

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS O RESPUESTA TENTATIVA	VARIABLES	MARCO TEÓRICO	OPERACIONALIZACIÓN
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis o respuesta tentativa general: Las estrategias comerciales de reactivación económica influyen en el diseño arquitectónico de una nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna, 2022.	V. Independiente V. Dependiente	1-Reactivación Económica Es una fase en la economía, tras vivir en una crisis ha provocado la retracción de la misma, empieza a recuperarse y registra un crecimiento de los niveles perdidos por la pandemia o recesión. (Coll, 2021) 2- Nueva centralidad Comercial La teoría de la centralidad comercial de un lugar se enfoca en la oferta de servicios y poder atraer a las personas residentes en la cual se configura su radio o influencia, el desplazamiento de los consumidores responde al principio de proximidad, también son centralidades de concentración del empleo que genera una población activa. (Christaller, 1966)	Bases teóricas El tipo de investigación es no experimental transicional o transversal. Y tiene un enfoque mixto pues comprende el enfoque cuantitativo como cualitativo. Así mismo el nivel de investigación es Descriptivo-Método y diseño de la investigación
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas -Las estrategias comerciales de reactivación económica determinan el diseño arquitectónico de una nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna.	Indicadores	-Producción de bienes y servicios • Calidad de servicio -Turismo receptivo -Requerimientos de áreas	La presente investigación el diseño adoptado tiene un enfoque mixto. La técnica empleada en esta investigación es, la técnica de investigación de campo como: Encuesta y Observación; también se utilizó la técnica de investigación documental como: revisión documental. Para dar respuesta a las preguntas de investigación se utilizaron instrumentos como: Cuestionario, Ficha de Observación y Ficha de análisis de contenido
		¿Cuáles son las estrategias comerciales de la reactivación económica para diseñar una nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna?	Determinar los criterios urbanos-arquitectónicos para la nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna.	-Los criterios urbanos-arquitectónicos determinan el diseño de una nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna.	
		¿Cuáles son los criterios urbanos-arquitectónicos para la nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna?			

ANEXO 02

FICHA DE OPINIÓN DE EXPERTOS (FORMATO)

FICHA DE OPINIÓN DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del Experto:
- 1.3 Profesión:
- 1.4. Institución donde labora:
- 1.6 Denominación del Instrumento:
-
- 1.7. Autor del instrumento:
- 1.8 Título de la tesis:
.....
-

II. ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS <i>Sobre los ítems del instrumento</i>	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Buen
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y susvalores son apropiados					
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					
SUMATORIA PARCIAL						
SUMATORIA TOTAL						

OPINIÓN DE LA APLICACIÓN: Favorable: Debe mejorar: No favorable:

OBSERVACIONES:

.....
.....

