Plan de Modernización de los Mercados Municipales de Andalucía y el Plan estratégico de los Mercados Municipales, Madrid (2017 -2021). El mercado es el objeto público más antiguo de Andalucía, que ha sufrido cambios en la sociedad andaluza en las últimas décadas, con el inicio de la necesidad de nuevos servicios que hagan más agradable la compra y una fuerte competencia con nuevas formas de distribución comercial privada, principalmente porque en los años 70 respondieron a esta demanda adaptando su sistema de venta al nuevo ritmo de vida.

En el Perú el comercio es un eje principal de fuente de ingreso para muchas familias. Según PRODUCE en el Perú existen 330 000 puestos comerciales en uso, 2 000,000 de personas vinculadas a la actividad económica, de ellas 70% son empresarias mujeres. El cual da una cifra considerable que relaciona a nuestra población en el ámbito comercial como su principal actividad, la actividad económica es fundamental para impulsar un territorio, ya que no solo tiene un papel importante en la economía, sino que también promueve interacciones sociales, culturales y de servicios.

Por ello es tan importante que los ejes comerciales que en este caso son los Mercados tradicionales, tengan una muy buena infraestructura y ofrezcan sus productos con un servicio de expendio de calidad a sus consumidores. De acuerdo con los resultados del Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016, en el Perú existen 2 612 mercados de abastos a nivel nacional, la ubicación de los puntos de venta varía según el departamento, lo que está relacionado con el tamaño de sus economías y su contribución a la economía del país. De los cuales el 88% (2 304) son de tipo minorista; el 10% (265) es de tipo mixto, es decir, estos establecimientos se encargan de la

comercialización tanto al por mayor como al por menor de sus productos; y el 2% de tipo mayorista .En este contexto, los mercados de abastos en nuestro país tienen obstáculos que restringen su capacidad para competir, causan problemas en la distribución y venta de productos y lamentablemente la ineficiencia de estos establecimientos está afectando la cadena de valor gastronómica.

En la ciudad de Tarapoto existen dos mercados tradicionales de mayor concurrencia y en los distritos no existe ninguno de estos, por ello tomaremos como referencia al de mayor afluencia. Por medio del análisis de observación también se pudo evidenciar que con respecto al abastecimiento el comerciante adquiere los productos de los camiones que llegan diariamente a distribuirla, esta distribución generalmente se realiza en las madrugadas, ya que si se realiza en el día genera problemas de congestionamiento vehicular al no contar con una zona de carga y descarga , los consumidores demandan una amplia variedad de productos y no hay tiendas que ofrezcan suficiente espacio para almacenarlos; los comerciantes adquieren sus productos por sacos, muchas veces estos no alcanzan en los puestos de venta, ya que son de dimensiones pequeñas y no reglamentarias, (oscilan entre 2m x 2m ; 3m x 3m). Con respecto al expendio de productos: Los productos se muestran en recipientes de madera, plásticos, costales, etc. Estos productos se expenden tal cual llegan del campo (sin recibir ningún tipo de limpieza especial). El cliente selecciona los productos que desea comprar y se observa que el espacio de atención es sumamente reducido. El comprador toma la bolsa y procede a cancelar, mientras espera el vuelto, se genera la congestión en la circulación. Generalmente para el expendio se usa el frente del puesto o encima del mostrador improvisado, mostrando una estructura física en deterioro. El horario de estos mercados es muy corto, ya que por las noches están cerrados, lo cual no permite que aquellos consumidores que trabajan durante el día puedan acceder a los productos y optan por los supermercados (privados) que es a su vez son la competencia de los mercados tradicionales.

Por otro lado, en el distrito de Morales no existe un equipamiento comercial específico, solo se puede observar las pequeñas bodegas o de igual forma solo minimarket y supermercado que son privados y no cumplen con las características de un mercado tradicional, por ello se considera que las características arquitectónicas de un mercado de 2da generación será una alternativa para mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales.

En ese sentido, se ha planteado la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera las características arquitectónicas de un Mercado de segunda generación mejorarán el

servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, San Martin? y como hipótesis que las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación mejorarán el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, San Martin. Asimismo, como objetivo general mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martin mediante las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación; y como objetivos específicos, mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martin mediante características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de segunda generación, mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martin mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de segunda generación y mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martin mediante características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de segunda generación

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

31 En el ámbito internacional, Gacha-Bello (2022), con la tesis titulada “La arquitectura pública colectiva como base del desarrollo de una ciudad autosuficiente. Plaza de mercado y centro de emprendimiento agropecuario en Villa de Leyva”. investigación descriptiva; El propósito es la revalorización del lugar proporcionando nuevos espacios multifacéticos que generen beneficios sociales, culturales, económicos y ambientales, según el 56% de los participantes en la encuesta. Se deduce que una adecuada gestión del espacio público puede proporcionar experiencias satisfactorias a sus residentes, proporcionando equipamiento esencial para la población residente del lugar.

Sacoto y Guzmán, (2018), con la tesis titulada “Red de recuperación de espacios Públicos deteriorados en cuenca”, investigación descriptiva, el objetivo es restaurar los espacios públicos mediante la creación de un nodo articulador que fomente la interacción social en la zona. La metodología empleada se basa en la recolección e investigación de textos, cartografías y datos FODA, con resultados altamente satisfactorios para la recuperación de espacios públicos de mercados. Se deduce que: Es crucial restaurar los espacios públicos, particularmente en el caso de la Plaza de Miraflores, mediante la implementación de dispositivos de equipamiento.

3 Ulpo (2018), con la tesis titulada “Estudio de organización espacial y funcional del Mercado Central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato de acuerdo a las actividades comerciales de los habitantes de la zona.” investigación exploratoria - descriptiva, el objetivo que en el mercado Nuestra Señora de la Merced, la organización de los puestos se ha optimizado mediante el uso de entrevistas, fichas de análisis y encuestas. Para concluir, la estructura espacial y funcional del mercado optimiza el funcionamiento del mercado Central de la Parroquia Santa Rosa del Cantón Ambato.

17 En el ámbito nacional, Pereda (2020); con la tesis titulada “Mercado Magdalena, una mirada al futuro” para obtener el título profesional de arquitecto, metodológica analógica; investigación analítica - descriptiva; el objetivo es incrementar es la rentabilidad en la utilización de suelos del mercado. Los hallazgos indican que la población respalda la implementación de un nuevo equipamiento. Se deduce que: El objetivo del proyecto es la rentabilidad del mercado de abastos de Magdalena a través de la construcción de un edificio de usos múltiples que amalgama diversos espacios de trabajo, vivienda,

6 abastecimiento y recreación. De este modo, se busca renovar la zona del mercado y satisfacer las necesidades de la población en un "edificio ciudad".

3 Castro y Bendezu (2019); "Mercado de abastos en el distrito de Magdalena del Mar", el objetivo de la investigación fue desarrollar un proyecto arquitectónico de un mercado convencional, empleando metodología, efectuando revisión bibliográficas y gráficas (planos, mapas y diagramas); y concluyendo que: Es fundamental preservar la identidad del mercado local y su tradición, priorizando las necesidades de la población, constituyendo la representación emblemática del comercio distintivo de la región.

Miranda (2018); "Mercado de abastos, para mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad, ubicado en la ciudad de Chiclayo"; investigación de carácter descriptivo, se concluye que las áreas comerciales destinadas a la actividad cotidiana del mercado con una diversidad de productos optimizan el servicio de abastecimiento.

6 En el ámbito local, Daza (2022); "Influencia de los mercados de abastos en la dinámica urbana de la ciudad de Tarapoto, 2021", objetivo analizar la influencia de los mercados de abastos en la dinámica urbana del distrito de Tarapoto, investigación no experimental y correlacional, método cuestionario, se concluye que analizar las condiciones actuales de los mercados de abastos en el distrito de Tarapoto en el año 2021 y su relación con la dinámica urbana es un enfoque muy completo para comprender la interacción entre estos espacios comerciales y el entorno urbano.

3 Cachique y Rojas (2021); "Análisis del comercio informal para la propuesta de un Mercado Minorista en la ciudad de Bellavista, Región San Martín", se trabajó en la población de la ciudad de Bellavista; investigación de carácter descriptivo; con investigación inductivo; Este antecedente contribuye en la investigación en las características; en analizar el comercio informal y establecer criterios de diseño arquitectónico para un mercado minorista en la ciudad de Bellavista, Región San Martín.

1 Arteaga (2016); en su tesis titulada: "Propuesta de un mercado minorista para consolidar un sistema y equipamiento comercial en el distrito de Morales – Sector la Planicie". Su objetivo general consistió en elaborar una propuesta para el diseño de un mercado minorista que contribuya a vincular el sistema y el equipamiento comercial en el distrito de Morales, Sector la Planicie. Concluye que, en el distrito de Morales, no existe una oferta de mercado que cubra todas las necesidades fundamentales de la canasta familiar, dado que existe un 64% de la población encuestada que evidencia desorden urbano comercial alrededor de los principales centros comerciales del distrito; El análisis del sector estudiado señala que la propuesta del mercado minorista podría ser el elemento más esencial para fortalecer el sistema comercial del sector y de la región.

## 2.2. Fundamentos teóricos

### 2.2.1. Características arquitectónicas de mercado de segunda generación

Según el plan de Modernización de los mercados municipales de Andalucía, Madrid (2017 - 2021), El mercado de segunda generación es un establecimiento de distribución comercial de propiedad municipal, que cuenta con servicios comunes básicos y está especializado principalmente en la venta de alimentos perecederos. Está organizado en secciones diferenciadas, pero también ofrece otras posibilidades de comercialización de productos y servicios. Debe agrupar a un número determinado de empresarios independientes, regidos bajo una gestión conjunta en los ámbitos de promoción, imagen, comunicación, adecuación del punto de venta y del entorno comercial, con el objetivo de ser un espacio comercial competitivo frente a terceros.

#### 2.2.1.1. Ventajas competitivas de mercado de segunda generación

Rivarola (2021); Indica que ventajas competitivas de Mercado de Segunda Generación son: La calidad, frescura y variedad, además de su cercanía con los habitantes, el trato personalizado, la presentación directa y la exposición de sus productos.

#### 2.2.1.2. Características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de segunda generación

- La renovación física de las instalaciones atendiendo a las características urbanísticas y arquitectónicas del mercado y su entorno. La zona de expendio, deberán estar dotados de mostradores diseñados y con material no inflamable.
- Proyectos que supongan una transformación sustancial de su infraestructura (circulaciones de puestos con materialidad amaderado, parantes de acero, mesas y accesorios de lavados de acero inoxidable, espacios amplios con columnas de concreto armado y vigas con luces de grandes dimensiones).

#### 2.2.1.3. Características arquitectónicas de funcionalidad y articulación de un mercado de segunda generación

- Insertarlo en el comercio del entorno, revitalizando urbanísticamente los centros de las ciudades, teniendo espacios libres, donde se ubiquen los comerciantes de primera mano. Orden, luminosidad, limpieza, higiene, seguridad para comerciantes y compradores, temperatura agradable, amplitud, correcta distribución espacial, música ambiental, eliminación de olores, arquitectura funcional, buena presencia del producto, publicidad y promoción de productos, etc.
- Incorporación de galerías comerciales, disponibilidad de estacionamientos, ampliación de la oferta comercial, espacios de cajeros automáticos, estacionamiento para usuarios, áreas para cargas y descargas.

#### 2.2.1.4. Características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un Mercado de Segunda Generación

- Nueva estrategia empresarial: Ampliación de horarios, incorporación de nuevos servicios al consumidor, aplicación de imagen comercial, equipamientos como paneles digitales, letreros luminosos LED, exhibidores LED.
- Se utilizan canales como redes sociales, marketing digital y publicidad online, además de los medios tradicionales, para llegar a un público más amplio y diverso, para ello amplían un área que se dedique específicamente a este servicio (área instagrameable)
- Los mercados de segunda generación a comparación de los mercados tradicionales cuentan con escaleras eléctricas y ascensor.

Rivarola (2021) Consideraciones de funcionalidad de Mercado de Segunda Generación.

- Establecer una dimensión óptima para los puestos de venta de alimentos frescos, entre 6m<sup>2</sup> y 16m<sup>2</sup>, con prioridad en el espacio de exposición o expendio al público, es clave para que los vendedores puedan gestionar adecuadamente sus negocios. Contar con un espacio bien distribuido y suficiente para mostrar los productos de manera atractiva no solo beneficia al comerciante, sino también a los clientes al facilitarles la visualización y elección de los alimentos.
- Incorporar medios de señalización interior en los mercados, tanto en los pasillos como en los puestos de venta, es fundamental para facilitar el tránsito de personas y mejorar la experiencia de compra. Además, disponer de planos del mercado con la ubicación de los puestos y servicios ofrecidos ayuda a los visitantes a orientarse de manera más eficiente.
- Es muy importante considerar la gestión de residuos en los mercados, ya que se generan diariamente en grandes cantidades. Implementar un sistema de selección de residuos y asignar espacios específicos para esta función es clave para una adecuada gestión ambiental.
- La imagen exterior de un mercado no solo cumple una función estética, sino que también es una herramienta importante para la regeneración urbana y la integración del mercado en su entorno. Al ser un espacio que no solo tiene una función económica, sino también social y cultural.
- Ampliar la oferta del mercado con actividades y servicios complementarios es una excelente estrategia para hacerlo más atractivo y atraer a un público más diverso. Introducir elementos culturales, exposiciones, restaurantes, tiendas y otros servicios puede transformar el mercado en un verdadero centro de encuentro y experiencias para quienes lo visitan.

### 2.2.2. Servicio de abastecimiento y expendio de productos

PRODUCE (2021); "Norma técnica para el diseño de mercados de abastos": Conjunto de características intrínsecas a la infraestructura que la habilitan para satisfacer necesidades implícitas (funcionalidad, seguridad, habitabilidad, entre otras) o explícitas (dimensionamiento de los ambientes, entre otras) establecidas por el Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE).

**Tabla 1**

*Categorías de mercado*

Mercado Minorista	Categoría	Zonificación Compatible	Radio de Influencia (m)	Población Atendida
	1	Comercio Vecinal (CV)	De 0 a 400	Menor de 5,000 hab.
2	Comercio Vecinal (CV)	De 400 a 800	De 5,000 a 10,000 hab.	
3	Comercio Zonal (CZ)	De 800 a 1,200	De 10,000 a 50,000 hab.	
4	Comercio Zonal (CZ)	De 1,200 a 1,500	De 50,000 a 200,000 hab.	

Nota: Programa Nacional de Diversificación Productiva (PNDP), Pag.6. 2021.

