



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Qallpa: Centro para el desarrollo y difusión de la moda en el distrito de La Victoria.

TESIS

Para optar el título profesional de Arquitecta

AUTORA

Agapito Huaman, Aime Joseline

(ORCID: 0000-0001-9198-8197)

ASESORA

Román Chipoco, Liliana Elisa

(ORCID: 0000-0002-3941-7896)

Lima, Perú

2022

Metadatos Complementarios

Datos de la autora

Agapito Huaman, Aime Joseline

Tipo de documento de identidad de la AUTORA: DNI

Número de documento de identidad de la AUTORA: 71337366

Datos de asesora

Román Chipoco, Liliana Elisa

Tipo de documento de identidad de la ASESORA: DNI

Número de documento de identidad de la ASESORA: 25677919

Datos del jurado

JURADO 1: Fernández Cárdenas, Óscar Aníbal, DNI 10268493, Orcid 0000-0001-9359-8379

JURADO 2: Baltodano Sinues, Adolfo, DNI 06237787, Orcid 0000-0001-8837-1241

JURADO 3: Altamirano Carbajal, Fiorella Olinda, DNI 44927214, Orcid 0000-0002-9276-0351

Datos de la investigación

Campo del conocimiento OCDE: 6.04.08

Código del Programa: 731156

A mis padres y familia, gracias por estar conmigo en los tiempos difíciles y compartir mis logros.

A mis amigos, gracias por su apoyo y consejos.

A mis gatos, Murph y Negro por acompañarme en las amanecidas.

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis es para todos peruanos que dejaron sus tierras, familias y vidas para apostar por sus sueños a la capital, trabajando arduamente hasta crear todo un emporio.

RESÚMEN

La tesis Qallpa, es un proyecto arquitectónico en el centro del emporio comercial de La Victoria, el cual se realizó a partir de varios análisis de problemas arquitectónicos y sociales. Podemos notar en el aspecto arquitectónico como hay ausencia de equipamiento urbano, como parques y mobiliarios, a su vez analizamos el contexto comercial con respecto a los puntos venta y como ello repercute sobre los usuarios, que han adaptado a espacios muy reducidos en horarios laborales prolongados. Otro punto de análisis fue como siendo la moda su mayor atractivo no se brindan los espacios adecuados para su promoción.

El tema de arquitectura comercial para MYPES, busca generar una propuesta que brinde de espacios confortables para contribuir con el desenvolvimiento de los emprendimientos del rubro de la moda, los cuales han sido fuertemente afectados en la pandemia.

Palabras claves: arquitectura comercial, retail, MYPE, comercio, pasarela.

ABSTRACT

The Qallpa thesis is an architectural project in the center of the commercial emporium of La Victoria, which was carried out based on various analyzes of architectural and social problems. We can notice in the architectural aspect how there is an absence of urban equipment, such as parks and furniture, in turn we analyze the commercial context with respect to the points of sale and how this affects users, who have adapted to very small spaces in long working hours. . Another point of analysis was how, being fashion its main attraction, adequate spaces are not provided for its promotion.

The theme of commercial architecture for MYPES seeks to generate a proposal that provides comfortable spaces to contribute to the disbursement of enterprises in the fashion sector, which have been strongly affected by the pandemic.

Keywords: *commercial architecture, retail, MYPE, commerce, Fashion Runway.*

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	IV
RESÚMEN	V
ABSTRACT	III
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VI
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: GENERALIDADES	4
1.1. Tema	6
1.2. Justificación de la Investigación	7
1.3. Importancia, relevancia y originalidad	8
1.4. Problemáticas	10

1.5. Objetivos	11
1.5.1. Objetivo general	11
1.5.2. Objetivos específicos	11
1.6. Alcances y limitaciones	12
1.6.1. Alcances	12
1.6.2. Limitaciones	¡Error! Marcador no definido.
1.6. Viabilidad	13
1.6. Esquema metodológico	13
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	¡Error! Marcador no definido.
2.1. Antecedentes	17
2.1.1. Referentes nacionales	17
2.1.2. Referentes Internacionales	18

2.2.	Base teórica	20
2.3.	Base Conceptual	21
CAPÍTULO III: MARCO CONTEXTUAL		23
3.1.	Marco histórico	24
3.2.	Análisis del lugar	25
3.3.	Sectorización	26
3.4.	Análisis de Gamarra	27
3.5.	Análisis ambiental	28
3.6.	Análisis demográficos	30
3.7.	Aspectos arquitectónicos	31
3.8.	Síntesis	32
CAPÍTULO IV: ANÁLISI MYPE		33
CAPÍTULO V: CRITERIOS DE DISEÑO		43
5.1.	Terreno	44

5.2.	Proyecto	46
5.2.1.	Criterios de diseño	46
5.2.2.	Criterios Normativos	52
5.2.3.	Criterios Funcionales	53
5.2.4.	Criterios Ambientales	54
CAPÍTULO VI: PROYECTO		56
5.1.	Programa Arquitectónico	57
5.2.	Zonificación	58
5.3.	Planimetría	59
5.3.1.	Paisajismo	59
5.3.2.	Arquitectura	61
5.3.3.	Estructuras	66
5.3.4.	Vistas	68
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES		71

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

73

Índice de figuras

Figura 1 Render Elaboración Propia	1
Figura 2 Fotografía ambulantes	5
Figura 3 Render Elaboración Propia	.
Figura 4 Fotografía emporio comercial	5
Figura 5 Intermoda 70	5
Figura 6 Emporio comercial frente a la pandemia	5
Figura 7 Fotografía Perú	7
Figura 8 La contaminación en La Victoria	10
Figura 9 Fotografía Parque Cánepa	10
Figura 10 Fotografía de eventos de moda realizados en la vía pública	10
Figura 11 Fotografía centro comerciales en Cánepa	10
Figura 12 Fotografía Canva	13
Figura 13 Fotografía Canva	13
Figura 14 Fotografía Canva	13
Figura 15 Fotografía Canva	14
Figura 16 Fotografía Canva	14
Figura 17 Fotografía Canva	14
Figura 18 Fotografía la torre de Gamarra	17
Figura 19 Edificios Híbridos en Lima - gráfico	17
Figura 20 Edificios Híbridos en Lima - gráfico	17
Figura 21 Fotografía Archdaily	18
Figura 22 Fotografía Archdaily	18
Figura 23 Fotografía Archdaily	18
Figura 24 Fotografía Archdaily	18
Figura 25 Fotografía Archdaily	19

Figura 26 Fotografía Archdaily	19
Figura 27 Fotografía Archdaily	19
Figura 28 Ilustración istock	21
Figura 29 Gráfico Moda	21
Figura 30 Imagen elaboración propia	25
Figura 31 Plano del Plan de Lima 2035	25
Figura 32 Ilustración del Comercio sobre informalidad en Gamarra	26
Figura 33 Mapa vías	27
Figura 34 Edificio Híbrido en Lima	27
Figura 35 Imagen - elaboración propia	27
Figura 36 Imagen – Frisancho Larico	28
Figura 37 Imagen – Frisancho Larico	28
Figura 38 Posición Solar de Gamarra	29
Figura 39 Imagen – Elaboración Propia	30
Figura 40 Imagen – Elaboración Propia	31
Figura 41 Grafico - Elaboración propia	32
Figura 42 Ilustración Propia	35
Figura 43 Edificios Híbrido en Lima	38
Figura 44 Fotografía de los desfiles de moda en vía pública	39
Figura 45 Fotografía del diario El comercio sobre los desfiles de moda	39
Figura 46 Imagen - Elaboración propia	44
Figura 47 Imagen Gamarra	45
Figura 48 Imagen Gamarra	45
Figura 49 Imagen Gamarra	45
Figura 50 Imagen Gamarra	45
Figura 51 Fotografía lettering cultura chicha	50
Figura 52 Imagen - Elaboración propia	50

Índice de tablas

Tabla 1 Tipología de empresas peruanas según SUNAT	36
Tabla 2 Alquileres de stand en Lima	37