Tacna, 2022

Firma del experto

ANEXO 03

**SÍNTESIS DE MARCO TEÓRICO
“ANTECEDENTES NACIONALES E
INTERNACIONALES”**

ANEXO 3: Síntesis de marco teórico: Antecedentes

MARCO TEÓRICO							
ANTECEDENTES NACIONALES				CONCLUSIÓN			
Nº	AUTOR	AÑO	TÍTULO	OBJETIVO	MÉTODOLOGIA	RESULTADOS	APORTE
1	Chong,Mario	2020	"Innovación abierta como clave para la reactivación económica"	Tuvo como objetivo caracterizar la oferta -demanda, unificar y plantear recomendaciones de las nuevas ubicaciones de los comerciantes. De esta forma las personas estarán más cerca para adquirir los servicios.	Está basada en la recolección de datos, transformación y analítica con la aplicación de modelos de optimización e inteligencia artificial para comprender la problemática y proponer recomendaciones adecuadas, y se tomó en cuenta las estadísticas de manera interactiva.	El estudio mostró que los espacios cerrados y de gran flujo son los más riesgosos ante el COVID-19, la iniciativa del proyecto ayudará a reducir los contagios que se incrementan durante los días festivos.	El estudio concluyó que el proyecto cuenta con cinco puntos más representativos según el índice de una centralidad y accesibilidad, donde se podrían establecer diferentes espacios para los comerciantes y población en tiempos de Covid-19.
2	Espinosa Curi, Sergio Andres	2021	"Estrategias de renovación urbana para optimizar el comercio urbano del sector de San Pablo- La Victoria."	Determinar las estrategias de renovación urbana indicadas para optimizar el comercio urbano del sector de San Pablo- La Victoria.	la metodología de investigación es de enfoque cualitativo diseño fenomenológico y su alcance es descriptivo, es por ello que la investigación dará las referencias necesarias acerca de las características, cualidades externas e internas, las propiedades y los rasgos esenciales de los fenómenos estudiados en un contexto y tiempo determinado.	Los resultados consideran que estado actual del área de estudio la ubicación geográfica es favorable por su conexión a tres avenidas colectoras y existe una variedad de equipamientos que favorecen a los ciudadanos del sector , también se definió las estrategias de urbanismo táctico del sector que son : Cine vino , la convivencia social y cultural a personas de bajos recursos, Pavimento a Parque, la incentivación aun mayor tránsito frente a los comercios urbanos un óptimo confort urbano al transformar áreas de asiento por uno más agradable para descansar, Vendedores Ambulantes siendo la solución para el comercio informal en una avenida principal, logrando jerarquizarlos, ubicarlos en un lugar más visible.	La tesis concluyó que el sector de San Pablo es óptimo para desarrollar el comercio urbano y existen áreas donde se podrían aplicar estrategia urbana táctico por su fácil implementación y el efecto que produce en sector comercial. Por medio de la investigación, las entrevistas y las fichas de observación se identificó 3 estrategias de urbanismo táctico para solucionar los problemas existentes las cuales son: "Cine Vino" , "Pavimento a Parque" y "Vendedores Ambulantes". Logrando fomentar la convivencia social generando oportunidades de negocio para los pobladores del sector, también disminuir el aparcamiento informal, incentivar mayor tránsito peatonal frente al comercio urbano, generar confort urbano por medio de los equipamientos en puntos estratégicos, crear negocios más visitados por medio del diseño ergonómico tanto como para el vendedor y el comprador y así se ayudaríamos a la mejoría de la informalidad del sector
3	Figueroa Martinez, Luis Enrique Pardo	2017	Estrategias de intervención en los espacios públicos para mejorar la calidad de vida urbana. Caso Urb. Santa Margarita, Piura - 2017"	Determinar las estrategias de intervención en espacios públicos que posibiliten el desarrollo de la Urb. Santa Margarita, no sin antes partir del análisis sociodemográfico y de la calidad de vida urbana.	La metodología de investigación es de tipo Correlacional y su diseño de investigación es Cuasi-experimental de corte transversal y enfoque mixto, el estudio es de carácter exploratorio.	Los resultados consideran que la estrategia de intervención en general se obtuvo que existe correlación con los componentes que existen de la Calidad de Vida Urbana, por medio de observación y entrevista a los expertos se encontró que los problemas inciden en dos naturalezas principalmente, el primero es la inexistencia de áreas verdes, juegos de recreación y en la segunda se encuentran los problemas de medidas del pavimento y señalización como se reflejan en las veredas y pistas, en este sentido se priorizan estrategias de infraestructura como ambientales para dotar de mejores espacios de concurrencia especialmente a los habitantes.	Como aporte la utilización de ciertas estrategias arquitectónicas, ya que los habitantes tendrán una mejor Calidad de Vida Urbana la cual se reflejará en su conducta, participación y la confluencia en los espacios de su agrado.