Según Martínez (1999), el abastecimiento se refiere a obtener del exterior a la empresa los materiales, productos y/o servicios que necesita para su funcionamiento, en las ciudades y plazos establecidos, con los niveles de calidad necesarios y al menor precio que permita el mercado.

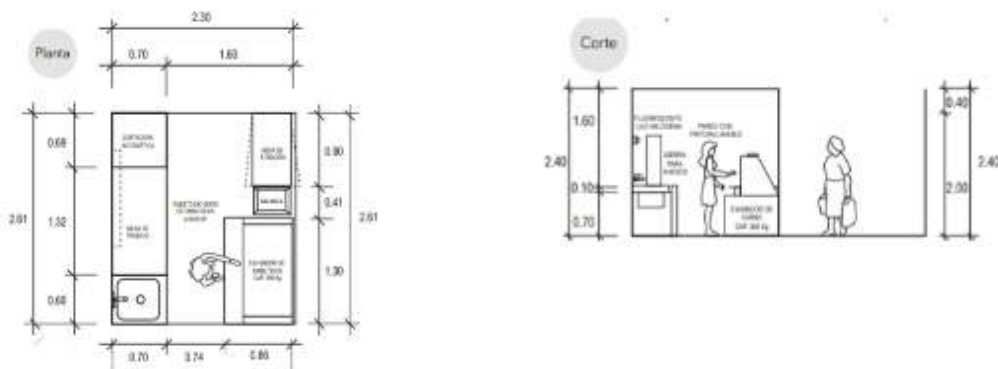
#### 2.2.2.1. Zonificación de expendio de productos

Zona de Ventas: Esta es la zona de mayor afluencia de personas, ya que es el lugar donde los usuarios se proveen de los productos de la canasta básica.

**Tabla 2**

*Medidas del diseño de puestos de carnes*

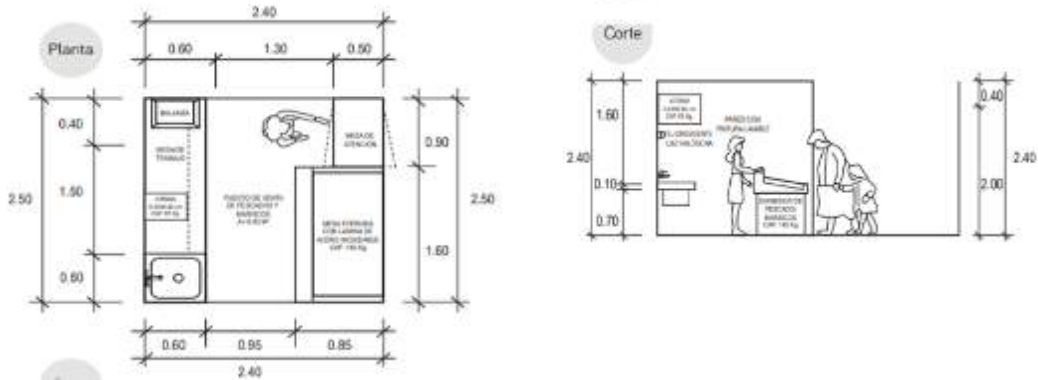
Fronte (m)	Fondo (m)	Área (m <sup>2</sup> )	Capacidad (t)	Productos
2,61	2,30	6m <sup>2</sup>	0.35	Carnes de vaca y cerdo, hígado, mondongo, entre otros



Nota: Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú.

**Tabla 3**  
*Medidas del diseño de puestos de pescado*

Frente (m)	Fondo (m)	Área (m <sup>2</sup> )	Capacidad (t)	Productos
2,50	2,40	6m <sup>2</sup>	0.21	Paiche, paco, shambira, entre otros. Pescados frescos y secos.

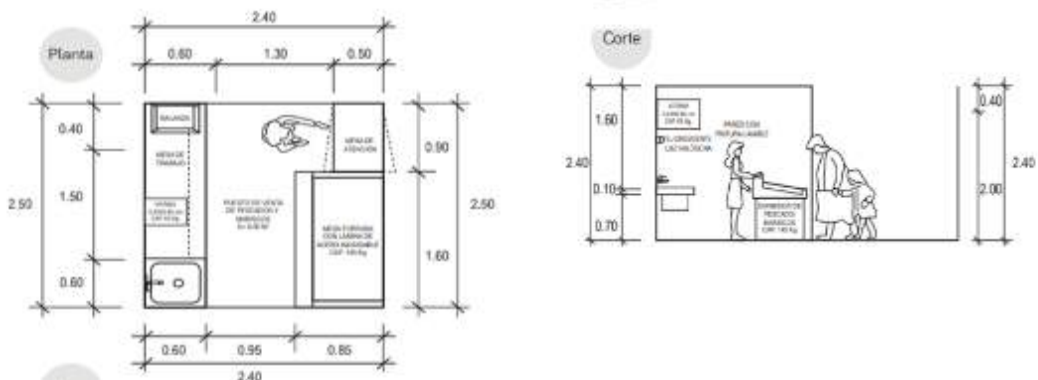


Nota: Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú.

Materialidad: Mesa, lavatorio y accesorios de exhibición (acero inoxidable o cerámico); piso (cerámico o cemento pulido), muro ladrillo, letreros LED.

**Tabla 4**  
*Medidas del diseño de puestos de frutas, tubérculos y verduras*

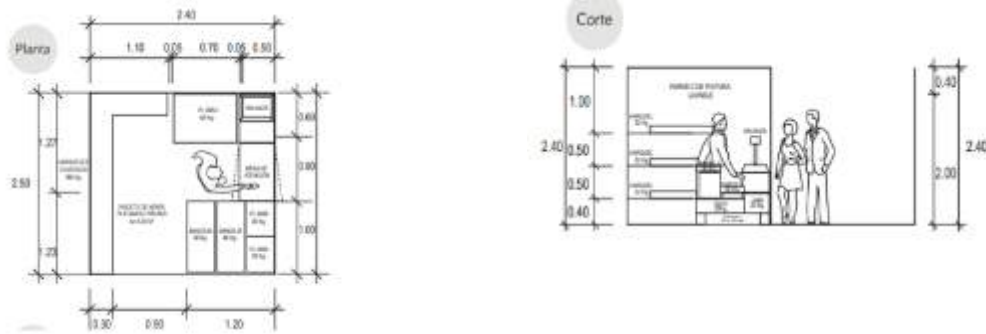
Frente (m)	Fondo (m)	Área (m <sup>2</sup> )	Capacidad (t)	Productos
2,50	2,40	6m <sup>2</sup>	0.21	Plátano verde y otras variedades, papaya, piña, camu camu entre otras frutas



Nota: Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú.

**Tabla 5**  
*Medidas del diseño de granos*

Frente (m)	Fondo (m)	Área (m <sup>2</sup> )	Capacidad (t)	Productos
2.50	2,40	8m <sup>2</sup>	1.20	Arroz, azúcar, granos, huevos, entre otros.



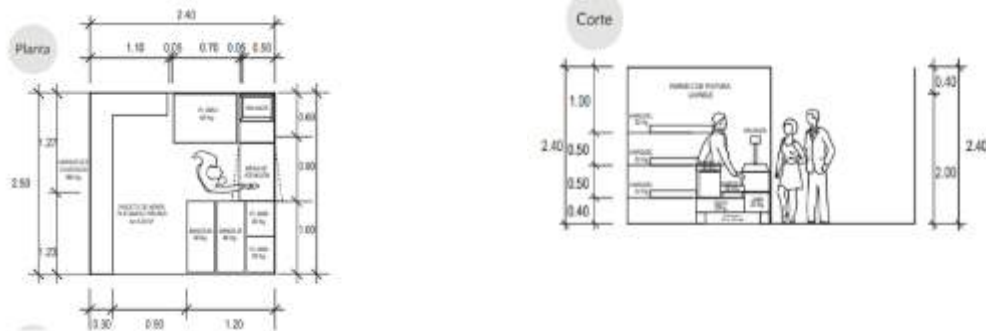
5

Nota: Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú.

Materialidad: Mesa (acero inoxidable o cerámico); piso (cerámico o cemento pulido), muro ladrillo, letreros LED, estante (melamina, madera, tubo galvanizado pintado).

**Tabla 6**  
*Medidas del diseño de puestos de comida*

Frente (m)	Fondo (m)	Área (m <sup>2</sup> )	Capacidad (t)	Productos
2.50	2,40	8m <sup>2</sup>	1.20	Arroz, azúcar, granos, huevos, entre otros.



5

Nota: Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú.

Materialidad: Mesa y lavatorio (acero inoxidable o cerámico); piso (cerámico o cemento pulido), muro ladrillo, letreros LED, estante (melamina, madera, tubo galvanizado pintado).

Área Semi húmeda: Contreras, C. (2009). “Es interesante saber que el área semi húmeda del mercado requiere agua solo para remojar los productos que se venden, como frutas, hortalizas y flores. En estos casos, no es necesario contar con instalaciones individuales de agua potable, ya que se puede sectorizar el suministro de agua y el drenaje para facilitar la limpieza de esta zona. Esta planificación permite optimizar el uso del recurso hídrico y garantizar que se cumplan las necesidades específicas de cada área del mercado sin desperdiciar agua”

11

Área Húmeda: Contreras, C. (2009). “Es un área que requiere de instalación hidráulica y de drenaje para su limpieza en forma individual. Los puestos de venta que se encuentran dentro de estas áreas son: carnicerías, marranerías, pollerías, ventas de

huevo, pescaderías, lácteos y embutidos, refresquerías, comedores y comida preparada”.

Área Seca: Contreras, C. (2009). Se define así porque los artículos que ahí se maneja no necesitan utilización de servicio de agua potable.

### 2.2.2.2. Espacios nuevos para mejorar el expendio y abastecimiento de productos

Para Rivarola (2021)

- Espacios polivalentes (uso de actividades simultáneas de ocio, cultura y gastronomía)
- Espacios de reunión e integración (plazas internas, pasajes) estos ayudaran a mejorar la circulación y no interrumpa la zona de expendio.
- Espacios como restaurantes.
- Espacios culturales (galerías de arte, exposiciones y charlas relacionadas al tema de la gastronomía).
- Espacios de información al cliente (módulos de atención).
- Espacios complementarios (gym, librerías gastronómicas, tiendas, guardería, tópico, etc.)
- Espacios para el personal (Servicios higiénicos y vestuarios).
- Área de control para de mercadería y espacio de carga y descarga (que se realice dentro del terreno, no en las calles).
- Espacios para la selección de residuos de alimentos.
- Estacionamiento para los clientes y vendedores.

#### a) Sistemas de exhibición

- Exhibidores Horizontales y Verticales
- Accesorios Adicionales
- Contenedores De Plástico o Madera
- Plataformas

#### b) Tipos de exhibidores

Para Peope (2022)

- Exhibidores POP Banners: Su versatilidad y resistencia a las condiciones meteorológicas como la lluvia y el viento los hacen muy prácticos para su uso en exteriores sin temor a daños o decoloración. Estas características los convierten en una opción popular para eventos al aire libre, mercados temporales, ferias y otras actividades donde se requiere una solución rápida y confiable.

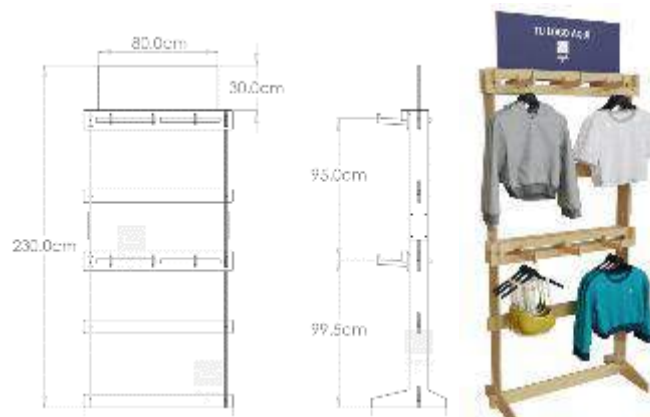


**Figura 1**

*Exhibidores POP Banners.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

- Exhibidores para colgar o crossing: Son una excelente opción para exponer varios productos de forma creativa y funcional. Al colgarse del techo o de las paredes, permiten aprovechar el espacio de manera eficiente y exponer los productos de manera atractiva. Estos aparatos suelen contar con estantes o ganchos donde se pueden colocar los productos para su exhibición.



**Figura 2**

*Exhibidores para colgar o crossing.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

- Exhibidores góndolas: Estos exhibidores son ideales para mantenerse en pie de forma permanente, lo que los hace perfectos para resaltar productos específicos, promociones o artículos destacados en el punto de venta. Su estructura sólida y su capacidad para exhibir una variedad de productos los convierten en una opción popular en el sector minorista para mejorar la presentación y la organización de la mercancía.



**Figura 3**

*Exhibidores góndolas.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

- Exhibidores mini pallets: Estos tipos de exhibidores se pueden instalar en eventos como ferias y exposiciones.

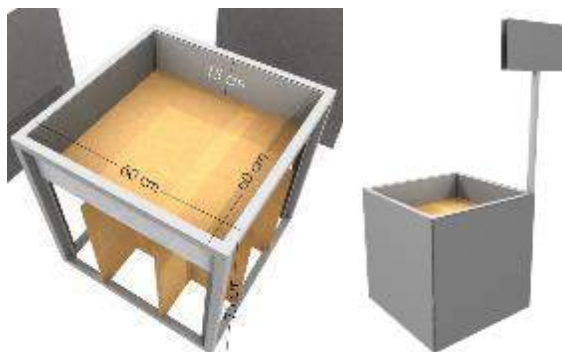


**Figura 4**

*Exhibidores mini pallets.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

- Exhibidores botaderos: Los tipos de exhibidores botaderos de productos a granel son una excelente manera de mostrar su producto de forma que los clientes puedan ver el producto e interactuar con él. De este modo, pueden hacerse una idea de cómo es y de lo bien que funciona.



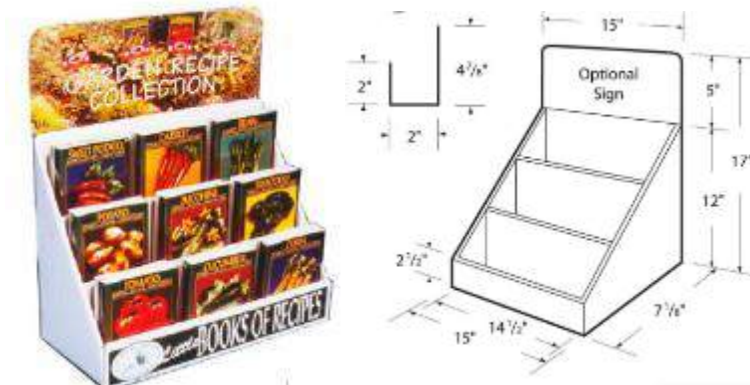
**Figura 5**

*Exhibidores botaderos.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

8

- Exhibidores de tipo Cenefas: Este tipo de expositor es perfecto para mostrar productos como joyas, ropa u otros artículos pequeños.