Índice de figuras

Figura 1 Render Elaboración Propia	1
Figura 2 Fotografía ambulantes	5
Figura 3 Render Elaboración Propia	.
Figura 4 Fotografía emporio comercial	5
Figura 5 Intermoda 70	5
Figura 6 Emporio comercial frente a la pandemia	5
Figura 7 Fotografía Perú	7
Figura 8 La contaminación en La Victoria	10
Figura 9 Fotografía Parque Cánepa	10
Figura 10 Fotografía de eventos de moda realizados en la vía pública	10
Figura 11 Fotografía centro comerciales en Cánepa	10
Figura 12 Fotografía Canva	13
Figura 13 Fotografía Canva	13
Figura 14 Fotografía Canva	13
Figura 15 Fotografía Canva	14
Figura 16 Fotografía Canva	14
Figura 17 Fotografía Canva	14
Figura 18 Fotografía la torre de Gamarra	17
Figura 19 Edificios Híbridos en Lima - gráfico	17
Figura 20 Edificios Híbridos en Lima - gráfico	17
Figura 21 Fotografía Archdaily	18
Figura 22 Fotografía Archdaily	18
Figura 23 Fotografía Archdaily	18
Figura 24 Fotografía Archdaily	18
Figura 25 Fotografía Archdaily	19

Figura 26 Fotografía Archdaily	19
Figura 27 Fotografía Archdaily	19
Figura 28 Ilustración istock	21
Figura 29 Gráfico Moda	21
Figura 30 Imagen elaboración propia	25
Figura 31 Plano del Plan de Lima 2035	25
Figura 32 Ilustración del Comercio sobre informalidad en Gamarra	26
Figura 33 Mapa vías	27
Figura 34 Edificio Híbrido en Lima	27
Figura 35 Imagen - elaboración propia	27
Figura 36 Imagen – Frisancho Larico	28
Figura 37 Imagen – Frisancho Larico	28
Figura 38 Posición Solar de Gamarra	29
Figura 39 Imagen – Elaboración Propia	30
Figura 40 Imagen – Elaboración Propia	31
Figura 41 Grafico - Elaboración propia	32
Figura 42 Ilustración Propia	35
Figura 43 Edificios Híbrido en Lima	38
Figura 44 Fotografía de los desfiles de moda en vía pública	39
Figura 45 Fotografía del diario El comercio sobre los desfiles de moda	39
Figura 46 Imagen - Elaboración propia	44
Figura 47 Imagen Gamarra	45
Figura 48 Imagen Gamarra	45
Figura 49 Imagen Gamarra	45
Figura 50 Imagen Gamarra	45
Figura 51 Fotografía lettering cultura chicha	50
Figura 52 Imagen - Elaboración propia	50

Figura 53 Imagen - Elaboración propia	50
Figura 54 Imagen - Elaboración propia	50
Figura 55 Imagen - Elaboración propia	51
Figura 56 Imagen - Elaboración propia	51
Figura 57 Textura telar	51
Figura 58 Textura tejido	51
Figura 59 Normativo	52
Figura 60 Normativo	52
Figura 61 Normativo	52
Figura 62 Normativo	52
Figura 63 Imagen - Elaboración propia	54
Figura 64 Imagen - Elaboración propia	54
Figura 65 Imagen - Elaboración propia	57
Figura 66 Imagen - Elaboración propia	58
Figura 67 Imagen - Elaboración propia	59
Figura 68 Imagen - Elaboración propia	60
Figura 69 Imagen - Elaboración propia	61
Figura 70 Imagen - Elaboración propia	62
Figura 71 Imagen - Elaboración propia	63
Figura 72 Imagen - Elaboración propia	64
Figura 73 Imagen - Elaboración propia	65
Figura 74 Imagen - Elaboración propia	66
Figura 75 Imagen - Elaboración propia	67
Figura 76 Imagen - Elaboración propia	68
Figura 77 Imagen - Elaboración propia	69
Figura 78 Imagen - Elaboración propia	70
Figura 79 Imagen - Elaboración propia	71

Figura 80 Imagen - Elaboración propia

72

INTRODUCCIÓN

La Victoria se destaca por su pluriculturalidad, dada tras la migración de las personas a la capital, ello influyó en diversos aspectos, uno de ellos fue la historia de Gamarra. A inicios de los años sesenta, se generó una dinámica de grandes flujos de usuarios en los terminales terrestres del Cercado de Lima, Mercado Mayorista La Parada y alrededores, originando puestos de ventas, que con los años se convirtieron en un reconocido centro de comercio del rubro textil. En los años ochenta, tras el auge comercial, el emporio se vio afectado por la llegada del comercio ambulatorio, que generaba desorden, debido a que ocupaban la vía pública, al no poder arrendar un local comercial.

Las microempresas y pequeñas empresas, también llamadas MYPES actualmente representan el 99.5% de empresas en Gamarra, y al no contar con un ingreso fijo para realizar los trámites de formalización optan por la informalidad, hasta obtener mayores ganancias que les permite alquilar locales comerciales a precios desde los 300 dólares.

Es por ello que se propone diseñar un edificio comercial que comprenda espacios que permitan la exposición, difusión, comercio y capacitaciones para sus usuarios. Para lograr repotenciar el carácter textil en la zona sur de Gamarra, el proyecto brindará de servicios complementarios, con una programación basada en estrategias retail, con capacitaciones a las empresas, optimizando espacios para el usuario comprador y proporcionando un espacio público de encuentro a los visitantes. Generando un entorno más dinámico y una catarsis de una zona tan saturada de construcciones.



TEMA DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ARQUITECTURA



QALLPA: CENTRO PARA EL
DESARROLLO EMPRENDEDOR
Y DIFUSIÓN DE LA MODA
EN EL DISTRITO DE LA
VICTORIA

ASESORA:

ARQ. LILIANA ELISA ROMÁN CHIPOCO

AUTORA:

BACH. AIME JOSELINE AGAPITO HUAMÁN

LIMA 2021

INTRODUCCIÓN

La Victoria se destaca por su pluriculturalidad, dada tras la migración de las personas a la capital, ello influencio en diversos aspectos, uno de ellos fue la historia de Gamarra. A inicios de los años sesenta, se generó una dinámica de grandes flujos de usuarios en los terminales terrestres del Cercado de Lima, Mercado Mayorista La Parada y alrededores, originando puestos de ventas, que con los años se convirtieron en un reconocido centro de comercio del rubro textil.

En los años ochenta, tras el auge comercial, el emporio se vió afectado por la llegada del comercio ambulatorio, que generaba desorden, debido a que ocupaban la vía publica, al no poder arrendar un local comercial.

Las microempresas y pequeñas empresas, también llamadas MYPES actualmente representan el 99.5% de empresas en Gamarra, y al no contar con un ingreso fijo para realizar los trámites de formalización optan por la informalidad, hasta obtener mayores ganancias que les permite alquilar locales comerciales a precios desde los 300 dólares.

Es por ello que se propone diseñar un edificio comercial que comprenda espacios que permitan la exposición, difusión, comercio y capacitaciones para sus usuarios. Para lograr repotenciar el carácter textil en la zona sur de Gamarra, el proyecto brindará de servicios complementarios, con una programación basada en estrategias retail, con capacitaciones a las empresas, optimizando espacios para el usuario comprador y proporcionando un espacio público de encuentro a los visitantes. Generando un entorno más dinámico y una catarsis de una zona tan saturada de construcciones.



- 1.1. EL TEMA
- 1.2. JUSTIFICACIÓN
- 1.3. IMPORTANCIA,
RELEVANCIA Y
ORIGINALIDAD
- 1.4. EL PROBLEMA
- 1.5. OBJETIVOS

CAP.1 GENERALIDADES

CENTRO PARA MYPES EN LA VICTORIA



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 2

1.1 TEMA

El tema propuesto se encuentra dentro del campo de la arquitectura comercial. El proyecto es un edificio comercial para MYPES del rubro de la moda, ubicado estratégicamente dentro del Damero A de La Victoria, entre la intersección de las vías Jirón Huánuco, Jirón Italia y Jirón Antonio Bazo.