ANEXO 3: Síntesis de marco teórico: Antecedentes

MARCO TEÓRICO						
ANTECEDENTES INTERNACIONALES						
Nº	AUTOR	AÑO	TÍTULO	OBJETIVO	MÉTODO/LOGIA	RESULTADOS
1	Cruz García Larios, Juan Antonio; Garza Sanchez, Tiso Javier; Hernandez Gracia, Javier Cano; Guillen, Francisco Espinosa Morales	2021	'Contexto de un modelo de uso de las interacciones de la estancia turística en el sector covid-19: implicaciones para la biosseguridad'	Analizar y contrastar un modelo de uso de las interacciones de la estancia turística en la era covid-19: implicaciones para la biosseguridad	La metodología utilizada en este estudio consistió en el "contexto de un modelo de uso de las interacciones de la estancia turística en el sector covid-19: implicaciones para la biosseguridad".	Los resultados consideraron que implementar protocolos de seguridad más estrictos, así como el uso de tiempo para obtener la muestra, se efectuó un método de muestra probabilístico de 100 universitarios, tomando servicios turísticos y servicio social.
2	Jesús Muñoz Coyula, Jhon Rodríguez, John Burgos Burgos	2021	'Medios electrónicos y redes sociales en los entornos comerciales para impulsar estrategias para la reactivación económica'	Analizar las relaciones entre los medios electrónicos y redes sociales mediante las estrategias y las herramientas de marketing digital para impulsar estrategias para la reactivación económica.	El método investigativo está basado en un modelo de encuestas estructuradas, para ello se elaboró un cuestionario para los emprendedores que realizan sus actividades en los centros comerciales, y se elaboró una encuesta para los medios electrónicos con la finalidad de recopilar información sobre las necesidades de las personas para la reactivación económica ya que las personas tienen una gran demanda de información que aplica al turismo.	El estudio mostró en sus resultados que los medios electrónicos y las estrategias que se aplican están optimizando la vinculación entre los emprendedores y la población en general, y la posibilidad de reactivar el turismo. El índice de biosseguridad como efectivo para las partes involucradas mediante el proceso de identidad y satisfacción que aplica el turismo.
3	Eleonora Leicht, Arcenia Arancay Matos Santesteban, Leonardo Gomez Serna	2019	"Las centralidades urbanas en el contexto actual: Avances teóricos y metodológicos en clave de laboratorio"	El objetivo es posicionar el concepto de centralidades urbanas en el sistema territorial, esencializar la planificación urbana a identificar atributos y potencialidades de las diversas centralidades que se localizan en Montevideo.	Tuvo un enfoque cuantitativo, mediante recolección de datos que fueron analizados, se realizaron encuestas en la vía pública como Encuestas de intrusión, se aplicó en usuarios, y transcurridas de las centralidades, el criterio de selección está basado en las diversas áreas: urbano-territorial, comercial, cultural y educativa.	Los resultados y reflexiones definieron una nueva forma de acceso y desplazamiento hacia la centralidad ya sean sistemas de transporte o áreas destinadas a la circulación peatonal según la parágrafo, especificidad, delimitación y área de influencia.
4	José Alejandro García Holguín	2019	'Diseño arquitectónico de un centro comercial sostenible para revitalización de actividades en la ciudad de Upipa.'	El objetivo es determinar qué manera las actividades comerciales y de ocio, dinamizan la economía local de la ciudad de Upipa, mediante el comercio y el turismo.	La metodología de la investigación se basó en la recopilación de datos, donde se identificaba los equipamientos existentes del lugar y se realizó una investigación exploratoria, con un encusso a la población local donde se identificó las necesidades de la población y la falta de ordenamiento formal para el comercio.	El estudio mostró que las necesidades de la población son altas donde se ve la necesidad de crear un espacio que permita desarrollar las actividades comerciales para contribuir el desarrollo económico y reactivo.
5	Edwin Roberto Zumba Lango, Fedy Márquez Ruiz Ortiz, Héctor Manuel Cepeda Godoy, Marco Eduardo Moreno Estrada	2019	'Reativación de espacios públicos desde la visión arquitectónica urbanística'	Los objetivos son: recrear el diseño urbano desde la visión arquitectónica, capaz de integrar las variables y dimensiones de reactivación en espacio público a partir del diagnóstico de la situación actual y su relación con el entorno inmediato.	La metodología de investigación se aplicaron diversos métodos, como el inductivo-deuctivo, que permitió identificar los problemas y sus causas y extraer conclusiones concisas.	El estudio mostró en sus resultados que las estrategias urbanas planteadas de reactivación en la ciudad de Bogotá, constituyó la base principal para el bautismo del nuevo espacio público que se consideró como referencial, las calles principales de la ciudad, se propone a la circulación peatonal fluida que invita a recorrer todo el espacio público, se implementa puntos estratégicos para buses eso fortalecerá la interrelación entre el espacio público y su zona de terrazas que se proponían.
6	Valeria Hernández Miranda	2019	'Reativación y Optimización de Tiendas Comerciales: Actividad Comercial como mecanismo dinamizador del Espacio Público'	Reativación y Optimización de espacios públicos desde la visión arquitectónica urbanística	La metodología de investigación se enfocó en un repertorio de acciones proyectuales que se resientan en el espacio público a lo largo del eje en cada uno de los cinco casos, los cuales proporcionan dinámicas urbanas que van configurando el espacio físico a su alrededor por medio de, ya sea móvil o fijo, se establece una conexión entre el espacio público y el espacio privado.	El estudio mostró en sus resultados estrategias proyectuales que son la sostenibilidad que es el aprovechar la capacidad de atracción que tiene el comercio para generar un incremento del tránsito peatonal. Vialidad: tener espacios públicos que prioriza al peatón y busca recuperar la calle como espacio de encuentro, generando una conexión entre el tránsito peatonal y la vida urbana de la ciudad.