**Figura 6**

*Exhibidores Cenefas.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

- Vitrinas exhibidoras: Ideal para todo tipo de carnes.

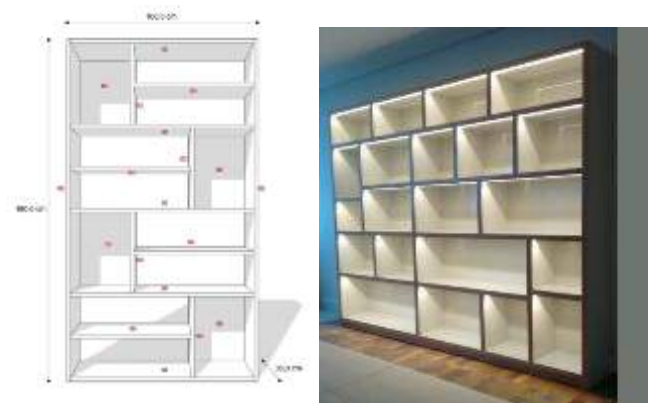


**Figura 7**

*Vitrinas exhibidoras.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

- Exhibidoras tipo nicho: Se encuentra totalmente cerrado, los clientes únicamente podrán ver el producto, pero no tocarlo; Normalmente se encuentra dentro de una pared, aunque, a veces, se coloca dentro de un mostrador o aquel lo que eleva más su eficacia cuando se utilizan para destacar artículos especiales.



**Figura 8**


*Exhibidoras tipo nicho.*

Nota: <https://ar.pinterest.com/dinataliamartin/exhibidores>

### 2.2.3. Casos Análogos

Tabla 7

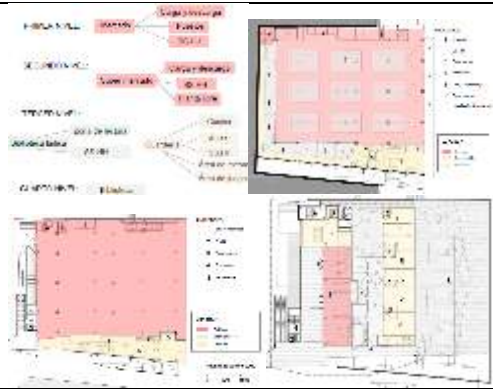
Caso Análogo N°01: Edificio Multifuncional “Fondo” Santa Coloma de Gramanet – Barcelona – España

Indicador	Caso 01: Edificio Multifuncional “Fondo” Santa Coloma de Gramanet / Pich-Aguilera Architects	Imagen referencial
<p>Accesos</p>	<p>El edificio fondo tiene varios ingresos; por Av. Paseo de la república, Av. Wilson, Av. España, Av. Wilson, Av. Roosevelt.</p> <p>En cuanto a su accesibilidad es de fácil acceso que aprovechan los distintos desniveles de las vías.</p> <p>Las características de accesibilidad favorecen a la volumetría para el desarrollo de las diferentes funciones que se desarrolla en el proyecto.</p> <p>En el equipamiento se desarrolla diferentes funciones como intercambio comercial, biblioteca, aulas, guardería y zona de juego.</p>	
<p>Circulación</p>	<p>El equipamiento tiene un gran flujo horizontal con conexión y recorrido en todos los espacios del mercado.</p> <p>Las circulaciones verticales en el edificio multifuncional es de gran flujo lo cual es reflejado con el interior y el exterior.</p> <p>Existentes circulaciones diferenciadas para compradores y consumidores (mercado de abastos), para estudiantes (biblioteca lúdica) y niños (recreación, guardería, aulas).</p> <p>En el primer nivel del equipamiento tiene una planta libre que permite el recorrido por todas las áreas donde se exhiben los productos.</p> <p>La guardería y biblioteca tiene ingresos mediante rampas y escaleras que están diseñadas para brindar comodidad a los usuarios.</p>	

20

**Zonificación**

Edificio multifuncional que alberga diferentes ambientes para el uso público, como mercado en el primer nivel acompañado de sus galerías, supermercado en el segundo nivel, biblioteca y guardería en el tercer nivel. .



**Materialidad**

Los materiales de construcción son referentes a los sistemas constructivos y deben ser ensamblados e integrados en la realización física de la obra.

El edificio multifuncional Fondo utilizó el concreto cubierto, con pintura mate, planchas de fibrocemento, Malla metálica.

Su estructura es de acero y vidrio templado.

Para los acabados utilizó planchas de fibrocemento.



**Forma**

El edificio Fondo, es una dotación polifuncional que pretende dar respuesta a las necesidades y requerimiento de la ciudad.

Está compuesto por un único volumen, que tiene 2 formas diferenciadas que se integran en diferentes desniveles que son generadas por las vías y aprovechada para generar diversos ingresos y funciones.

Su forma es ortogonal con planta libre en los diferentes niveles. Con cerramientos desarrollados con función propiamente del edificio integrando con vías de acceso.




**Tipo de organización**

Tiene el tipo de organización que tiene el edificio multifuncional Fondo es agrupada.

Los criterios arquitectónicos que utilizó el proyectista son;

Simetría; siendo un volumen cuadrado es asimétrico por la composición de rampas, terrazas y retiros.



20

Eje; Mantiene ejes de sus calles colindantes; siendo estas con desniveles mantienen los mismos ejes generando un recorrido alrededor del proyecto.

Jerarquía; El proyecto es denso y se divide en dos volúmenes; uno sobre otro que es la parte comercial, guardería, biblioteca; ambas imponentes, pero con mayor jerarquía el volumen donde se desarrolla la biblioteca; con una forma irregular desarrollado con malla metálica haciendo que sea más llamativa a la vista del observador.



**Tabla 8**

*Caso Análogo N° 02: Mercado, Polideportivo y Biblioteca Barceló- Madrid- España.*

<b>Caso 02:</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Mercado, Polideportivo Y Biblioteca Barceló / Nieto Sobejano Arquitectos</b>	<b>Imagen referencial</b>
Accesos	<p>Es de fácil acceso; su ubicación es en una zona céntrica, de bastante actividad y dinámica urbana.</p> <p>El equipamiento tiene un ingreso principal dicho ingreso reparte a los demás espacios por medio de escaleras, rampas y ascensores; las galerías que dan hacia la vía tienen su propio ingreso.</p>	
Circulación	<p>La circulación es directa y con mayor flujo del mercado hacia la biblioteca; también su flujo es relevante entre las galerías y el mercado; y flujo medio entre el polideportivo y biblioteca.</p> <p>En la circulación horizontal se muestran las divisiones de las funciones bien marcadas.</p>	

Zonificación	<p>Edificio multifuncional que alberga diferentes ambientes para el uso público, como mercado, galería comercial, biblioteca y polideportivo.</p> <p>En el equipamiento realizan actividades los; deportistas, vendedores, compradores, estudiantes y visitantes.</p> <p>Se desarrolla en diversas funciones como biblioteca, mercado y polideportivo con espacios complementarios de comida.</p>	
Materialidad	<p>Los materiales utilizados en este proyecto son;</p> <p>Paneles de vidrio no translúcido, piso de cemento pulido, madera. El uso del acero es predominante en la estructura.</p> <p>Es una edificación densa que permite la conexión de las calles y teniendo relación directa con el entorno.</p>	
Forma	<p>Edificación densa que permite la conexión con las calles colindantes teniendo relación con el entorno.</p> <p>Se compone de tres volúmenes de diferentes usos, diferenciados por los usuarios según sus necesidades.</p> <p>Los edificios multifuncionales son beneficios por que ayudan a minimizar área; su crecimiento es vertical.</p>	
Tipo de organización	<p>Tipo de organización: Agrupada</p> <p>La volumetría es asimétrica; ya que está compuesta de por 3 volúmenes diferentes que buscan conectar con la calle mediante espacios abiertos y</p>	

---

cerrados. El proyectista utilizó los criterios compositivos:

Eje: el proyecto mantiene los ejes de las vías colindantes.

Jerarquía: Está compuesto por 3 volúmenes con diferentes funciones y cada uno de ellos busca sobresalir y ser vistos; mantienen el respeto a las alturas de los edificios colindantes.

---



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

##### 3.1.1. Contexto de la investigación

La investigación se llevó a cabo en el distrito de Morales, uno de los 14 distritos constituyentes de la provincia de San Martín, situado en el departamento de San Martín en la región nororiental del Perú. El distrito fue establecido a través de la Ley N° 7628, promulgada el 31 de octubre de 1932, bajo la administración del presidente Luis Miguel Sánchez Cerro. La superficie del distrito asciende a 5 300 hectáreas - 53,00 km<sup>2</sup>. Clima: Es caluroso, húmedo y lluvioso a lo largo de todo el año. El promedio anual de temperatura en Morales es de 30°, mientras que la precipitación promedio anual es de 979 mm. El contenedor está ausente durante 107 días anuales, con una humedad promedio del 77% y un Índice UV de 6 días.

En el contexto histórico, Morales tiene sus orígenes hace más de tres siglos y medio, con la presencia de sus primeros habitantes, los CUMBAZAS. Esta población nativa, bajo la supervisión del ciudadano español Lorenzo Morales Izúñiga, inició su residencia en este territorio, lo que condujo a la formación del caserío en las riberas del río Cumbaza en 1651.

En sus etapas iniciales, la ubicación presentaba numerosas dificultades para los habitantes, especialmente para los colonizadores e individuos de otras regiones. Estos inconvenientes incluían la severidad del terreno, las inundaciones del río Cumbaza debido al aumento de su caudal y la presencia de fauna salvaje. Pese a las circunstancias adversas, la población de Morales experimentó un crecimiento gradual bajo la supervisión de don Lorenzo y su familia.

De manera oficial Morales fue fundada el 10 de octubre de 1656, bajo la dirección de don Lorenzo Morales Izúñiga, quien arribó a estas tierras en compañía del general Martín de la Riva y Herrera. Debido a su población reducida, conformada por un número limitado de familias, se le categoriza como un caserío.

En 1874, en reconocimiento al aumento poblacional y a la expansión territorial, se le concedió la categoría de aldea. La categoría de aldea fue conferida el 31 de octubre de 1932 mediante la Ley Nro. La resolución 7828, promulgada por el Congreso

Constituyente, elevó a la categoría de Distrito por el presidente de la República, el General Luis M. Sánchez Cerro, un título que se ha preservado hasta la fecha.

Actualmente, Morales tiene como objetivo transformarse en una ciudad lectora, pacífica, próspera, ecológica y saludable de la provincia y región San Martín, que reciba con afecto y respeto a sus habitantes y a cualquier individuo que le visite. Es crucial subrayar que la localidad es reconocida como el balneario turístico de la provincia de San Martín, atribuible a sus recursos hídricos, incluyendo el río Cumbaza, la laguna Andiviela y sus centros campestres.



**Figura 9**

*Ubicación geográfica.*

Nota: Mapa del Perú, Provincia y Distrito

En ubicación política:

- Departamento : San Martín
- Provincia : San Martín
- Distrito : Morales

Ubicación geográfica: Coordenadas UTM:

- Latitud Sur : 6°36'15"
- Longitud Oeste : 76°10'30"
- Altitud : 283 m s. n. m.

### 3.1.2. Periodo de ejecución

Inicio: Tarapoto, diciembre del 2024

Termino: Tarapoto, julio del 2025.

### 3.1.3. Autorizaciones y permisos

No fue necesario solicitar autorizaciones y permisos para la presente investigación.

### 3.1.4. Control ambiental y protocolos de bioseguridad

A lo largo del procedimiento de recolección de datos, no se produjo ningún impacto en el entorno ambiental, por lo que no se implementó ningún protocolo de bioseguridad. El lugar donde se llevó a cabo la investigación se encontraba en condiciones adecuadas para acceder y transitar.

### 3.1.5. Aplicación de principios éticos internacionales

Las investigadoras respetaron los principios éticos consistentes en el Reglamento General de Ciencia, Tecnología e Innovación (RG-TCI) de la Universidad Nacional de San Martín, he respetado fielmente los principios éticos de investigación conforme al artículo 96° del mencionado reglamento.

## 3.2. Sistema de variables

### 3.2.1. Variables principales

V1: Características arquitectónicas de un Mercado de Segunda Generación.

“El mercado de segunda generación es un establecimiento de distribución comercial de propiedad municipal, que cuenta con servicios comunes básicos y está especializado principalmente en la venta de alimentos perecederos. Está organizado en secciones diferenciadas, pero también ofrece otras posibilidades de comercialización de productos y servicios” Rivarola, A (2021).

V2: Servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín.

Definido como; “Establecimiento donde comerciantes distribuidos en puestos comercializan a consumidores finales y en pequeñas cantidades productos agropecuarios, productos hidrobiológicos, productos de alimentación y no alimentarios tradicionales, así como servicios menores complementarios, que no comprometen la sanidad e inocuidad del establecimiento” PRODUCE (2021).

### 3.2.2. Variables secundarias

No aplica.

### 3.3. Procedimientos de la investigación

#### 3.3.1. Objetivo específico 1: Características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación

5 Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación.

1 El presente objetivo específico busca mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, provincia de San Martín, mediante la incorporación de características arquitectónicas relacionadas con la infraestructura y el equipamiento comercial de un mercado de segunda generación. Para ello, se desarrollaron diversas actividades y tareas operativas orientadas a obtener información teórica y empírica que permita sustentar una propuesta adecuada a las necesidades del contexto.

39 En primer lugar, se llevó a cabo una revisión bibliográfica de diversas fuentes relacionadas con los mercados de segunda generación, lo que permitió identificar parámetros, criterios de diseño y lineamientos aplicables a este tipo de infraestructura comercial. Asimismo, se realizó la revisión del Reglamento Nacional e internacional de edificaciones, con el fin de considerar las normativas vigentes que regulan el diseño, funcionamiento y condiciones de seguridad en este tipo de espacios.