Ello da origen al proyecto **Qallpa: Desarrollo emprendedor y difusión de la moda en el distrito de La Victoria.**

Puntualmente se refiere al desarrollo de un anteproyecto con una programación que busca favorecer a las MYPES, para ello se propondrá un edificio comercial que contará con puntos de venta, espacios para actividades de moda, comercio ancla complementario para atraer mayores flujos de personas, además de una zona para capacitación un trabajo conjunto a PRODUCE (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo).

El proyecto estará diseñado para cumplir con la normatividad, los estándares de la zona de estudio y para optimizar las actividades a los trabajadores y los visitantes.



Figura 7: Fotografía MYPE

1.2 JUSTIFICACIÓN



Figura 6: Confección

- 1 Las condiciones existentes en el emporio comercial, además de la expansión y crecimiento del damero demuestran un gran potencial para la creación de un centro MYPE.
- 2 La propuesta arquitectónica será un diseño que optimice las actividades de los usuarios brindando confort, un recorrido que invite a llegar hasta los niveles superiores donde se desarrollarán los desfiles y demás actividades de moda.
- 3 Se planteará cubrir con las necesidades de las MYPES para su desarrollo, por ello habrá zonas de difusión de la Moda MYPE, pasarela, zona de capacitaciones conjunto a PRODUCE, espacios de recreación, entre otros.

1.3 IMPORTANCIA , RELEVANCIA Y ORIGINALIDAD

1.3.1. ECONÓMICO

- El enfoque principal es promocionar el trabajo de los emprendedores, su economía, acceso a capacitaciones e innovación, a rondas de negocios, entre otras actividades afines, en relación con los usuarios consumidores.

1.3.2. SOCIAL

- El proyecto brinda mecanismos de inserción y aprendizaje a los emprendedores MYPE a través de espacios de trabajo a precios módicos y talleres de la entidad PRODUCE (Ministerio de Trabajo y promoción del empleo).

1.3.3. AMBIENTAL

- Se utilizará estrategias bioclimáticas pasivas que brinden de condiciones óptimas y confort en la edificación.
- El proyecto incorporará pequeñas áreas verdes en diferentes zonas del edificio, usando especies nativas y de bajo consumo de agua.

1.3 IMPORTANCIA , RELEVANCIA Y ORIGINALIDAD

1.3.4. URBANO

- Por su configuración formal y espacial, el edificio se convertirá en un hito en la zona al proponer en el primer piso, un espacio público polivalente de triple altura, sumado a ello, el tratamiento de las fachadas incorporarán texturas y colores salidos de la reinterpretación de los textiles y tejidos andinos.

1.3.5. ARQUITECTÓNICO

- Se propone una infraestructura que busca relacionar a los usuarios y a sus flujos mediante actividades conexas y compatibles, ubicada dentro del Damero A del Emporio Comercial.
- Los espacios han sido diseñados para incentivar a los usuarios a la compra, además de presentar diferentes actividades que crearán toda una experiencia en los usuarios.

1.4 PROBLEMÁTICA



Figura 8: Contaminación



Figura 9: Parque Cánepa



Figura 10: Desfiles



Figura 11: Edificios Gamarra

Gamarra es reconocida por ser el emporio comercial textil más grande del Perú con gran potencial empresarial, sin embargo, actualmente las MYPES enfrentan muchos desafíos, como rentar un espacio comercial de dimensiones regulares en el damero comercial, en promedio cuesta trecientos dólares, es por este motivo que muchos negocios se encuentran en los últimos pisos, alejados de los flujos peatonales. La necesidad de un desarrollo de las micro y pequeñas empresas es ya un hecho innegable, al ser el porcentaje mayoritario de las empresas en Gamarra, por ello se requiere de una infraestructura comercial para emprendedores de la moda, hoy por hoy debido a la gran demanda de espacios a menor precio, algunos funcionarios comenzaron a malversar a gran escala, cobrando hasta trecientos soles por cada m² de vía pública.

Finalmente, en la pandemia hemos evidenciado como la baja del 50% en el porcentaje de ventas ha repercutido en nuestra economía, debido a que los empresarios de Gamarra, no se encontraban actualizados con las herramientas digitales, lo cual ha representado quiebras y liquidación de muchas empresas, por ende, es un tema de suma importancia para la economía del país.

1.5 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar el proyecto arquitectónico **Qallpa: Desarrollo emprendedor y difusión de la moda para el distrito de La Victoria**, a partir de un edificio comercial en Gamarra que responda a las necesidades de las MYPES y usuarios del entorno mediato así como a las necesidades de empresarios, emprendedores, trabajadores y público en general, brindando espacios adecuados para las diferentes actividades del rubro de la moda. Se rige bajo lineamientos de parámetros generales y a su vez lograr brindar de espacios para diferentes actividades del rubro de la moda.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

1

Analizar al emporio comercial de Gamarra y conocer su situación actual, delimitar un área de estudio en donde se analizará al usuario, actividades socio-culturales, así como contexto urbano, equipamiento y sistema vial.

3

Investigar y analizar referentes de edificios comerciales, enfatizando en la distribución espacial, iluminación, la función y materialidad, tomando como referencia antes de formular un diseño y programa del proyecto.

2

Investigar y determinar el perfil del usuario, MYPES y consumidor, ello consiste en identificar la edad predominante, así como sus actividades sociales, culturales, necesidades programáticas y espaciales.

4

Realizar una programación arquitectónica que responda a las necesidades del usuario del entorno inmediato, considerando las normas técnicas para el diseño de espacios comerciales.

1.6 ALCANCES Y LIMITACIONES

ALCANCES

1

La propuesta se basa en el estudio de las necesidades de los comerciantes MYPE, trabajadores, visitantes y público en general del emporio de Gamarra, creando un infraestructura que brinde espacios a este rubro de emprendimientos, en un lugar tan competitivo comercialmente como lo es Gamarra.

2

Se realizará el diseño de QALLPA: Desarrollo emprendedor y difusión de la moda para el distrito de La Victoria, a nivel anteproyecto, presentando plantas, cortes, elevaciones, 3D, detalles arquitectónicos y constructivos.

LIMITACIONES

1

Debido a la gran demanda del metro cuadrado, el proyecto se implantará en un territorio regular, de ubicación estratégica y con un desarrollo volumétrico vertical.

2

Limitación ante la situación de alerta generada por el COVID-19 nos pone ante un nuevo escenario, como los temas de inmovilización por pandemia.

1.7 VIAVIDAD

1.3.1. ECONÓMICO



Figura 12: Incremento

- El proyecto será una inversión pública y es viable pues se trabajará conjunto al Ministerio de trabajo y promoción del empleo (MTPE) para formalizar a las micro y pequeñas empresas, se plantea arrendar locales comerciales a precios asequibles, además contará con comercio ancla y espacios para actividades complementarias.

1.3.2. SOCIAL



Figura 13: Bienestar

- El proyecto será generador de puestos de trabajo, para empresarios MYPES trabajadores y jóvenes talentos diseñadores textiles, el proyecto cuenta con un programa de actividades para difundir la moda peruana, busca ser una infraestructura de apoyo para los emprendedores desde sus inicios.

1.3.3. AMBIENTAL



Figura 14: Sostenible

- El diseño del proyecto cuenta con una orientación volumétrica respecto al ingreso del sol, hay parasoles en algunas zonas para evitar los problemas causados por el asoleamiento y por último, se ha vuelto imprescindible tener espacios ventilados ante la situación del Covid-19.

1.7 VIAVILIDAD

1.3.4. URBANO



Figura 15: Edificio

- Al aumentar la demanda y los costos del metros cuadrado, la zona se volvió netamente comercial tanto así que la municipalidad arrendo hasta los parques que habían en el distrito. El proyecto brinda de espacios públicos para los usuarios.

1.3.5. ARQUITECTÓNICO



Figura 16: Proyecto

- Se propone una infraestructura que considera las actividades complementarias al rubro moda. Los usuarios consumidores, podrán disfrutar de actividades y a la vez podrán recorrer los stand MYPE.