ANEXO 04

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
ENCUESTA**

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

TESIS DE PRE GRADO

"ESTRATEGIAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN EL DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UNA NUEVA CENTRALIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE TACNA, 2022"Encuesta realizada a Turista nacional en el Terminal Terrestre Nacional Manuel Odría

El presente cuestionario busca recoger información sobre las tendencias y preferencias en turismo y comercio, que puedan dirigir la atención de los turistas que visitan la ciudad de Tacna, comprender sus necesidades y poder atenderlas dentro de los establecimientos comerciales determinarían las estrategias de reactivación económica en el diseño arquitectónico de una nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna. Por favor complete este cuestionario. Su opinión es importante. Marque con una "X" la respuesta que usted crea conveniente:

FECHA	Día <u>08</u> Mes <u>Jo</u> Año <u>2022</u>	Nº ENCUESTA	<u>01</u>
HORA	Mañana _____ Medio día _____ Tarde <u>X</u>	GÉNERO	F () M (<u>X</u>)
EDAD	18-28 () 29-39 () 40-50 (<u>X</u>) +50 ()		

1. ¿Cuántas veces a la semana visita la ciudad de Tacna?

- 01 días
- 02 días
- 03 días
- Más de 4 días

2. ¿Cree usted que existe una correcta distribución de las zonas comerciales en la ciudad de Tacna?

- Si
- No

3. ¿Cree usted que es necesario una nueva infraestructura comercial para impulsar la reactivación económica en Tacna?

- Si
- No

4. ¿Cree usted que es necesario que un centro comercial cuente con zonas de aire libre?

- Si
- No

5. ¿Dónde le gustaría que la nueva infraestructura comercial este ubicado?

- Zona céntrica
- Zona Periférica
- No sabe

6. ¿Le gustaría que la nueva infraestructura cuente con una zona de estacionamiento gratuito?

- Si
- No

7. ¿Le gustaría que la nueva infraestructura cuente con terrazas?

- Si
- No

8. ¿Qué tipo de negocio le gustaría encontrar en la nueva infraestructura comercial?

- Restaurants
- Supermercados
- Tiendas de ropa
- Zona de juegos

9. ¿Qué tipos de actividades realiza cuando visita la ciudad de Tacna?