Posteriormente, se aplicaron encuestas en el mercado y sus alrededores, además de entrevistas dirigidas a los comerciantes, con la finalidad de conocer sus percepciones, necesidades y problemáticas relacionadas con el servicio de abastecimiento y expendio de productos. De manera complementaria, se elaboró una ficha de observación que fue aplicada en el área de estudio, permitiendo registrar las condiciones actuales de la infraestructura y el equipamiento comercial.

34 Finalmente, se procedió al análisis e interpretación de los resultados obtenidos a partir de las encuestas y la ficha de observación, lo que facilitó la identificación de deficiencias y oportunidades de mejora. Esta información resulta fundamental para plantear propuestas arquitectónicas que optimicen la infraestructura y el equipamiento comercial del mercado, contribuyendo así a un servicio más eficiente y adecuado a las demandas de la población.

### 3.3.2. Objetivo específico 2: Mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación

5 Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación

36 El presente trabajo tiene como propósito mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, provincia de San Martín, mediante la incorporación de características arquitectónicas basadas en la funcionalidad y la adecuada articulación de los espacios en un mercado de segunda generación. Para ello, se desarrollaron diversas actividades y tareas operativas orientadas a comprender tanto los aspectos teóricos como las condiciones reales del contexto de estudio.

En primer lugar, se realizó el análisis de casos exitosos de mercados de segunda generación, con el objetivo de identificar sus principales aportes en cuanto a organización espacial, eficiencia en la circulación y calidad del servicio brindado. Asimismo, se llevó a cabo la revisión de normativas vigentes relacionadas con este tipo de infraestructuras, lo que permitió establecer criterios técnicos y lineamientos adecuados para el diseño arquitectónico.

Posteriormente, se efectuó la visita al Mercado N.º 03, donde se aplicaron fichas de observación y de registro a los diferentes ambientes y espacios, con la finalidad de evaluar sus condiciones actuales de funcionamiento, distribución y uso. De manera complementaria, se realizó una entrevista al administrador del mercado, lo que permitió conocer los distintos giros comerciales que se desarrollan en el establecimiento, así como las dinámicas operativas que influyen en el servicio de abastecimiento y expendio de productos.

Estas acciones permitieron recopilar información relevante para sustentar una propuesta arquitectónica que responda a las necesidades identificadas, contribuyendo así a mejorar la eficiencia, funcionalidad y calidad del servicio en el contexto estudiado.

### 3.3.3. Objetivo específico 3: características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación

1 Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación.

42 El presente objetivo específico tiene como finalidad mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, provincia de San

Martín, mediante la incorporación de características arquitectónicas vinculadas a los aspectos tecnológicos de un mercado de segunda generación. Para ello, se desarrollaron diversas actividades orientadas a identificar y analizar herramientas tecnológicas aplicables a este tipo de infraestructura comercial.

En primer lugar, se realizó una revisión bibliográfica de tecnologías existentes para la implementación de mercados de segunda generación, lo que permitió conocer innovaciones relacionadas con sistemas de conservación de alimentos, gestión de residuos, eficiencia energética, control sanitario y digitalización de servicios. Asimismo, se llevó a cabo la recopilación de información sobre tecnologías aplicadas en mercados de segunda generación, tomando como referencia experiencias exitosas tanto a nivel nacional como internacional.

Como parte del proceso, se elaboró y aplicó una ficha de revisión bibliográfica, la cual permitió sistematizar la información obtenida de los distintos referentes analizados, identificando las principales soluciones tecnológicas que contribuyen a mejorar la funcionalidad, sostenibilidad y eficiencia de los mercados.

Finalmente, la información recopilada y analizada constituye una base fundamental para la formulación de propuestas arquitectónicas que integren adecuadamente los aspectos tecnológicos, permitiendo optimizar el servicio de abastecimiento y expendio de productos, así como mejorar las condiciones de salubridad, organización y competitividad del mercado en el contexto estudiado.

29

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Resultado específico 1: características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación

5

Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación.

Análisis ítem 1. ¿Estaría usted de acuerdo que en el mercado de segunda generación se utilice materiales resistentes a los diferentes cambios climáticos de la zona? (pinturas lavables, acabados, techos aplanados y estructuras de acero y concreto armado resistentes)

**Tabla 9**

*Nivel de acuerdo en utilización de materiales resistentes a diferentes cambios climáticos*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	198	52.0%
De acuerdo	103	27.3%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	79	20.70%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	380	100%

Nota: Instrumento de recolección de datos.

2



**Figura 10**

*Nivel de acuerdo en la utilización de materiales resistentes a diferentes cambios climáticos.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 52.0% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación utilice materiales resistentes a los diferentes cambios climáticos de la zona; el 27.3% está de acuerdo; el 20.70% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la utilización de materiales resistentes a los diferentes cambios climáticos; estos resultados sugieren la incorporación de dichos materiales al proyecto lo cual sería

12

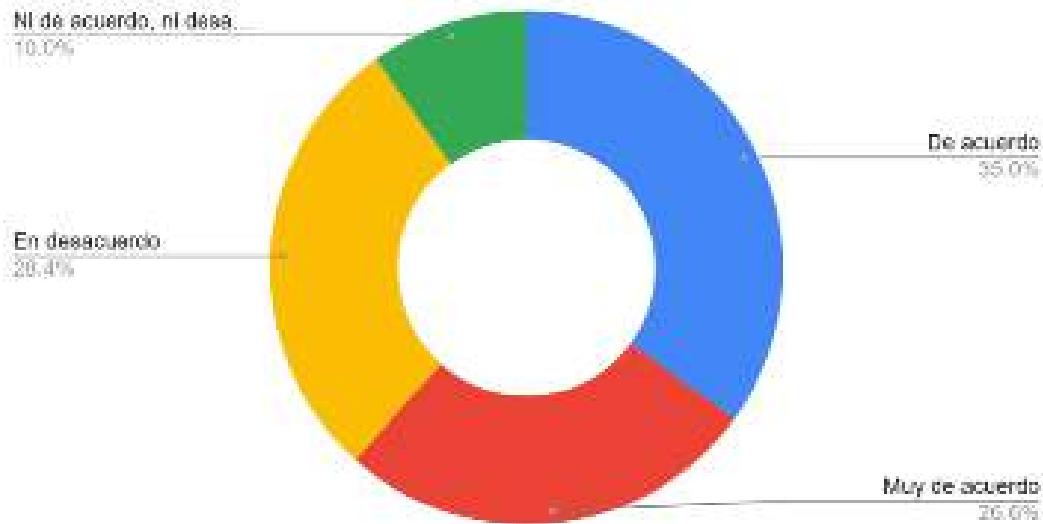
aceptada en la población y necesaria para el equipamiento desarrollado en zonas con cambios climáticos.

Análisis ítem 2. ¿Estarías de acuerdo que el mercado de segunda generación cuente con varios niveles de pisos que ayude a una tener una circulación fluida?

**Tabla 10**  
*Nivel de acuerdo al generar varios niveles de pisos*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	101	26.60%
De acuerdo	133	35.00%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	10.00%
En desacuerdo	108	28.40%
Muy en desacuerdo	0	0%
	380	100%

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 11**  
*Nivel de acuerdo al generar varios niveles de pisos.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

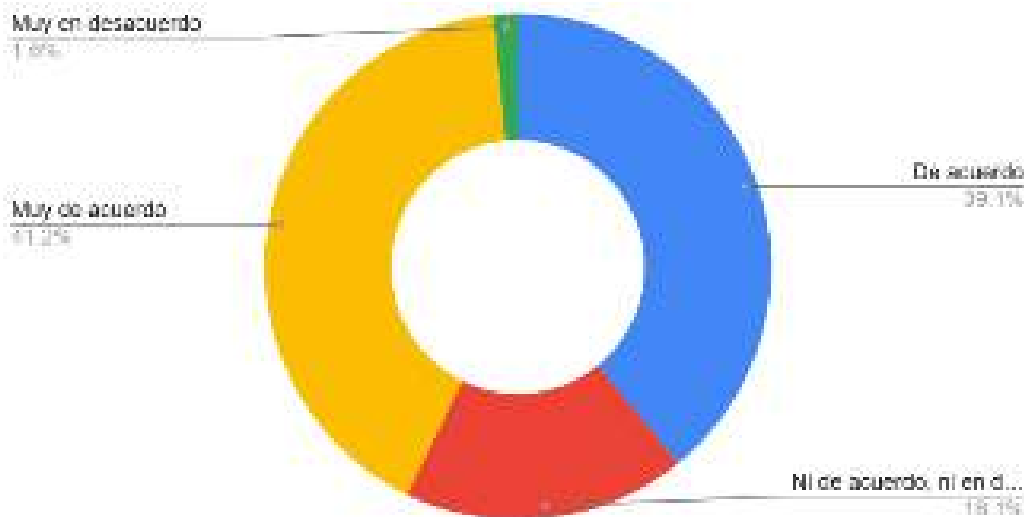
Interpretación: De los 380 encuestados el 35.00% consideran estar de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación cuente con varios niveles de pisos y que ayude a tener una circulación fluida; el 26.60% está de muy acuerdo; el 28.40% considera estar en desacuerdo y el 10.0% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la realización de varios pisos para facilitar la circulación fluida; estos resultados sugieren la incorporación de varios pisos (niveles) al proyecto y que dicha propuesta sería aceptada por la población para el cumplimiento de una circulación directa y fluida.

Análisis ítem 3. ¿Estaría usted de acuerdo que en el mercado de Segunda Generación se desarrolle en una volumetría regular orientada principalmente a la funcionalidad?

**Tabla 11**  
*Nivel de acuerdo al generar una volumetría regular orientada a la funcionalidad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	128	33.60%
De acuerdo	94	24.70%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	110	29.10%
En desacuerdo	48	12.60%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 12**  
*Nivel de acuerdo al generar una volumetría regular orientada a la funcionalidad.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 41.20% consideran estar muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación desarrolle en una volumetría regular orientada principalmente a la funcionalidad; el 39.10% está de acuerdo; el 18.10% considera estar ni de acuerdo ni desacuerdo y el 1.60% muy en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la realización de una volumetría regular orientada principalmente a la funcionalidad.

Análisis ítem 4. ¿Estaría usted de acuerdo que en el mercado de Segunda Generación se incorpore puestos temporales de drywall y fierro, en zonas estratégicas donde se ofrezcan productos de la zona?

**Tabla 12**  
*Nivel de satisfacción a la incorporación en los puestos temporales materiales como drywall y fierro*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	128	33.60%
De acuerdo	94	24.70%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	110	29.10%
En desacuerdo	48	12.60%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 13**

*Nivel de acuerdo a la incorporación en los puestos temporales materiales como drywall y fierro.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 33.60% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación incorpore puestos temporales de drywall y fierro; el 29.10% está ni de acuerdo ni desacuerdo; el 24.70% considera estar de acuerdo y el 12.60% considera estar en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la realización de puestos temporales de drywall y fierro; estos resultados sugieren la incorporación puestos en dichos materiales para la comercialización de productos en específicos de la zona.

Análisis ítem 5. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se implemente un nuevo sistema constructivo como el Joistec? (sistema que ayuda a tener grandes luces y grandes superficies libres de columnas)

**Tabla 13**

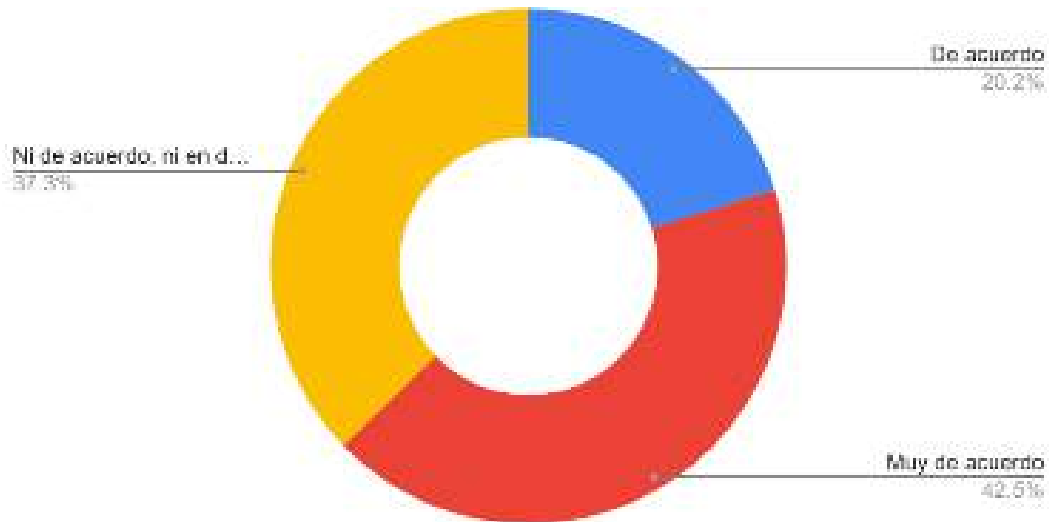
*Nivel de acuerdo a la implementación de un nuevo sistema constructivo como el Joistec*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	161	42.50%
De acuerdo	141	37.30%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	78	20.20%
En Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	380	100%

Nota: Instrumento de recolección de datos.

2

37



**Figura 14**

*Nivel de acuerdo a la Implementación de un nuevo sistema constructivo como el Joistec.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 42.50% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación implemente el sistema constructivo Joistec (sistema que ayuda a tener grandes luces y grandes superficies libres de columnas); el 37.30% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20.20% considera estar de acuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la utilización de sistemas que ayuden a tener grandes luces y grandes superficies; implementación como el sistema joistec.

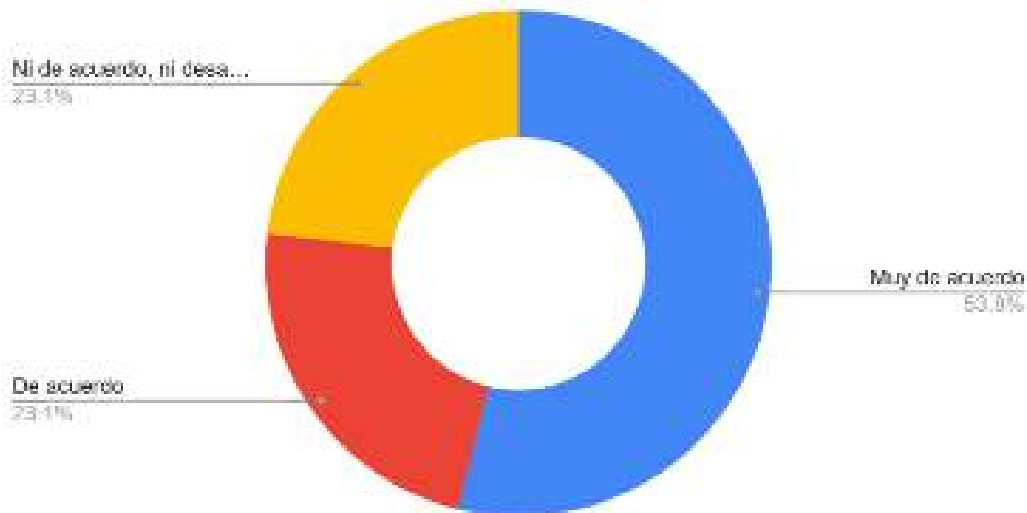
Análisis ítem 6. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación los productos que se ofrecen en el área semihúmeda (frutas, embutidos, lácteos, etc.) se exhiban en conservadoras y otros equipos adecuados?