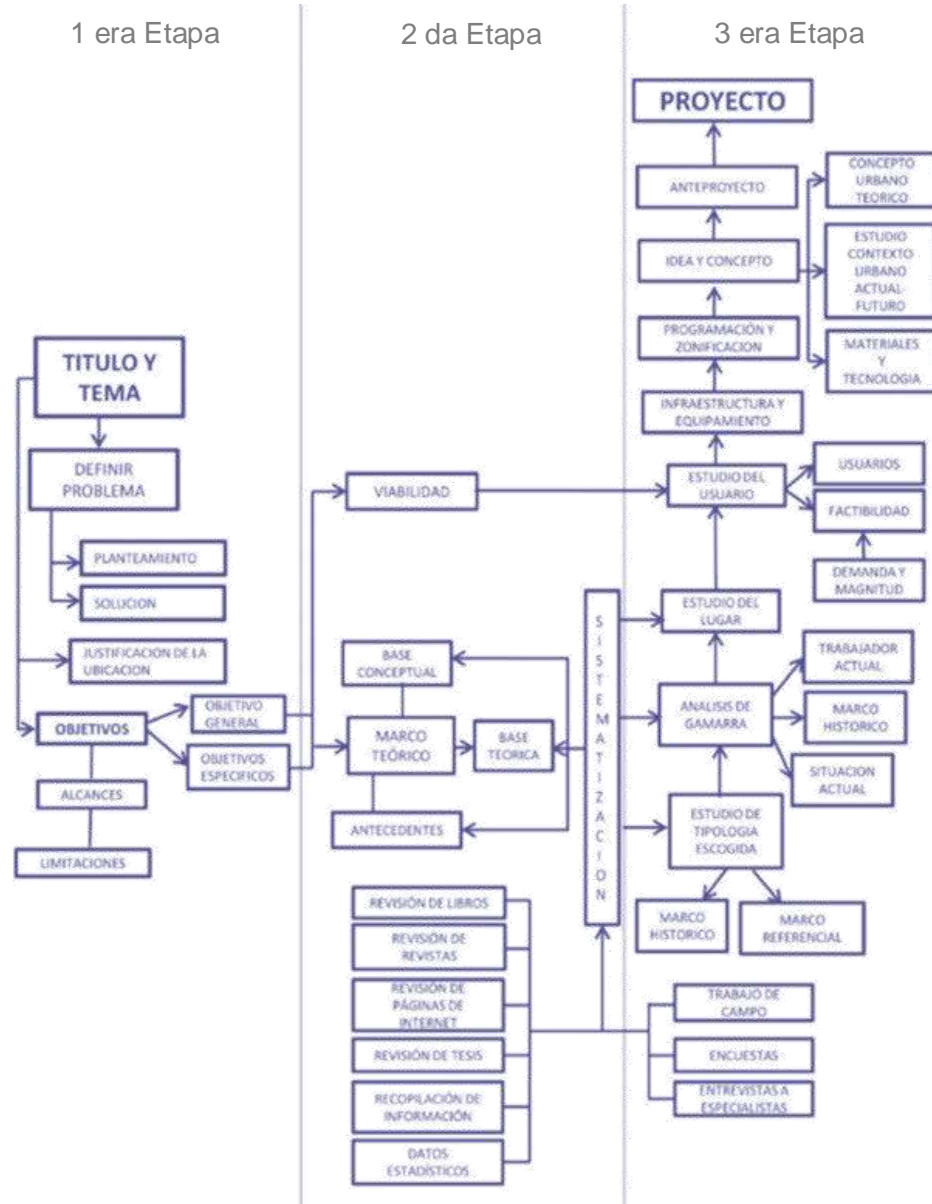
1.3.5. NORMATIVAS



Figura 17: Legal

- El proyecto se encuentra inscrito en SUNARP. Su tipo de uso es de Comercio Metropolitano, con la altura máxima de hasta 12 pisos, limitado por las avenidas: Jr. Huánuco, Jr. Italia y Pasaje Gamarra.

2.4 ESQUEMA METOLÓGICO





- 2.1. ANTECEDENTES
- 2.2. BASE TEÓRICA
- 2.3. BASE
CONCEPTUAL
- 2.4. ESQUEMA
METODOLÓGICO

CAP.2 MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 ANTECEDENTES NACIONALES

La Torre de Gamarra

José Atuncar / Perú / 3000 m²

Ubicado en Gamarra, cercano al parque Cánepa.



Figura 18: Fotografía Fachada, 2016. Recuperado de la página web de La Torre de Gamarra

(Archdaily, s.f.).

Aporte al proyecto:

Aprovechar cada m²

Diseño del Recorrido

Bar mirador

Programa Retail

Strip Mall Paso 28 de Julio

Ubicado en la esquina Av.28 Julio con República de Panamá, Miraflores.

Es un centro comercial que cuenta con 17 pisos, cuenta con tiendas y talleres, un restaurante mirador, un consultorio, etc.

Aporte al proyecto:

Equilibrio Con Comercio Ancla

Vertical

Espacio público Ingreso

Visuales



Figura 19: Vista Aérea



Figura 20: Vista

2.1 ANTECEDENTES

2.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Tokyu Plaza Ginza

Arquitectos Nikken Sekkei / Japón / 3000 m²

Ubicado en Ginza el distrito comercial más famoso



Figura 22: Fotografía



Figura 23: Fotografía



Figura 24: Fotografía

Aporte al proyecto:

Aprovechar
cada m²

Ingresos de
Luz

Visuales

Estructuras
Metálicas

Centro Internacional Santander Emprendimiento

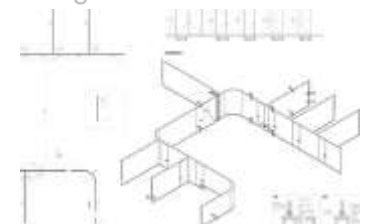
Ángel Blanco, Jacobo Gomis/ España / 450 m²

Realizado para apoyar los emprendimientos en España.

Figura 19: Vista Aérea



Figura 21: módulo



Aporte al proyecto:

Iluminación
Artificial

Modulación

Continuidad
en espacios

Planta libre
para generar
amplitud

2.1 ANTECEDENTES

2.1.2 ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Edificio De Beers Ginza

Jun Mitsui & Associates Architects
/Japón/ 4022 m²

Edificio Comercial.



Figura 25: Fotografía



Figura 26: Fotografía

Aporte al proyecto:

Planta
Libre

Diseño de
Fachada
Imponente

Retail

Verticalidad
genera amplitud
espacial

Edificio comercial en Nishinomiya

T-Square Design Associates/ Japón / 363 m²

Ubicado en un distrito comercial.

Aporte al proyecto:

Aprovechar
cada m²

Enmarcar
Visuales

Iluminación
Natural

Doble
altura



Figura 27: Vista Aérea

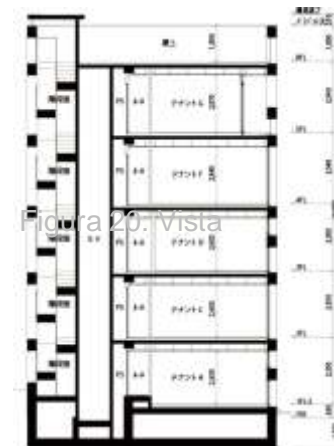


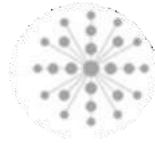
Figura 30: Corte

2.2 BASE TEÓRICA



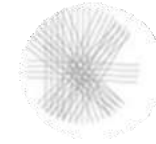
Efecto Gruen

La seducción de los centros comerciales radica en el desconcierto controlado de presentar a cada consumidor, experiencias memorables, ello realiza que el comprador deambule por los pasillos. Y por último la gratificación con el consumo a manera de recompensa y autoafirmación. (Gruen, 2018)



Modelo Homans en el Retail

George Homans (1910), expresa una teoría del intercambio social, para tener en cuenta antes del diseño, consta del proceso del consumidor para la toma de una decisión, además de un costo/ beneficio, su elección también es influenciada por un conjunto de interacciones sociales.