- Lugares de diversión
- Restaurantes
- Tiendas para realizar shopping

10. ¿Cree que debido al covid 19 todos los centros comerciales deberían aperturar más espacios públicos?

- Si
- No

11. ¿Le gustaría que el centro comercial cuente con un aplicativo de todas sus tiendas y poder realizar sus compras virtuales?

- Si
- No

12. ¿Le gustaría que el centro comercial cuente con una zona especial para el recojo de sus compras virtuales?

- Si
- No

13. ¿Cómo califica usted los servicios comerciales ofrecidos, es acorde a sus necesidades?

- Muy bueno
- Bueno
- Adaptable
- Malo
- Muy malo

14. ¿Considera un aporte positivo a la imagen urbana y reactivación económica el proyecto de una nueva infraestructura comercial?

- Si
- No

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

TESIS DE PRE GRADO

"ESTRATEGIAS DE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA EN EL DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE UNA NUEVA CENTRALIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE TACNA, 2022"Encuesta realizada a Turista internacional en el Terminal Terrestre Internacional Manuel Odria

El presente cuestionario busca recoger información sobre las tendencias y preferencias en turismo y comercio, que puedan dirigir la atención de los turistas que visitan la ciudad de Tacna, comprender sus necesidades y poder atenderlas dentro de los establecimientos comerciales determinarían las estrategias de reactivación económica en el diseño arquitectónico de una nueva centralidad comercial en la ciudad de Tacna. Por favor complete este cuestionario. Su opinión es importante. Marque con una "X" la respuesta que usted crea conveniente:

FECHA	Día <u>08</u> Mes <u>10</u> Año <u>2022</u>	Nº ENCUESTA	<u>06</u>
HORA	Mañana _____ Medio día _____ Tarde <input checked="" type="checkbox"/>	GÉNERO	F <input type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/>
EDAD	18-28 <input type="checkbox"/> 29-39 <input checked="" type="checkbox"/> 40-50 <input type="checkbox"/> +50 <input type="checkbox"/>		

1. ¿Cuántas veces a la semana visita la ciudad de Tacna?

- 01 días
 02 días
 03 días
 Más de 4 días

2. ¿Cree usted que existe una correcta distribución de las zonas comerciales en la ciudad de Tacna?

- Si
 No

3. ¿Cree usted que es necesario una nueva infraestructura comercial para impulsar la reactivación económica en Tacna?

- Si
 No

4. ¿Cree usted que es necesario que un centro comercial cuente con zonas de aire libre?

- Si
 No

5. ¿Dónde le gustaría que la nueva infraestructura comercial este ubicado?

- Zona céntrica
 Zona Periférica
 No sabe

6. ¿Le gustaría que la nueva infraestructura cuente con una zona de estacionamiento gratuito?

- Si
 No

7. ¿Le gustaría que la nueva infraestructura cuente con terrazas?

- Si
 No

8. ¿Qué tipo de negocio le gustaría encontrar en la nueva infraestructura comercial?

- Restaurants
 Supermercados
 Tiendas de ropa
 Zona de juegos

9. ¿Qué tipos de actividades realiza cuando visita la ciudad de Tacna?

- Lugares de diversión
 Restaurantes
 Tiendas para realizar shopping

10. ¿Cree que debido al covid 19 todos los centros comerciales deberían aperturar más espacios públicos?

- Si
 No

11. ¿Le gustaría que el centro comercial cuente con un aplicativo de todas sus tiendas y poder realizar sus compras virtuales?

- Si
 No

12. ¿Le gustaría que el centro comercial cuente con una zona especial para el recojo de sus compras virtuales?

- Si
 No

13. ¿Cómo califica usted los servicios comerciales ofrecidos, es acorde a sus necesidades?

- Muy bueno
 Bueno
 Adaptable
 Malo
 Muy malo

14. ¿Considera un aporte positivo a la imagen urbana y reactivación económica el proyecto de una nueva infraestructura comercial?

- Si
 No