**Tabla 14**

*Nivel de acuerdo al exhibir productos de la zona semihúmeda en conservadoras y otros equipos*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	204	53.80%
De acuerdo	88	23.10%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	88	23.10%
En Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	380	100%

Nota: Instrumento de recolección de datos.

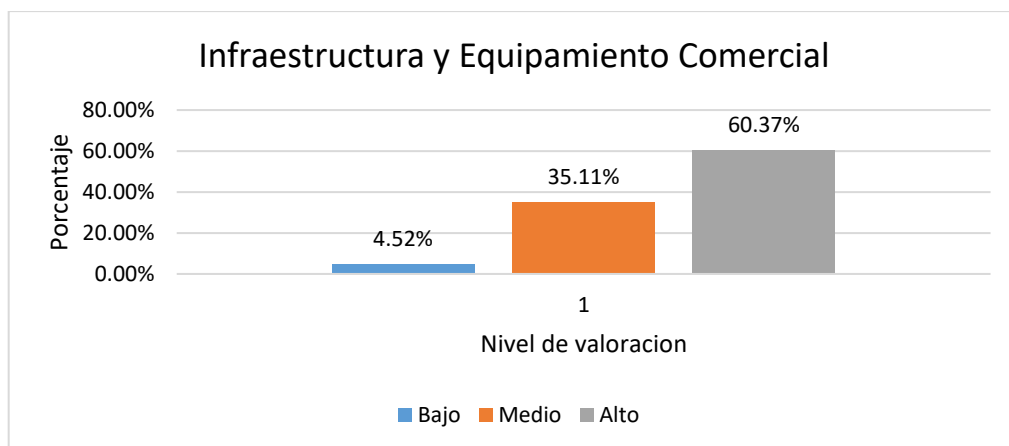


**Figura 15**

*Nivel de acuerdo al exhibir productos de la zona semihúmeda en conservadoras y otros equipos.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 53.80% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se exhiban los productos del área semihúmeda (frutas, embutidos, lácteos, etc.) en conservadoras y otros equipos; el 23.10% está de acuerdo; el 23.10% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia el planteamiento de que los productos que se ofrecen en el área semihúmeda (frutas, embutidos, lácteos, etc.) se exhiban en conservadoras y otros equipos.



**Figura 16**

*Nivel de valoración en la implementación de características arquitectónicas de infraestructura y equipamiento comercial.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: Se observa que la población encuestada tiene el grado de valoración alto con un 60.37%, medio de 35.11% y bajo con 4.52%; la mayoría de encuestados muestran una valoración alta para la implementación de características arquitectónicas de infraestructura y equipamiento comercial, indicando una percepción positiva. El

análisis realizado con los instrumentos de recolección de datos demostró que las características arquitectónicas de infraestructura y equipamiento comercial es un aspecto esencial.

Los espacios y los puestos de venta del mercado de abastos deben contar con materiales como: Vidrio, Acero, concreto; ladrillo cocido; Materiales antideslizantes, impermeabilizante y resistente a los diferentes cambios climáticos.

- La volumetría debe de varios niveles y simple de forma ortogonal para facilitar la circulación de manera fluida.
- Se debe incorporar puestos temporales con materiales como drywall y acero en el mercado de abastos.
- Utilizar vidrio en fachada permite la instalación rápida, sencilla donde facilita el mantenimiento y maximiza el uso de la luz natural.
- En la implementación comercial en los puestos de venta se deben utilizar 1 o más de estos tipos de exhibidores: Exhibidor pop banners, exhibidores para colgar o crossing, exhibidores góndolas, exhibidores mini pallets, exhibidores botaderos, exhibidoras de tipo Cenefas, Vitrinas exhibidoras, exhibidoras tipo nicho.

5 En relación a lo encontrado de acuerdo al objetivo específico 1: Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de Segunda Generación; se detalla información conforme a las tablas 7,8,9,10,11,12; los encuestados muestran un nivel alto a la consideración de que; los espacios y los puestos de venta del mercado de abastos deben contar con materiales como: Vidrio, Acero, concreto armado; ladrillo cocido; Materiales antideslizantes, impermeabilizante y resistente a los diferentes cambios climáticos; la volumetría debe de varios niveles y simple de forma ortogonal para facilitar la circulación de manera fluida; se debe incorporar puestos temporales con materiales como drywall y acero en el mercado de abastos; se debe utilizar vidrio en fachada que permite la instalación rápida, sencilla donde facilita el mantenimiento y maximiza el uso de la luz natural y en la implementación comercial de los puestos de venta se deben utilizar 1 o más de estos tipos de exhibidoras: Exhibidor Pop Banners, exhibidores para colgar o crossing, exhibidores góndolas, exhibidores mini pallets, exhibidores botaderos, exhibidoras de tipo Cenefas, Vitrinas exhibidoras, exhibidoras tipo nicho.

Al constatar los hallazgos obtenidos sobre infraestructura y equipamiento comercial se refuerzan los resultados obtenidos por Rivarola, A (2021), que hace mención; la oferta

del mercado se debe ampliar con actividades y servicios complementarios que es una excelente estrategia para hacerlo más atractivo y atraer a un público más diverso. Introducir elementos culturales, exposiciones, restaurantes, gimnasios, tiendas y otros servicios que puede transformar el mercado en un verdadero centro de encuentro y experiencias para quienes lo visitan; además de establecer un tamaño óptimo para la venta de alimentos, entre 6m<sup>2</sup> y 16m<sup>2</sup>, con prioridad al expendio que es clave para una gestión eficaz del negocio y la satisfacción del cliente, facilitando la visualización y selección del producto. Asimismo, para Pereda (2020) concuerda con la investigación al concluir que los mercados buscan rentabilidad mediante la creación de un edificio de usos mixtos que integre diferentes espacios de trabajo, vivienda, abastos y recreación, renovando así la zona del mercado y satisfaciendo las necesidades de la población en un "edificio ciudad".

#### 4.2. Resultado específico 2: características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación

Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación.

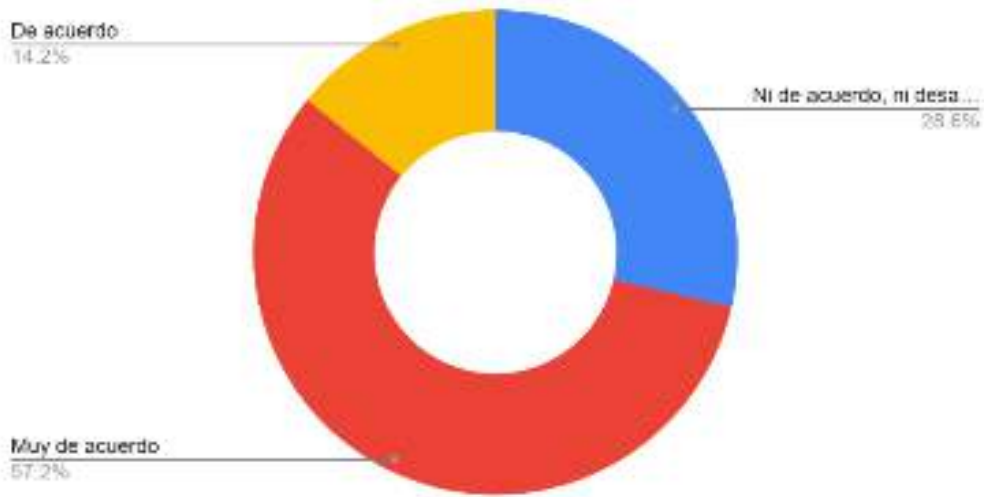
Análisis ítem 7. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se plantee varios ingresos para así tener una mejor accesibilidad por diferentes vías?

**Tabla 15**

*Nivel de acuerdo al considerar de varios ingresos para mejorar accesibilidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	218	57.20%
De acuerdo	54	14.20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	108	28.60%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 17**

*Nivel de acuerdo al considerar de varios ingresos para mejorar accesibilidad.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 57.20% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se plantee varios ingresos para así tener una mejor accesibilidad; el 28.60% está ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 14.20% considera estar de acuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia el planteamiento de varios ingresos para así mejorar la accesibilidad por diferentes vías; estos resultados sugieren la incorporación de varios ingresos al mercado de abastos.

Análisis ítem 8. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se implemente un área de lavado para puestos dedicados a la venta de pollo, carne, pescado fresco, etc.? (zona húmeda).

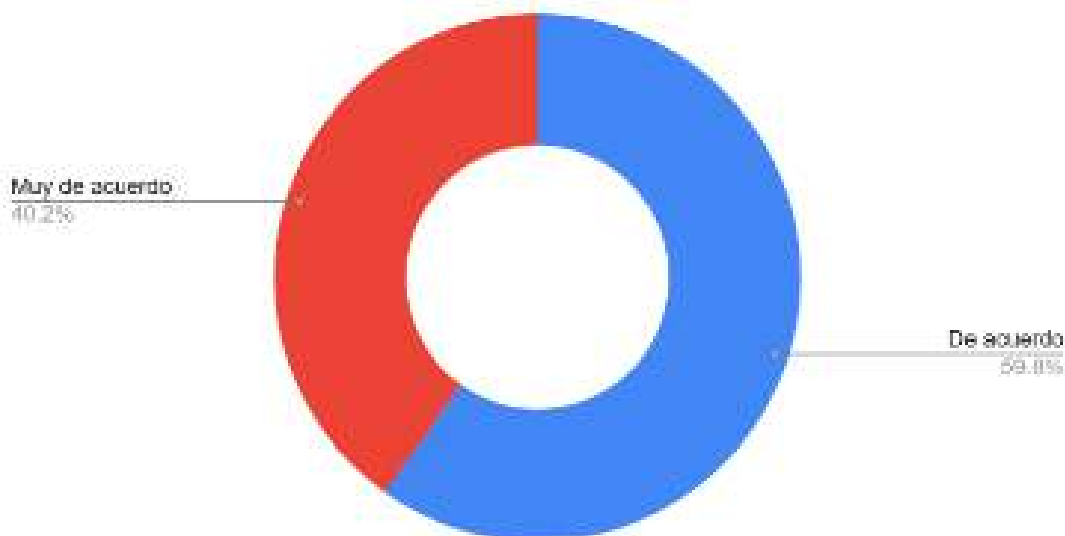
**Tabla 16**

*Nivel de acuerdo al implementar el área de lavado para los puestos de pollo, carne y pescado*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	153	40.20%
De acuerdo	227	59.80%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
En Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.

2



**Figura 18**

*Nivel de acuerdo al implementar el área de lavado para los puestos de pollo, carne y pescado.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 59.80% están de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se plantee un área de lavado para cada puesto de venta en la zona húmeda; el 40.20% está muy de acuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia el planteamiento de área de lavado para los puestos de venta en la zona húmeda; estos resultados sugieren la incorporación del área de lavado en cada puesto de la zona húmeda en el mercado de abastos.

Análisis ítem 9. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación cuente con un área de estacionamiento destinado al área de carga y descarga de productos?

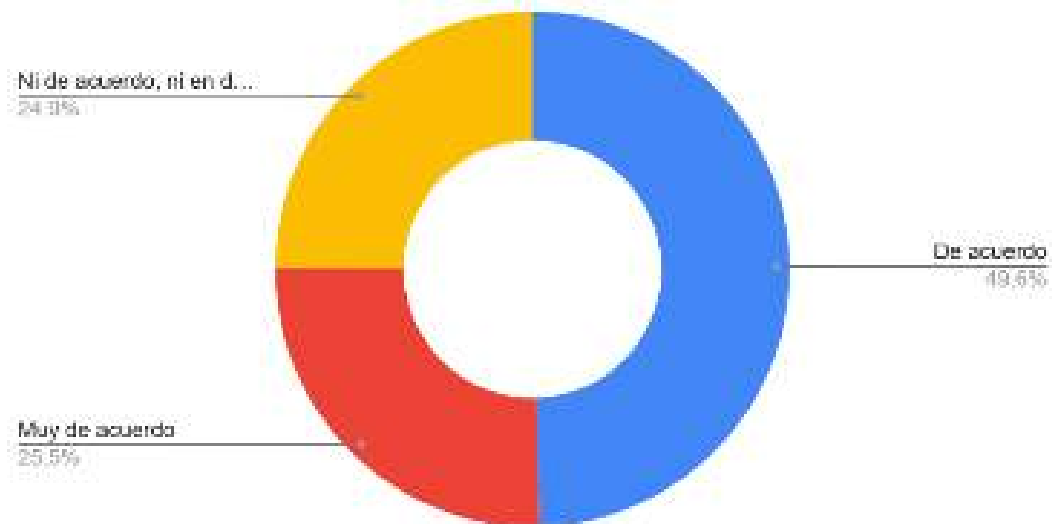
**Tabla 17**

*Nivel de acuerdo al implementar estacionamiento destinado para el área de carga y descarga de productos*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	97	25.50%
De acuerdo	188	49.60%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	95	24.90%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.

9



**Figura 19**

*Nivel de acuerdo al implementar estacionamiento destinado para el área de carga y descarga de productos.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 49.60% están de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación cuente con estacionamiento destinado al área de carga y descarga de productos; el 25.50% está muy de acuerdo; el 24.90% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; estos resultados sugieren la incorporación de un área de estacionamiento destinado a carga y descarga de productos.