Espacios modulares flexibles

Se refiere a un edificio o espacio es flexible cuando puede adaptarse a diferentes necesidades a lo largo de su vida útil, gracias a las modificaciones de sus usuarios o a la reutilización de su estructura.

(Peñaloza & Curvelo, 2011).

CONCLUSIONES:

Los espacios deberán contar con el diseño del recorrido, además de contar con las teorías del retail para ofrecer experiencia de compra en el usuario. La teoría de la flexibilidad permitirá crecer el área de venta y a su vez se adaptará según los requerimientos de las MYPES.

2.3 BASE CONCEPTUAL

1 MYPES

Según Sunat (2009), Se expresa como Mype a La Micro y Pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Actualmente de las cinco mil empresas en Gamarra inscritas legalmente, el 99.5% son MYPE..



Figura 28: Imagen MYPE

2 MODA

La moda se podría definir como la totalidad de artículos, prendas de vestir, accesorios y demás complementos, los cuales son elegidos según el uso, ocasión y tendencias que se dan durante un periodo determinado. (Rae, 2014)

Ello brinda valor a la imagen personal creando un estilo, por ello la moda siempre se ha visto asociada a Gamarra, pues es un lugar donde puedes encontrar una gran variedad de productos, detrás de cada prenda de vestir hay todo un proceso de Diseño textil y confección.



Figura 29: Imagen moda

2.3 BASE CONCEPTUAL

3 ARQUITECTURA FLEXIBLE

Gausa (2002), la versatilidad es ambivalencia y polivalencia. En la vivienda puede haber un espacio multifacético, es decir un espacio multiplicador, que posee la capacidad de adaptarse con facilidad y rapidez a diversas funciones. Es decir, admite diversas situaciones de uso. Mientras que la diversidad se refiere a la constante simultaneidad de acontecimientos individuales en estructuras globales.

5 PASARELA

Pasillo estrecho y algo elevado, destinado al desfile de artistas, modelos, etc., para que puedan ser contemplados por el público. (RAE, 2015)

4 DISEÑO TEXTIL

Es la disciplina que se enfoca en la elaboración de productos para la industria textil, como es el caso de las fibras, los hilos y tejido textil con propiedades y características específicas, con el objetivo de cumplir con necesidades humanas diversas, utilizados en los campos de la confección y decoración de prendas de vestir. (Gucci, 2012)

6 RETAIL

Barruezo (2003), por su parte, afirma que en el contexto comercial existen algunas alternativas estratégicas que permiten al comerciante asegurar no solo su propia supervivencia sino el éxito a mediano y largo plazo. En general y para cualquier tipo de establecimiento comercial se pueden definir tres grandes estrategias: (a) la especialización, (b) la integración y (c) espacial.



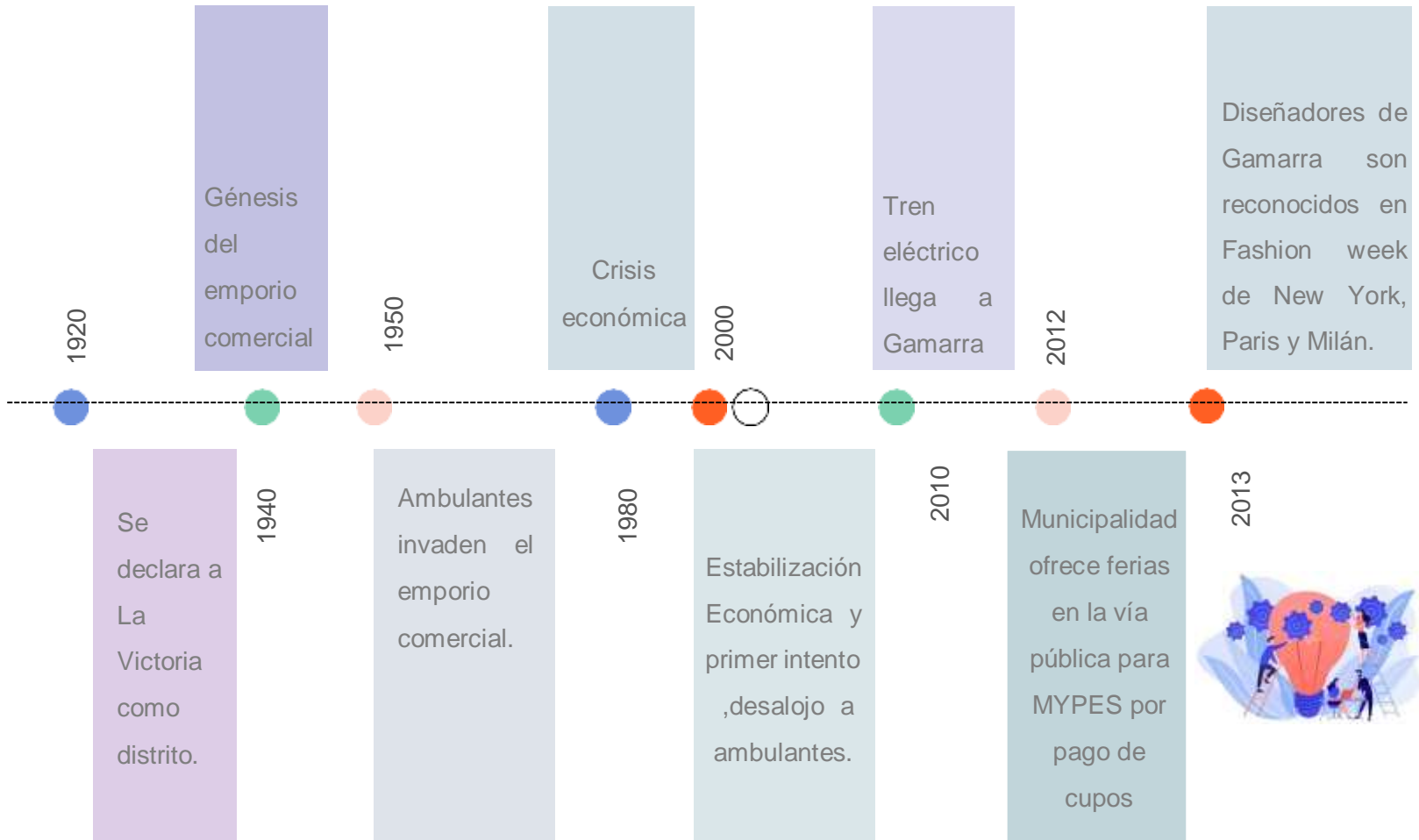
- 3.1 MARCO HISTÓRICO
- 3.2. ANÁLISIS DEL LUGAR
- 3.3. ANÁLISIS AMBIENTAL
- 3.4. ANÁLISIS Y
CARACTERÍSTICAS DEL
USUARIO

CAP.3 MARCO CONTEXTUAL

3.1 MARCO HISTÓRICO

En la siguiente línea de tiempo mencionaremos los acontecimientos más relevantes de la historia de los emprendedores para formar lo que actualmente conocemos como Gamarra.

2.4.1. LÍNEA DE TIEMPO



3.2 ANÁLISIS DEL LUGAR

USO DE SUELO



COMERCIO METROPOLITANO

Residencial Compatible	RDA
Área de lote mínimo	No exigible
Frete mínimo	No exigible
Altura de edificación máxima (mL)	1.5 (a+r) - Max. 20 pisos
Área Libre	Comercio: No exigible Vivienda: Lo que señala la Zonificación Compatible
Estacionamientos	1 cada 50 m ²

Figura 30: Elaboración Propia

El emporio de Gamarra presenta un uso de suelo de Comercio Metropolitano (CM), no se le exige ni frente mínimo ni área libre, altura de 12 pisos, en muchos casos, los edificios comerciales llegan a tener 18-20 pisos, incumpliendo las normas municipales. Tampoco cuentan con estacionamientos, (aduciendo que es una zona peatonal).

ZONIFICACIÓN



Figura 31: según Plan Lima 2035 de la Municipalidad de Lima.

Gamarra, es una zona consolidada de varios edificios comerciales desde los 5 hasta 20 pisos con fachadas vidriadas y en su mayoría dedicado al rubro del comercio textil. Actualmente presenta 3 tipologías, las mypes, Comerciantes formales en edificio comerciales, Galerías y Comerciantes informales. Debido a su acelerado crecimiento la municipalidad ha establecido una normativa exclusiva al sector.

3.3 SECTORIZACIÓN - GAMARRA

Gamarra se ha consolidado como un emporio comercial muy importante para el país, reconocido por la venta de prendas de vestir (Moda) y todas las actividades complementarias del rubro textil.



Figura 32: Plano

Damero A y B (Consolidado), Damero C (En proceso de Consolidación)

Debido al auge económico en Gamarra, se ha expandido al este y oeste, por ello en el plan del Desarrollo de la Victoria contempla 3 dameros.

El Damero A comprende las zonas de Cánepa, es el que actualmente conocemos por sus numerosas galerías y venta de prendas de vestir.

El Damero B, es la zona que comprende más al sector de confección de las prendas vendidas en el Damero A.

Y por último el Damero C, es una zona que aún se estaría consolidando el comercio mayorista y mercadeo de productos complementarios.

3.4 ANÁLISIS DE GAMARRA

ESPACIO PÚBLICO

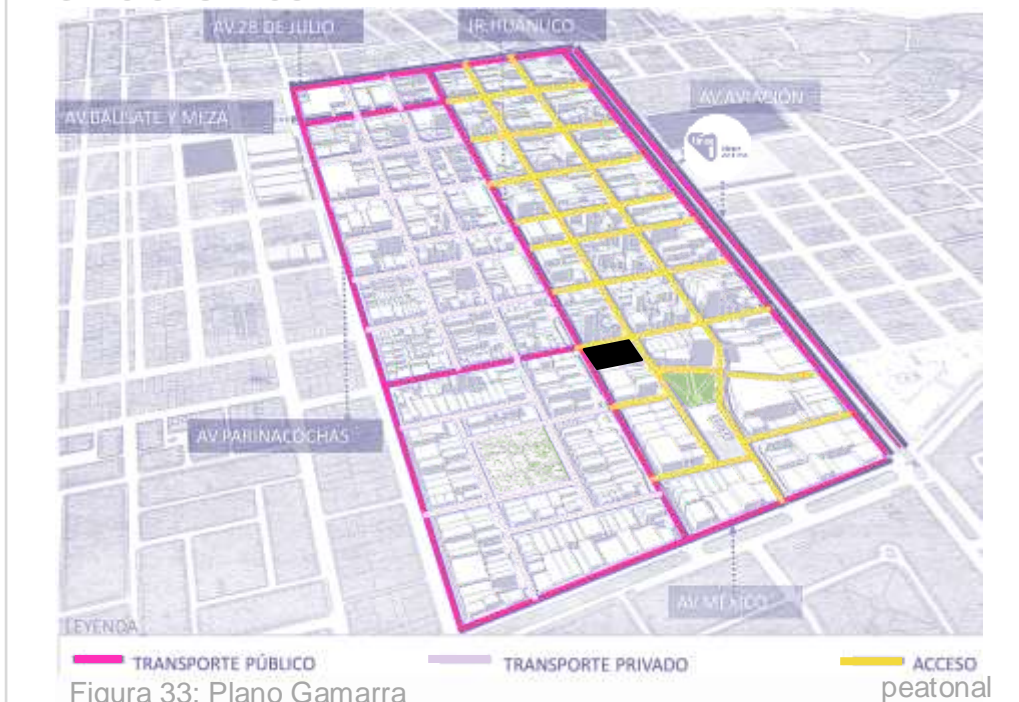
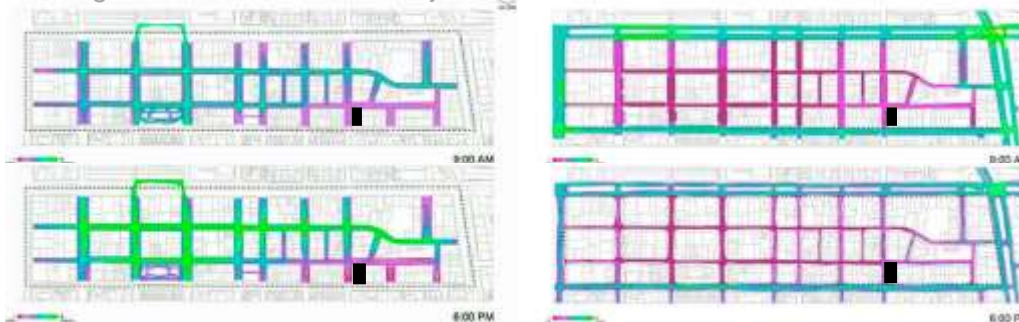


Figura 34: Intensidad de Flujos



Proyecto (Jr. Huánuco) : Presenta tráfico en horas punta a las 8am y 6pm. Las vías aledañas al proyecto son muy recorridas por peatones

Radio de Influencia de 600 m



Figura 35: Expansión Damero Gamarra se subdivide en tres dameros. El Damero A, es el más consolidado y conocido, actualmente se encuentra enrejado y es de acceso peatonal.

Vías: Las principales son de uso vehicular las Av. México, Av.28 Julio, Jr. Aviación. Jr. Huánuco .

Parques y Plazas: Notamos que solo se cuenta con dos espacios públicos en todo el Damero A, B y C de Gamarra.

3.5 ANÁLISIS AMBIENTAL

3.3.1. DATOS CLIMATOLÓGICOS

Latitud: 12°4'14" // Longitud: 77°02'35.3"// Altitud:123 m.s.n.m.

CLASIFICACIÓN CLIMATOLÓGICA SEGUN SENAMHI										LA VICTORIA						
CÓDIGO		LEYENDA								LATITUD : 12°4'14"						
E(d) B'1H3		E: Arido (precipitación insuficiente)								LONGITUD : 77°02'35.3"						
		D: Diferencia de lluvias en todas las estaciones								ALTITUD : 123 m.s.n.m.						
		B'1: Semicálido														
		H3: Humado														
CLIMATOLÓGICAS	PERIODO	ELEMENTOS METEOROLÓGICOS	UNIDAD DE MEDIDA	ENE	FEV	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	PROMEDIO ANUAL
				TEMPERATURA	24.8	26.2	28.72	29.11	28.69	21.76	16.16	12.17	12.22	16.76	20.89	23.84
	PRECIPITACION	32.7	24.22	22.82	21.81	21.18	22.24	16.57	17.27	16.17	16.91	28.24	21.18	22.92	22.92	22.92
	HUMEDAD	88.34	21.27	21.12	16.6	9.83	8.88	9.38	9.16	9.57	17.18	17.42	19.47	8.88		
	NEBLINA	0.03	0.03	0.02	0.01	0.04	0.02	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.02	0.02	0.02
	NEBLINIDAD	80.0	88.1	91.7	94.8	80.0	81.0	88.0	88.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
	NEBLINIDAD	77.0	77.0	75.0	81.0	84.0	84.0	81.0	80.0	82.7	81.0	80.0	75.0	80.88		
	NEBLINIDAD	80.0	77.0	80.0	84.0	86.0	75.0	81.0	82.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.88	
	OPACIDAD	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
	OPACIDAD	1.83	1.42	1.3	1.21	1.28	1.21	1.82	1.88	1.78	2.42	2.8	2.38	1.72		

Figura 36: Clima distrito la victoria (SENAMHI)

Según Senamhi, Temperaturas anuales de 18,5 a 19 °C. Siendo Febrero el mes más cálido y agosto el mes de menor grados centígrados.