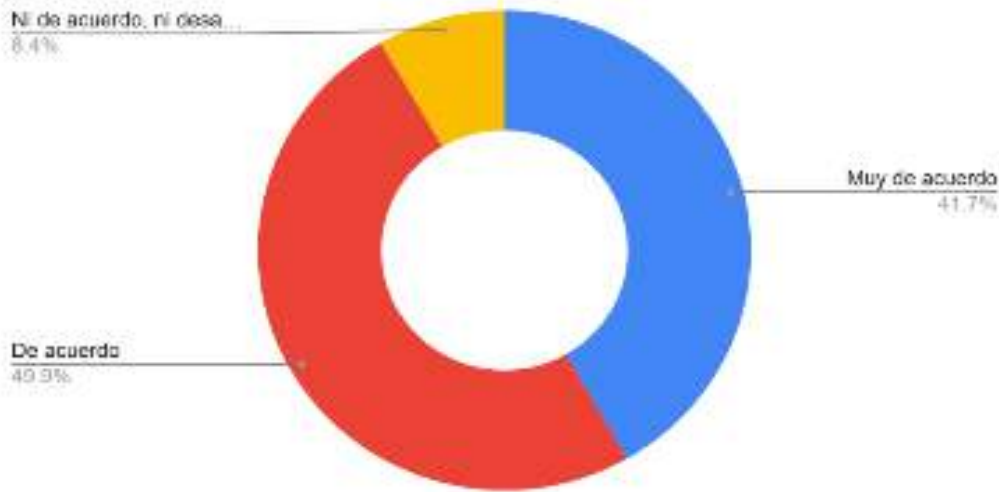
Análisis ítem 10. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se implemente un área de calidad en almacenamiento, seleccionado por tipo de productos?

**Tabla 18**

*Nivel de acuerdo al implementar un área de calidad por tipo de productos; para el almacenamiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	158	41.70%
De acuerdo	190	49.90%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	32	8.40%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 20**

*Nivel de acuerdo al implementar un área de calidad por tipo de productos; para el almacenamiento.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 49.90% están de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación implemente un área de calidad en almacenamiento y selección de productos; el 41.70% está muy de acuerdo; el 8.40% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; estos resultados sugieren la implementación del área de calidad en el almacenamiento y selección de productos.

Análisis ítem 11. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se implemente espacios complementarios de gimnasio y áreas de esparcimiento?

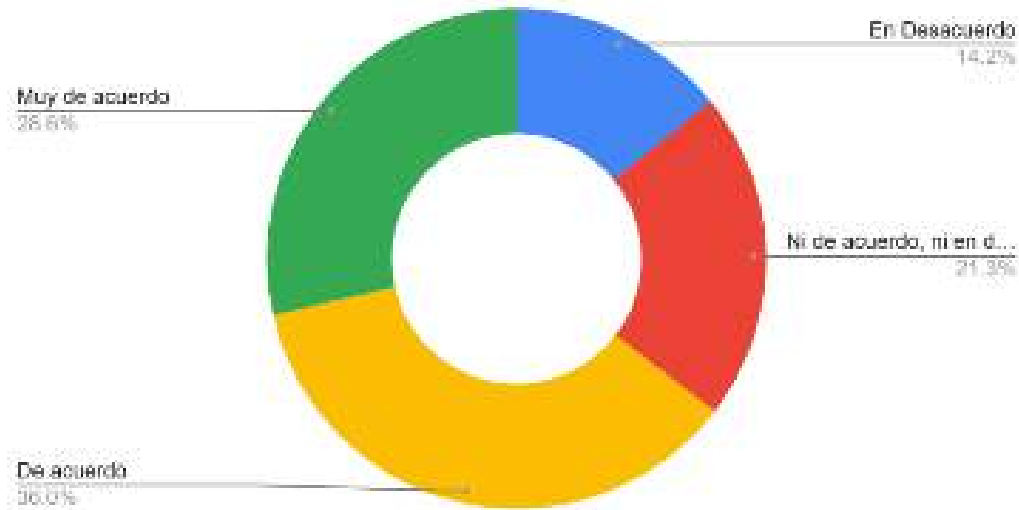
**Tabla 19**

*Nivel de acuerdo al Implementar espacios complementarios como gimnasio y áreas de esparcimiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	109	28.60%
De acuerdo	136	36.00%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	81	21.30%
En Desacuerdo	54	14.20%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.

2



**Figura 21**

*Nivel de acuerdo al Implementar espacios complementarios como gimnasio y áreas de esparcimiento.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 36.00% están de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se implemente espacios complementarios de gimnasio y áreas de esparcimiento con vegetación; el 28.60% está muy de acuerdo; el 21.30% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la implementación de espacios complementarios como gimnasio y áreas de esparcimiento con vegetación. Esto refleja la necesidad de espacios de socialización e interacción.

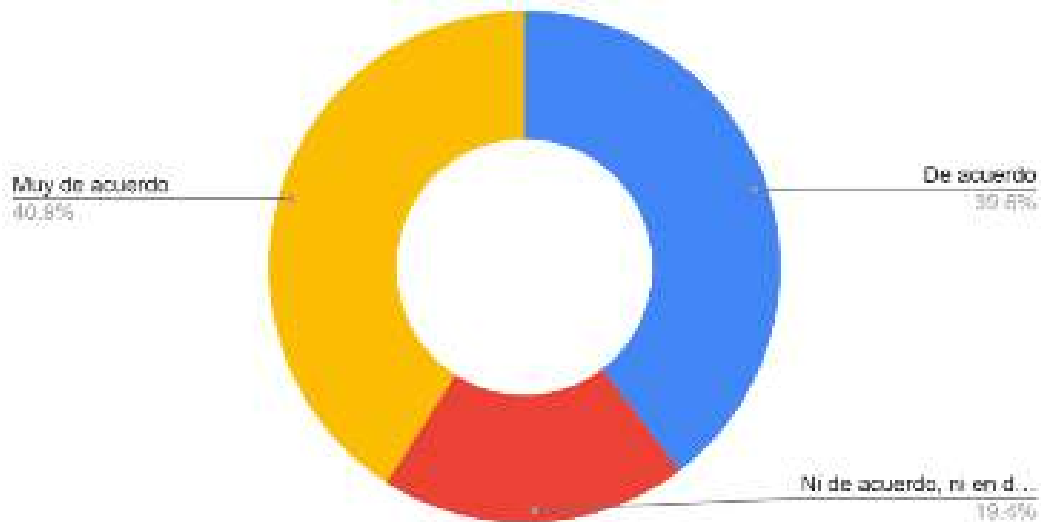
Análisis ítem 12. ¿Estarías de acuerdo que en el mercado de segunda generación se implemente dimensiones amplias de los puestos de venta para una mejor exhibición de productos?

**Tabla 20**

*Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en los puestos de venta para una mejor exhibición de productos*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	156	40.90%
De acuerdo	150	39.60%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	74	19.40%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 22**

*Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en los puestos de venta para una mejor exhibición de productos.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 40.90% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se implemente los puestos de venta con dimensiones amplias para una mejor exhibición de productos; el 28.60% está muy de acuerdo; el 21.30% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la implementación de espacios complementarios como gimnasio y áreas de esparcimiento con vegetación.

Análisis ítem 13. ¿Estarías de acuerdo que en el mercado de segunda generación se implemente dimensiones amplias en las circulaciones?

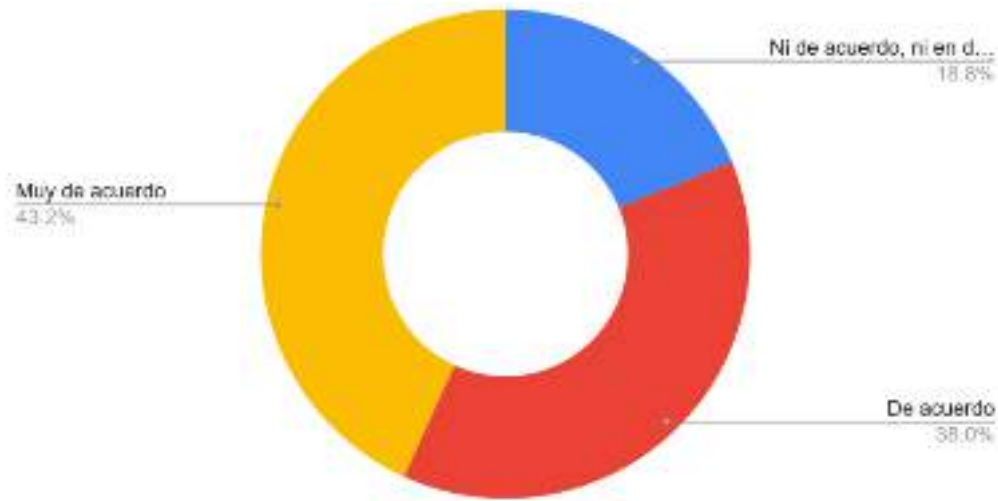
**Tabla 21**

*Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en las circulaciones*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	165	43.20%
De acuerdo	144	38.00%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	71	18.80%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.

2

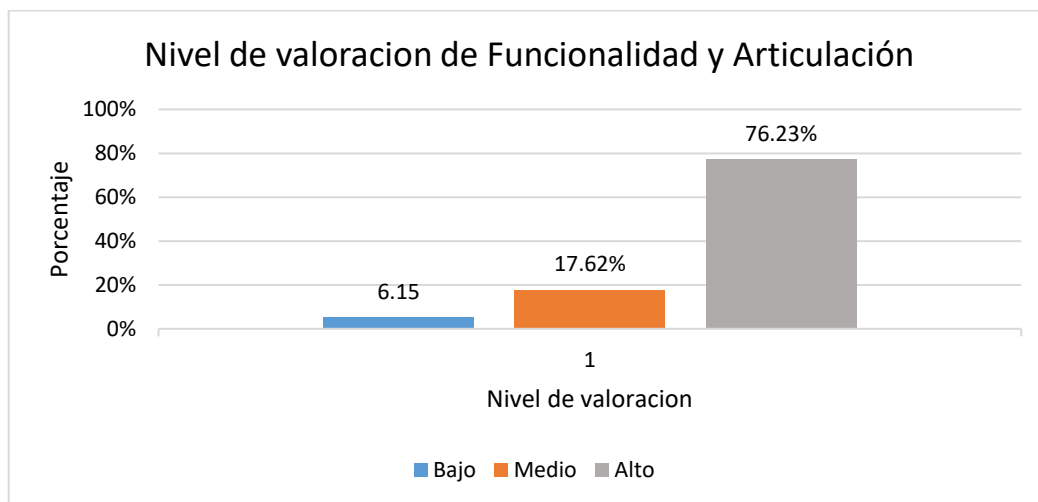


**Figura 23**

*Nivel de acuerdo al Implementar dimensiones amplias en las circulaciones.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 43.20% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se implemente dimensiones amplias en las circulaciones; el 38.00% está muy de acuerdo; el 18.80% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la implementación de dimensiones amplias en las circulaciones.



**Figura 24**

*Nivel de valoración de funcionalidad y articulación.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: Se observa que la población encuestada tiene el grado de valoración alto con un 76.23%, medio de 17.62% y bajo con 6.15%; la mayoría de encuestados muestran una valoración alta para la aplicación de características arquitectónicas de funcionalidad y articulación, indicando una percepción alta las características arquitectónicas de funcionalidad y articulación.

El mercado de abastos de segunda generación debe contar con varios ingresos, con acceso directo desde la vía circundante.

- Se debe implementar el área de estacionamiento para carga y descarga de productos
- El mercado de abastos de segunda generación se debe incorporar un área de calidad para el almacenamiento por tipo de producto.
- Los espacios donde se desarrolla la función de compra y venta se debe incorporar áreas de esparcimiento y espacios complementario como gimnasio.
- Los volúmenes del mercado de abastos de segunda generación deben ser de formas simples con espacios amplios en los puestos de venta para una mejor exhibición.
- Los espacios de circulación deben tener dimensiones amplias y estar señalizadas con fácil identificación.

1 En cuanto al objetivo específico 2: Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación; los hallazgos indican un alto nivel en la incorporación de; varios ingresos con acceso directo desde la vía circundante; la implementación del área de estacionamiento para carga y descarga de productos; la incorporación un área de calidad para el almacenamiento por tipo de producto; en los espacios donde se desarrolla la función de compra y venta se debe incorporar áreas de esparcimiento y espacios complementarios como gimnasio; además los volúmenes del mercado de abastos de segunda generación deben ser de formas simples con espacios amplios en los puestos de venta para una mejor exhibición, los espacios de circulación deben tener dimensiones no menor a 3.00 ml y estar señalizadas con fácil identificación.

7 Al contrastar los hallazgos obtenidos sobre la incorporación de características arquitectónicas en mercados de abastos de segunda generación refuerzan los resultados obtenidos con la Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú (2021) que hace mención los puestos de la zona húmeda y semihúmeda, debe tener en lavaderos con agua potable, energía eléctrica y áreas de circulación interna. Los pisos deben ser contruidos de materiales resistentes y lavables, con sumideros al colector de desagüe para eliminar líquidos. Las paredes deben ser recubiertas por material resistente al lavado frecuente y de color claro. Las dimensiones del área de refrigeración se determinarán en función de las cámaras frigoríficas destinadas a la venta de carnes, permitiendo un volumen de 0,02 m<sup>3</sup> por metro cuadrado del espacio de venta. La configuración de la cámara de refrigeración para

7

15

pescado permitirá un volumen mínimo de 0,06 m3 por metro cuadrado de superficie destinado a la venta. La medida de la cámara fría para una variedad de productos con una capacidad de 0,03 m3 por metro cuadrado de superficie comercial.

Los pasillos deberán poseer un mínimo de 3.00 metros de anchura. Los pisos serán diseñados con una inclinación que facilite la evacuación de líquidos hacia los sumideros, previniendo así su acumulación.

### 4.3. Resultado específico 3: características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación

Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación.

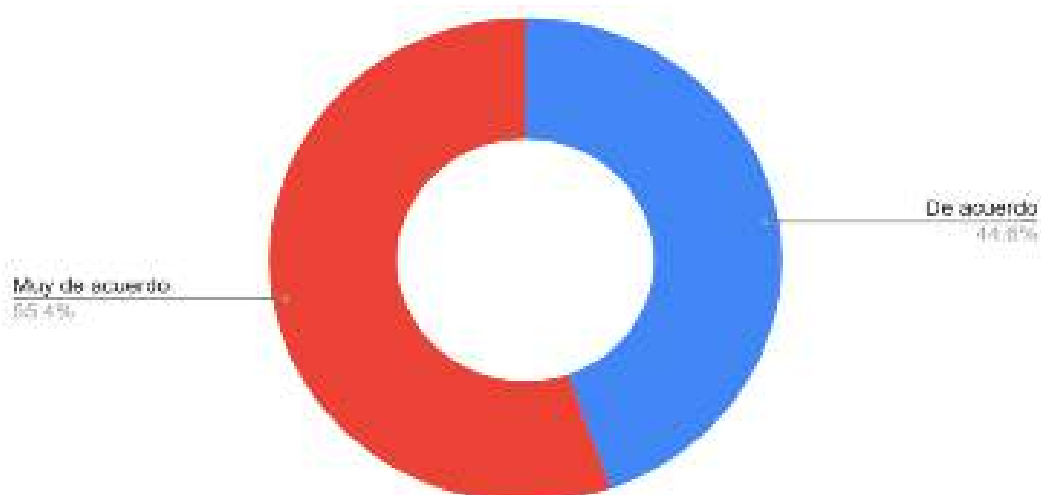
Análisis ítem 14. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se utilice tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos?