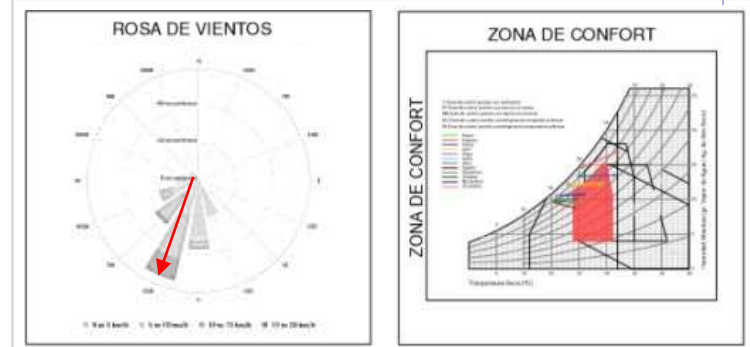


Figura 37: SENAMHI

Recomendación del cuadro de Confort:

- Ventilación: Emplear ventilación cruzada.
- Masa térmica baja: Utilizar muros de max. 20cm.
- Humedad: Utilizar zócalos exteriores protegidos de la humedad.



Asoleamiento: Los vanos deberán ubicarse en las caras N y S ó deberán ser protegidos con parasoles.



Lluvias: Promedio anual de 7mm, casi nula. En el mes de agosto llega a su mayor porcentaje.



Humedad: Presenta altos porcentajes, con un máximo de 88.4% en agosto y un mínimo de 82.2% en el mes de enero.



Vientos: Del S al S/O, dirección predominante S/O ,mantiene un nivel confortante.

3.5 ANÁLISIS AMBIENTAL

3.3.2. ANÁLISIS RECORRIDO SOLAR

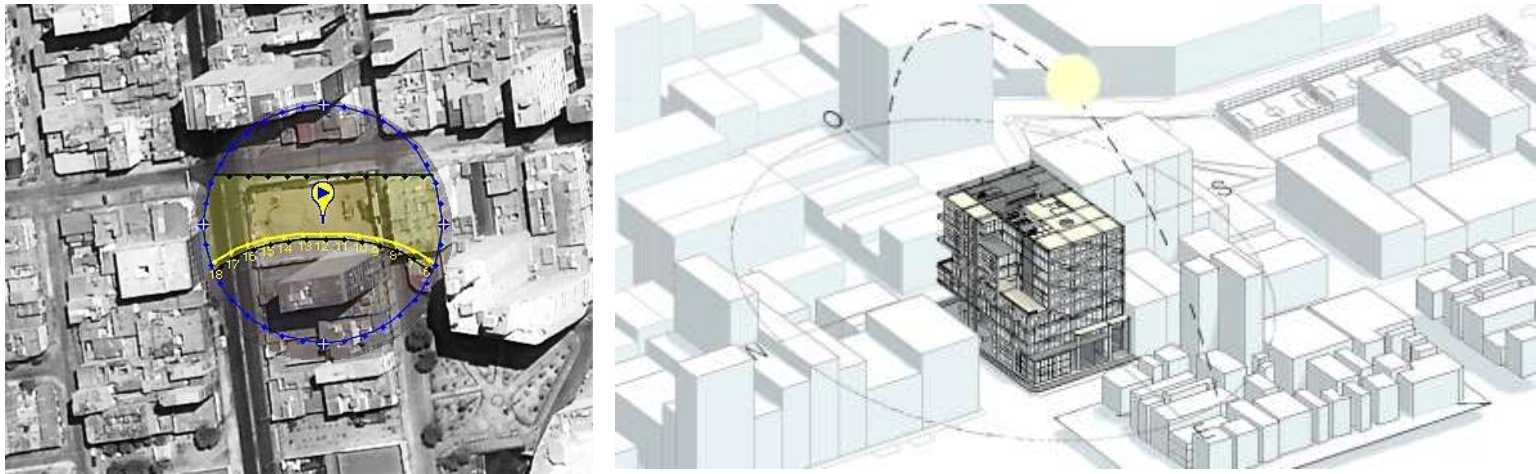


Figura 38: Imagen Movimiento Aparente del sol

Conclusiones: Notamos mayor incidencia en las caras este y oeste. Pero debido a que se encuentra rodeado de altos edificios, se requerirá un análisis del proyecto con su entorno mediato, para el diseño de los parasoles.

Recomendaciones: Uso de protección solar, utilizar colores claros en paredes para evitar absorber calor.



3.6 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS - GAMARRA

El rango de edad que predomina es de la población joven, entre 18-29 años. Las estadísticas también señalan como la mayoría de los trabajadores de gamarra solo cuentan con estudios escolares. Por otro lado, analizando los trabajos en los que se desempeñan notamos que la mayoría de empresas son MYPES, que realizan actividades comerciales.

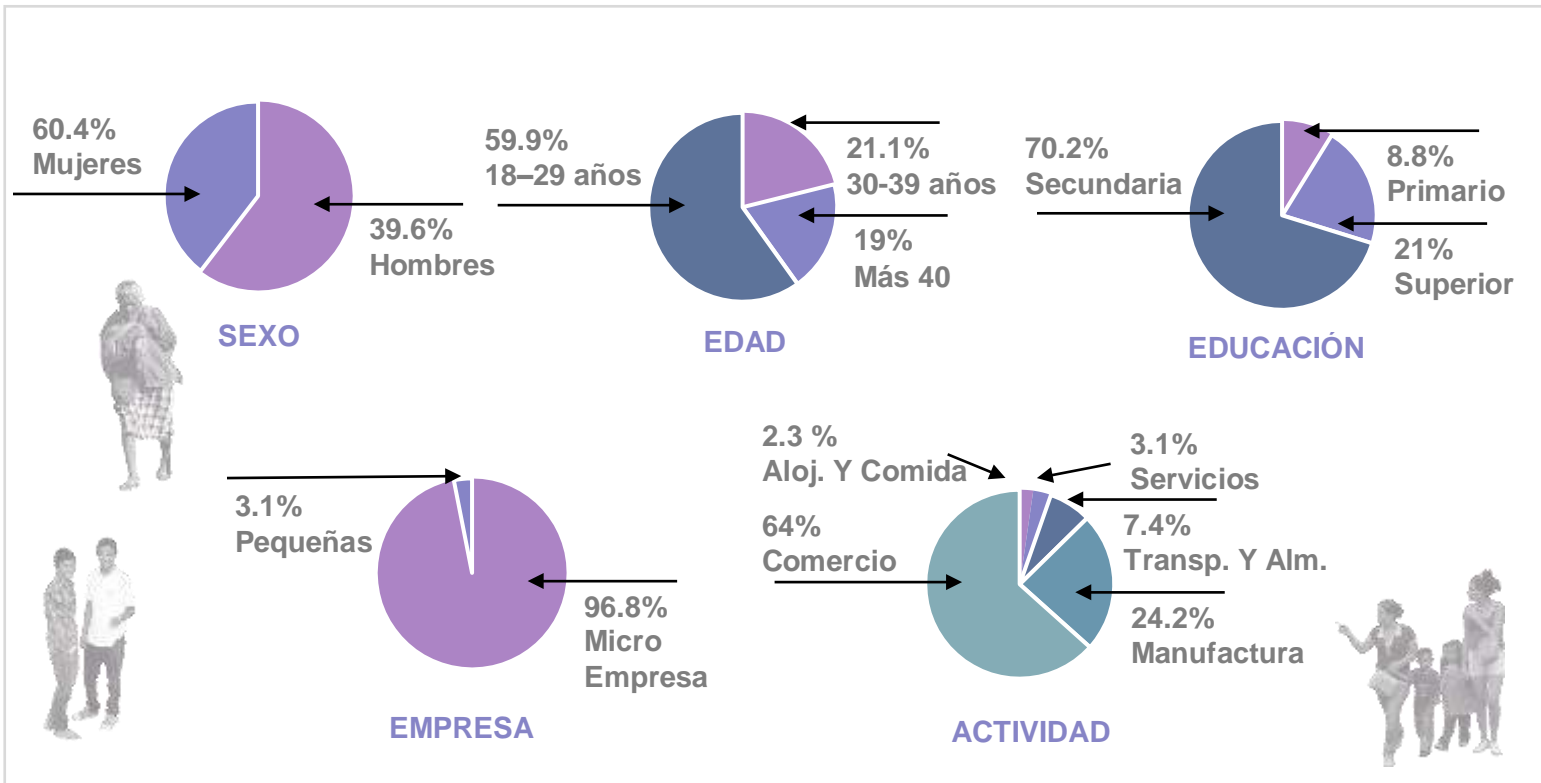


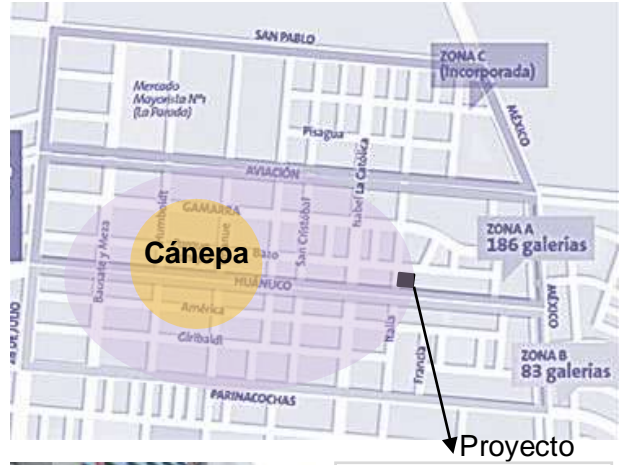
Fig. 39 Datos demográficos Gamarra Fuente: INEI. Censo 2017 Grafico: Elaboración Propia