**Tabla 22**

*Nivel de acuerdo al utilizar tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	211	55.40%
De acuerdo	169	44.60%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 25**

*Nivel de acuerdo al utilizar tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

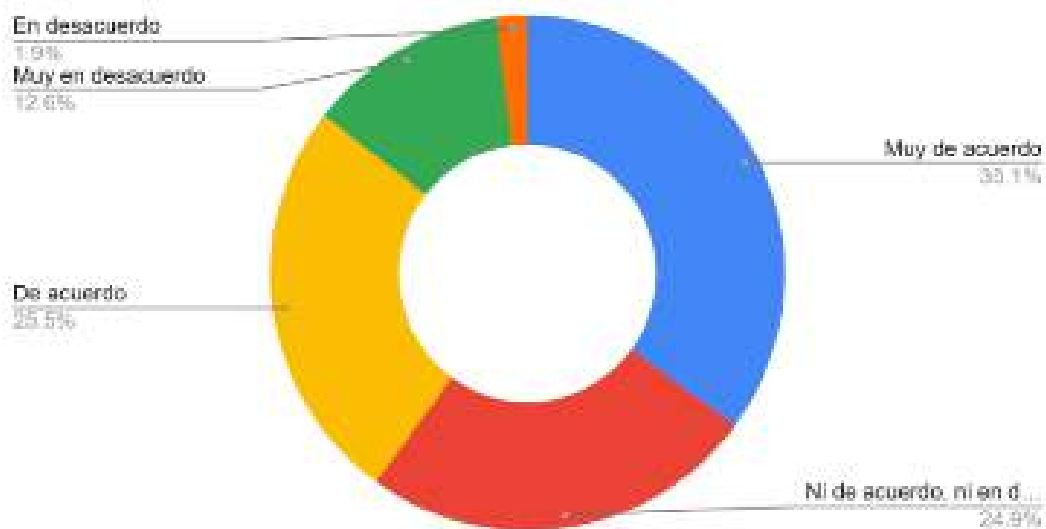
Interpretación: De los 380 encuestados el 55.40% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se utilice tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos; el 44.60% está muy de acuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la utilización de tecnología en equipos frigoríficos.

Análisis ítem 15. ¿Considera que utilizar vidrio en las puertas y fachadas del mercado de abastos de segunda generación es adecuado porque es de fácil instalación y mantenimiento?

**Tabla 23**  
*Nivel de acuerdo al uso de vidrio en puertas y fachadas.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	134	35.10%
De acuerdo	97	25.50%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	94	24.90%
En desacuerdo	7	1.90%
Muy en desacuerdo	48	12.60%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 26**  
*Nivel de acuerdo al uso de vidrio en puertas y fachadas.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 35.10% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación considere utilizar vidrio en las puertas y fachadas; el 25.50% está muy de acuerdo; el 24.90% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.60% está muy en desacuerdo y el 1.90% en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la utilización de vidrio en puertas y fachadas del mercado de abastos.

Análisis ítem 16. ¿Considera que utilizar sensores y rociadores automáticos contra fuego en el mercado de abastos de segunda generación es adecuado porque facilita la rápida evacuación?

**Tabla 24**

*Nivel de consideración al uso de sensores y rociadores automáticos contra fuego.*

	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	128	33.60%
De acuerdo	96	25.20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	64	16.80%
En Desacuerdo	62	16.30%
Muy en desacuerdo	30	8.10%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 27**

*Nivel de consideración al uso de sensores y rociadores automáticos contra fuego.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

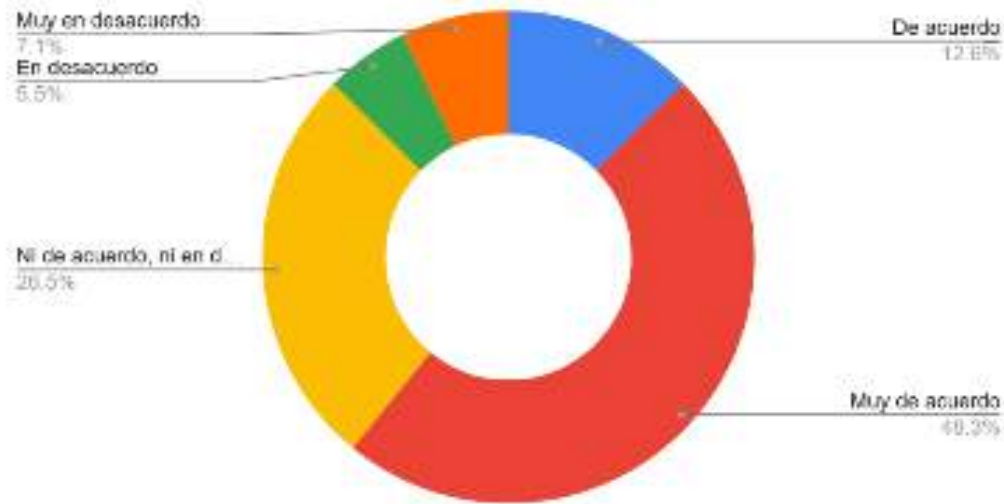
Interpretación: De los 380 encuestados el 33.60% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación considere utilizar sensores y rociadores automáticos contra fuego; el 25.20% está de acuerdo; el 16.80% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16.30% está en desacuerdo y el 8.10% está muy en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la utilización de sensores y rociadores automáticos contra fuego en el mercado de abastos.

Análisis ítem 17. ¿Considera que siguiendo las normas de iluminancia; la implementación de tecnología LED en el mercado de abastos de segunda generación es adecuado y eficiente la iluminación?

**Tabla 25**  
*Nivel de consideración en la implementación de tecnología LED.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	184	48.30%
De acuerdo	47	12.60%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	101	26.50%
En desacuerdo	21	5.50%
Muy en desacuerdo	27	7.10%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.



**Figura 28**  
*Nivel de consideración en la implementación de tecnología LED.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 48.30% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación considere utilizar la implementación de tecnología LED; el 26.50% está ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 12.60% está de acuerdo, el 7.10% está muy en desacuerdo y el 5.50% está en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la implementación de tecnología LED.

Análisis ítem 18. ¿Es de acuerdo el uso de tecnología; como membrana de PVC sobre cobertura en el mercado de abastos de segunda generación para mejorar la impermeabilidad?

**Tabla 26**  
*Nivel de consideración al utilizar membrana de PVC en cobertura del mercado de abastos de segunda generación.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy de acuerdo	126	33.30%
De acuerdo	96	25.20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	64	16.80%
En desacuerdo	63	16.50%
Muy en desacuerdo	31	8.10%
	<b>380</b>	<b>100%</b>

Nota: Instrumento de recolección de datos.

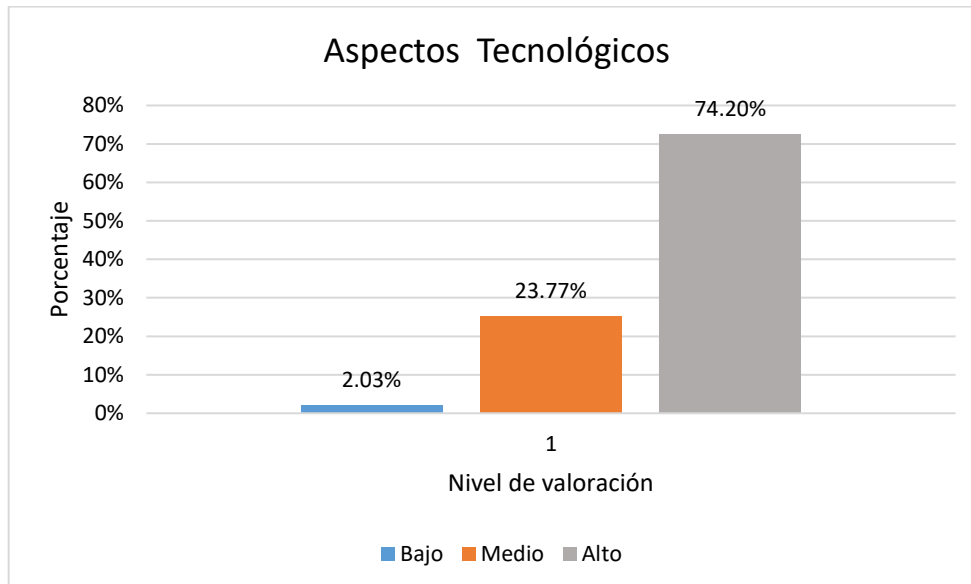


**Figura 29**

*Nivel de consideración al utilizar membrana de PVC en cobertura del mercado de abastos de segunda generación.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: De los 380 encuestados el 33.30% están muy de acuerdo que el mercado de abastos de segunda generación se utilice membrana de PVC sobre cobertura; el 25.20% está de acuerdo; el 16.80% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16.50% en desacuerdo y el 8.10% muy en desacuerdo; los resultados muestran un gran respaldo hacia la utilización de tecnología como membrana de PVC sobre techos del mercado de abastos de segunda generación.



**Figura 30**

*Nivel de valoración de las características arquitectónicas del aspecto tecnológico.*

Nota: Instrumento de recolección de datos

Interpretación: Se observa que la población encuestada tiene el grado de valoración alto con un 74.20%, medio de 23.77% y bajo con 2.03%; la mayoría de encuestados

muestran una valoración alta, indicando una percepción positiva al aspecto tecnológico. El análisis realizado con los instrumentos de recolección de datos demostró que el aspecto tecnológico es un aspecto esencial.

#### Aspecto Tecnológico - Características arquitectónicas

- Se debe incorporar equipos frigoríficos y la sistematización para una adecuada conservación de los alimentos.
- El mercado de abasto debe incorporar tecnología como: sensores y rociadores automáticos instalados con el sistema contra incendios para la prevención y rápida evacuación en caso de incendios.
- La iluminación de los espacios del centro de abastos debe ser con aparatos tipo LED y según el requerimiento de cada zona de trabajo.
- Para la impermeabilización de las coberturas se debe utilizar membranas de PVC.

1 Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación, los hallazgos revelan un nivel alto hacia la implementación de; equipos frigoríficos y la sistematización para una adecuada conservación de los alimentos, así mismo la incorporación de tecnología como: sensores y rociadores automáticos instalados con el sistema contra incendios para la prevención y rápida evacuación en caso de incendios, la iluminación de los espacios del centro de abastos debe ser con aparatos tipo LED y según el requerimiento de cada zona de trabajo y para la impermeabilización de las coberturas se debe utilizar membranas de PVC; A pesar de ciertas inquietudes relacionadas con los costos y el impacto ambiental. En última instancia, se resalta la integración de sistemas de control inteligente, lo que permite estar a la vanguardia de las tecnologías. En suma, estos hallazgos indican que las propuestas tecnológicas y de infraestructura son bien acogidas y se encuentran alineadas con las expectativas de modernidad y eficiencia.

Al contrastar los hallazgos sobre la aplicación de características arquitectónicas de aspectos tecnológicos en el mercado de abastos con las propuestas de Pereda (2020) hace mención que la incorporación de medios de señalización interior en los mercados, tanto en los pasillos como en los puestos de venta, es fundamental para facilitar el tránsito de personas y mejorar la experiencia de compra. Además, disponer iluminación adecuada con orientación a los puestos y servicios ofrecidos ayuda a los visitantes a orientarse de manera más eficiente proporcionando una arquitectura funcional con regeneración urbana que proporciona una función económica, social y cultural.

## CONCLUSIONES

De acuerdo a lo analizado en la presente investigación:

1. La valoración de las características arquitectónicas de infraestructura y equipamiento comercial es alto y para mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos se debe considerar que; los espacios y los puestos de venta del mercado de abastos deben contar con materiales como: Vidrio, Acero, concreto; ladrillo cocido; Materiales antideslizantes, impermeabilizante y resistente a los diferentes cambios climáticos; que la volumetría debe tener varios niveles con forma ortogonal para facilitar la circulación de manera fluida; se debe incorporar puestos temporales con materiales como drywall y acero, se debe utilizar vidrio en la fachada para maximizar el uso de la luz natural y considerar los exhibidores de tipo; Pop Banners, crossing, góndolas, mini pallets, botaderos, Cenefas, Vitriñas exhibidoras y exhibidoras tipo nicho.
2. El nivel de valoración de las características arquitectónicas funcionalidad y articulación de espacios; es alto y para mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos se debe considerar; varios accesos; la implementación del área de estacionamiento para carga y descarga de productos; incorporación del área de calidad; incorporar áreas de esparcimiento y espacios complementario como gimnasio; el volumen debe tener formas simples con espacios amplios para los puestos de venta tenga mejor exhibición y los espacios de circulación deben tener dimensiones no menor a 3ml que deben estar señalizadas con fácil identificación.
3. La valoración de las características arquitectónicas del aspecto tecnológico es alto y se concluye que para mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales se debe implementar equipos frigoríficos con sistematización que debe ser adecuada para la conservación de los alimentos, así mismo la incorporación de tecnología como: sensores y rociadores automáticos instalados con sistemas contra incendios, la iluminación de los espacios debe ser con aparatos tipo LED y según el requerimiento de cada zona de trabajo y para la impermeabilización de las coberturas se debe utilizar membranas de PVC.
4. Las características arquitectónicas como; infraestructura, equipamiento comercial, funcionalidad, articulación y tecnología; favorecen al diseño arquitectónico proporcionando espacios funcionales y confortables que mejoran el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el mercado de abastos de segunda generación.

## RECOMENDACIONES

1. A las autoridades, desarrollar un mercado de abastos de segunda generación que combine características de infraestructura y equipamiento comercial con enfoque tecnológico y comunitario; que al integrar espacios de esparcimiento y espacios complementarios pueda mejorar el abastecimiento y la socialización sea de manera activa y saludable.
2. Se recomienda llevar a cabo un diseño que conviene las características de funcionalidad y articulación de espacios que, al generar varios ingresos directos hacia el mercado de abastos garantice la circulación de manera directa hacia las diferentes zonas, además de generar áreas de carga y descarga, áreas de control de calidad con fácil identificación.
3. Se recomienda implementar un plan de integración tecnológica que priorice el uso de equipos como; sensores, rociadores y el uso eficiente de iluminación LED para asegurar una estancia sostenible y segura en el mercado de abastos.
4. Integrar de manera efectiva todas las características arquitectónicas en el diseño del mercado de abastos de segunda generación, priorizando aspectos tecnológicos que permiten un desarrollo eficiente y seguro para el abastecimiento de la población de Morales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bendezu, K (2019). "Mercado de abastos en el distrito de Magdalena del Mar" (Tesis para optar título de arquitecto). (Acceso 8 septiembre de 2021). Recuperado: [https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2875/T030\\_40193545\\_T%20%20%20CASTRO%20CARRION%20DIANA%20ESTELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2875/T030_40193545_T%20%20%20CASTRO%20CARRION%20DIANA%20ESTELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cachique E. & Rojas K. Análisis del comercio informal para la propuesta de un Mercado Minorista en la ciudad de Bellavista, Región San Martín. (Tesis para optar título profesional de arquitecto, Universidad Nacional de San Martín). (Acceso 8 septiembre de 2021). Recuperado: <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/4229>
- Calle, F. ¿Qué es la construcción sostenible? Pontificia Universidad Católica del Perú; (Revisado el 30 de setiembre del 2021). Recuperado de: <https://www.pucp.edu.pe/climadecambios/noticias/que-es-la-construccion-sostenible/>
- Chamber of Commerce of Spain. (2020). Market Analysis, Peru. Recuperado: <https://www.camara.es/blog/comercio-exterior/analisis-de-mercados-peru>
- Censo Nacional de Mercados (2020) y lista de mercados priorizados en el marco de la Meta 6 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/minsa/informes-publicaciones/1108581-censo-nacional-de-mercados-y-lista-de-mercados-priorizados-en-el-marco-de-la-meta-6-del-programa-de-incentivos-a-la-mejora-de-la-gestion-municipal>
- Consultants and DreamingMarkets (2019), 1º Mercado de 2da Generación en MEXICO. Recuperado de: <https://www.dreamingmarkets.com/post/primer-mercado-en-m%C3%A9xico-diseñado-por-roberto-alonso-consultores-y-la-plataforma-dreamingmarkets>.
- Cortez C. (2016). Mercado y feria en Iaja. (Tesis de para optar título de arquitecto). Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/11402/PG-3656.pdf?sequence=1>

- Daza L. (2022). La influencia de los mercados de abastos en la dinámica urbana de la ciudad de Tarapoto, 2021 (Tesis para optar título de maestro en Arquitectura). (Acceso 8 Septiembre de 2021). Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/89415>
- Economipedia (2021). Tipos de Mercado. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-mercado.html>
- Guía para la planificación y diseño de mercados minoristas en las ciudades del Perú. Lima, FAO (2018). Recuperado 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](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 S. (2019). "Estudio de los requerimientos arquitectónicos de la infraestructura comercial e impacto en la interacción urbana para la propuesta de un centro de abastos en la región San Martín". (Tesis para optar título profesional de arquitecto, Universidad Cesar Vallejo). (Acceso 8 septiembre de 2021). Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/50551>
- INEI. (2016). Censos Nacional de Mercados de Abastos. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1448/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1448/libro.pdf)
- IPMA. (2016). Mercado de Abastos recuperado. Recuperado de: [https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr12/BusinessReview12\\_02.pdf](https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr12/BusinessReview12_02.pdf)
- Los 5 mejores mercados en Lima (2022). Recuperado de: <https://www.exploorperu.com/es/blog/lima-que-hacer/mejores-mercados-lima/>
- Madrid Emprende. (2021) Plan Estratégico de Municipalidades. Recuperado de: <https://www.madridemprende.es/noticias/presentacin-del-plan-estratgico-de-mercados-municipales/>
- Market segmentation. (2021). Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>
- Mercados que debes conocer en Perú. (2020). Recuperado de: <https://blog.redbus.pe/tip-viajero/6-mercados-que-debes-conocer-en-el-peru/>

- Mercado de las pulgas y al aire libre en Perú. (2021). Recuperado de:  
<https://www.tripadvisor.com.pe/Attractions-g294311-Activities-c26-t142-Peru.html>
- Minube. (2021). Mercados en Perú. Recuperado de:  
<https://www.minube.com/tag/mercados-peru-p161>
- Miranda Y. (2018). Mercado de abastos, para mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad, ubicado en la ciudad de Chiclayo. (Tesis para optar título de arquitecto, Universidad de San Martín de Porres) . (Acceso 8 septiembre de 2021). Recuperado de:  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4017>
- Municipalidad Distrital de Morales (2011). Mercado y feria en. Recuperado de  
[https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/10376/PLAN\\_10376\\_Plan\\_Local\\_de\\_DeDesarrollo\\_Concertado-Distrito\\_MORALES\\_2011\\_2012.pdf](https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/10376/PLAN_10376_Plan_Local_de_DeDesarrollo_Concertado-Distrito_MORALES_2011_2012.pdf)
- NORMATIVA (2016) Normativa de mercados de abastos. Recuperado de:  
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1733743/NORMA%20TECNICA%20Dise%C3%B1o%20de%20Mercados%20de%20Abastos%20Minoristas.pdf>
- Plan estratégico de los Mercados de Madrid (2017-2021). Estructura del plan estratégico. Recuperado de:  
[https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Comercio/Especiales%20Informativos/mercados\\_especial\\_inf/ficheros/PlanEstrategicoMercadosDefEnero.pdf](https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Comercio/Especiales%20Informativos/mercados_especial_inf/ficheros/PlanEstrategicoMercadosDefEnero.pdf)
- Plan de Modernización de los Mercados Municipales de Andalucía. Recuperado de:  
<https://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/22230.pdf>
- Plazola, A. (1985). Enciclopedia de Arquitectura Plazola. Vol.7. México DF: Noriega.
- Peope, A, (2022) Sistemas y Tipos de exhibidores. Recuperado de  
<https://peope.com.ar/cuales-son-los-tipos-de-exhibidores-comerciales/>
- Pereda. L (2020). Mercado Magdalena, una mirada al futuro. (Tesis para optar título profesional de arquitecto, PUCP). (Acceso 8 septiembre de 2021) Recuperado de: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/177744>

Ramos P. (2020). Typological evolution of the Food Market in Madrid. Recuperado de:  
[https://oa.upm.es/57918/1/TFG\\_20\\_Ramos\\_Lopez\\_Paula.pdf](https://oa.upm.es/57918/1/TFG_20_Ramos_Lopez_Paula.pdf)

Reglamento Sanitario de Funcionamiento de Mercados de Abasto (2016). Recuperado de  
<https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2016/03/RM-282-2003-MINSA-Funcionamiento-mercados-de-abasto.pdf>

Supply markets: an attractive channel for the supply of Peruvian coffee (2022).  
Recuperado de: <https://camcafeperu.com.pe/ES/articulo.php?id=102>

The transformation of the municipal markets of Madrid (2018). Recuperado de:  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-70172016000100043](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172016000100043).

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿De qué manera las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación mejorarán el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, San Martín?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>O1.- Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de segunda generación.</p> <p>O2.- Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de segunda generación.</p> <p>O3.- Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de segunda generación.</p>	<p><b>Hi:</b></p> <p>Las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación mejorará el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, San Martín.</p> <p><b>Ho:</b></p> <p>Las características arquitectónicas de un mercado de segunda generación no mejorará el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales, San Martín.</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumentos</b></p> <p>Ficha de registro, encuesta</p>
<p>Diseño de investigación:</p> <p>No Experimental</p>	<p>Población:</p> <p>La población está compuesta por 33 067 pobladores del distrito de Morales</p> <p>Muestra:</p> <p>El tamaño de la muestra es 380 habitantes.</p>	<p>Características Arquitectónicas de un Mercado Segunda Generación</p> <p>Servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín.</p>	<p>Infraestructura y equipamiento comercial</p> <p>Funcionalidad y articulación de espacios.</p> <p>Aspectos Tecnológicos</p> <p>Tipo de zonas</p> <p>Dimensión de puestos de venta</p> <p>Actividades complementarias</p>

## Anexo 2: Operacionalización de Variable

Variable independiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<b>Variable independiente</b>  Características Arquitectónicas de un Mercado Segunda Generación	“El mercado de segunda generación es un establecimiento de distribución comercial de propiedad municipal, que cuenta con servicios comunes básicos y está especializado principalmente en la venta de alimentos perecederos. Está organizado en secciones diferenciadas, pero también ofrece otras posibilidades de comercialización de productos y servicios” Rivarola, A (2021).	Aplicación de ficha de revisión bibliográfica con antecedentes internacionales y aplicación de encuesta a población en general y comerciantes.	Funcionalidad y articulación de espacios	Función	Nominal
				Accesibilidad y seguridad	
				Zonificación y organización	
				Zonificación	
				Articulación	
			Aspectos tecnológicos	Ventilación	
				Iluminación	
				Acústica	
			Infraestructura y equipamiento comercial	Tipo de mobiliarios	
				Materialidad	
Forma					
<b>Variable dependiente</b>  Servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín	“Establecimiento donde comerciantes distribuidos en puestos comercializan a consumidores finales y en pequeñas cantidades productos agropecuarios, productos hidrobiológicos, productos de alimentación y no alimentarios tradicionales, así como servicios menores complementarios, que no comprometen la sanidad e inocuidad del establecimiento” PRODUCE (2021)	Aplicación de ficha de revisión bibliográfica con antecedentes internacionales y aplicación de encuesta a población en general y comerciantes.	Tipo de Zonas	Húmeda	Nominal
				Semi húmeda	
				Seca	
			Dimensión de puestos de venta	Puestos de carne	
				Puestos de frutas	
				Puestos de abarrotes	
				Puestos de comida	
				Sociales	
			Actividades complementarias	Económicas	
				Recreativas	

**Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos****Instrumento de Recolección de Datos – Ficha bibliográfica**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**



**“Características arquitectónicas de un mercado segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de productos; Morales, San Martín”**

**FICHA BIBLIOGRÁFICA**

---

<b>INDICADOR</b>	<b>CASO</b>	<b>IMAGENREFERENCIAL</b>
<b>ACCESOS</b>		
<b>CIRCULACION</b>		
<b>ZONIFICACION</b>		
<b>MATERIALIDAD</b>		
<b>FORMA</b>		
<b>TIPO DE ORGANIZACIÓN</b>		

---



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL Y ARQUITECTURA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**



**“Características arquitectónicas de un mercado segunda generación para mejorar el abastecimiento y expendio de productos; Morales, San Martín”**

Los investigadores están realizando una **encuesta** a la población de San Martín para obtener información sobre los mercados de abastos de segunda generación, su opinión, necesidades, sugerencias y expectativas serán de gran importancia para la investigación y contribuirán para el desarrollo de una óptima propuesta arquitectónica. Indicar que la encuesta es totalmente anónima para salvaguardar la integridad de su persona.

**INSTRUCCIONES:**

Marcar con una “X”, la respuesta que más se acerca a la realidad.

Un mercado de Segunda Generación es aquel que tiene como ventajas: La calidad, frescura y variedad, además de su cercanía con los habitantes, el trato personalizado, la presentación directa y la exposición de sus productos.

**OB1: Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la infraestructura y equipamiento comercial de un mercado de 2da Generación.**

**Indicador: Materiales de la infraestructura**

1. ¿Estaría usted de acuerdo que en el mercado de segunda generación se utilice materiales resistentes a los diferentes cambios climáticos de la zona? (pinturas, acabados y estructuras resistentes)
  - a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Volumen de la infraestructura**

2. ¿Estarías de acuerdo que el mercado de segunda generación cuente con varios niveles de pisos que ayude a una tener una circulación?
  - a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Puestos de exhibición**

3. ¿Estaría usted de acuerdo que en el mercado de Segunda Generación se incorpore puestos temporales de drywall y fierro, en zonas estratégicas donde se ofrezcan productos de la zona?
  - a. Muy de acuerdo

- b. De acuerdo
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d. En Desacuerdo
- e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Condiciones viales**

4. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se plantee varios ingresos para así tener una mejor accesibilidad por diferentes vías?
- a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo

**OB2: Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de la funcionalidad y articulación de espacios de un mercado de Segunda Generación.****Indicador: Funcionalidad del área húmeda**

5. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se implemente un área de lavado para puestos dedicados a la venta de pollo, carne, pescado fresco, etc.? (zona húmeda)
- a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Funcionalidad del área semihúmeda**

6. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación los productos que se ofrecen en el área semihúmeda (frutas, embutidos, lácteos, etc.) se exhiban en conservadoras y otros equipos adecuados?
- a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Funcionalidad del área de carga y descarga**

7. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación cuente con un área de estacionamiento destinado al área de carga y descarga de productos?
- a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Funcionalidad de almacenamiento**

8. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se implemente un área de calidad de almacenamiento, seleccionado por tipo de productos?
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - En Desacuerdo
  - Muy en desacuerdo

**Indicador: Indicador: Funcionalidad de almacenamiento**

9. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se plantee espacios complementarios de gimnasio y áreas de esparcimiento?
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - En Desacuerdo
  - Muy en desacuerdo

**Indicador: Indicador: Dimensión de los puestos de venta**

10. ¿Estarías de acuerdo que en el mercado de segunda generación se plantee dimensiones amplias de los puestos de venta para una mejor exhibición de productos?
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - En Desacuerdo
  - Muy en desacuerdo

**Indicador: Indicador: Dimensión de las circulaciones**

11. ¿Estarías de acuerdo que en el mercado de segunda generación se plantee dimensiones amplias en las circulaciones?
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - En Desacuerdo
  - Muy en desacuerdo

**OB3: Mejorar el servicio de abastecimiento y expendio de productos en el distrito de Morales provincia de San Martín mediante características arquitectónicas de aspectos tecnológicos de un mercado de Segunda Generación.**

**Indicador: Indicador: Tecnología de equipos frigoríficos**

12. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se utilice tecnología en los equipos frigoríficos para una adecuada conservación de alimentos?
- Muy de acuerdo
  - De acuerdo
  - Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - En Desacuerdo

e. Muy en desacuerdo

**Indicador: Indicador: Sistema constructivo**

13. ¿Estaría de acuerdo usted que en el mercado de segunda generación se utilice un nuevo sistema constructivo como el Joistec?(sistema que ayuda a tener grandes luces y grandes superficies libres de columnas)
- a. Muy de acuerdo
  - b. De acuerdo
  - c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
  - d. En Desacuerdo
  - e. Muy en desacuerdo