3.4 ASPECTOS ARQUITECTÓNICOS

Las tipologías del comercio MYPE existente, según lo analizado en la RNE, divide en tres.

		
<p>Centro Comercial</p>	<p>Galería</p>	<p>Campo Ferial</p>
<p>Complejo de edificaciones bajo un proyecto planificado.</p>	<p>Complejo de establecimientos bajo un proyecto planificado.</p>	<p>Complejo de comercios de menor superficie y altura hasta 2 pisos.</p>

Notamos como se prioriza el alquiler del m2 para arrendar a stands, pero no apreciamos un diseño que optimice y brinde confort a los usuarios. Tampoco se considera una accesibilidad para personas con habilidades distintas. Y como se aprecia en imágenes en muchos casos los edificios han crecido verticalmente precariamente, otros han sido derrumbados para construir edificios vidriados de hasta 18 pisos.



Centro Comercial GAMA

Los edificios más altos de hasta 18 pisos se encuentran en alrededores de Cánepa.



Campo Ferial Señor de Chacos



Galería Olinda

Fig. 40: Fotografías y Grafico: Elaboración Propia

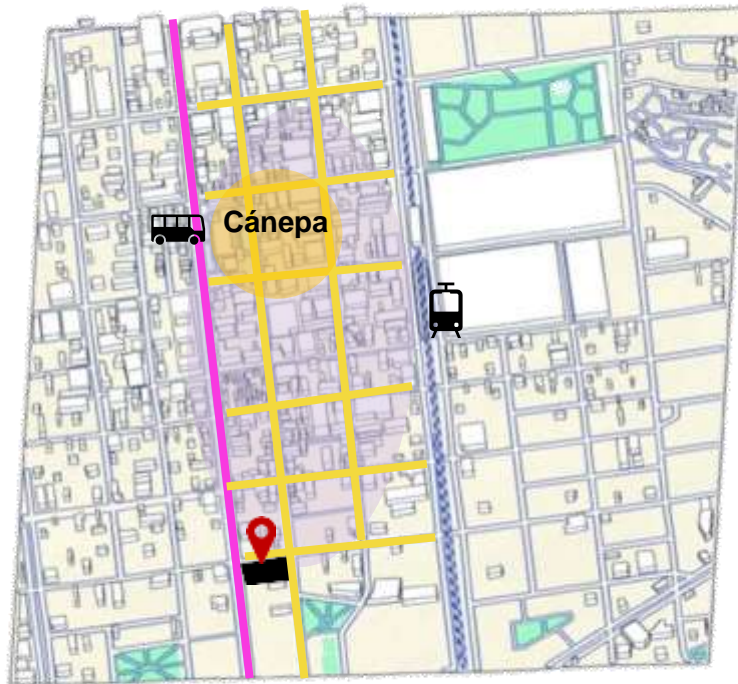


Fig. 41: Grafico Elaboración Propia

Ante su notable crecimiento económico Gamarra se expandió, generando 3 Damos.

Según estadísticas del INEI 2017, notamos que la mayoría de MYPES en Gamarra son Microempresas de menos de 10 trabajadores, la mayoría de personas cuentan con estudios secundarios y son una población joven.

Actualmente hay un déficit de espacios públicos.

Pero cuenta con buena accesibilidad, por su cercanía al tren línea 1, línea 2, metropolitano, y los buses que pasan por las vías principales Jr. Huánuco, Av. Aviación y Av. México

CONCLUSIONES:

Tomando en cuenta que la mayoría no cuenta con estudios completos y la falta de capacitación tanto del personal como a la MYPE, además ante la carencia de espacios públicos y para actividades complementarias al Comercio Textil (Cajeros, Supermercado, Exposiciones Cultura, etc.). En base a todo lo anteriormente mencionado, fue realizado la programación del Proyecto.



4.1. ANÁLISIS MYPE

CAP.4 ANALISIS MYPE

¿ QUÉ SIGNIFICA GAMARRA PARA EL PERÚ ?

EMPORIO TEXTIL
MÁS GRANDE EN
LATINOAMÉRICA



M2 MÁS CARO
DE LIMA



EMPRENDIMIENTO
DE MIGRANTES



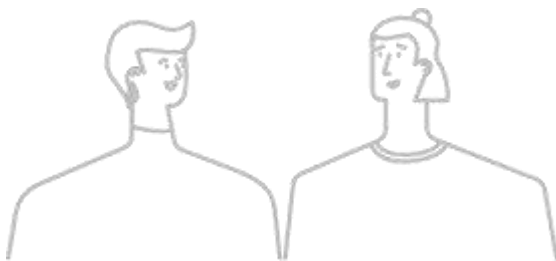
CAOS GENERADO
POR LA
INFORMALIDAD



¿ POR QUÉ UN CENTRO PARA MYPES EN GAMARRA ?

Ante la situación del covid
muchas quebraron y vemos
como ello nos afecta
notablemente.

Nuestra economía depende
de las MYPES, y el 15% son
del rubro textil, por ello es
muy importante promoverlas.



1. Brinda de espacios para revalorizar y capacitar a las MYPES de la Moda.
2. Incrementa un espacio público local.
3. Define un hito en el borde urbano del Damero A.



Tabla 1 : Tipología de las empresas peruanas

Figura 42 :Ilustración Propia

Tipo de Empresas	Ventas Anuales	# de Trabajadores
Micro	Hasta 150 UIT	1 – 10
Pequeña	>150 UIT hasta 1700 UIT	Hasta 100

M Y P E

“La Micro y Pequeña empresa es la unidad económica, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.”

Según la SUNAT

7.1%
Empresas textiles
y manufactureras-
PBI total

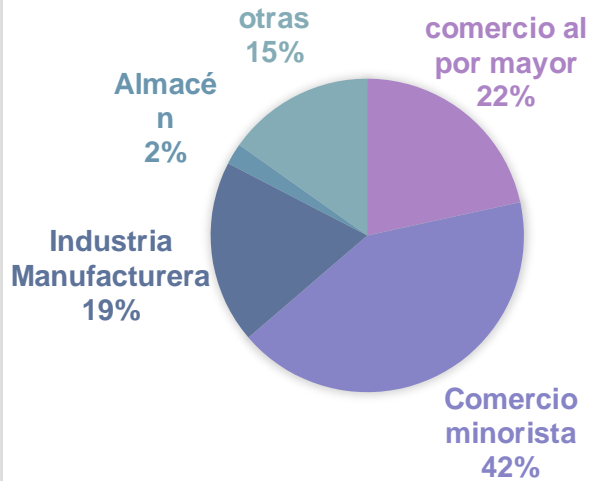
51 512
Trabajadores entre
formales e
Informales

99.5%
en Gamarra son
microempresas
(MYPE)

+ 24 000
MYPES

4.2 ESTADÍSTICAS MYPES

Según INEI 2017, Prevalece la industria de Comercio Textil, la mitad de las MYPES aún no se encuentran registradas.

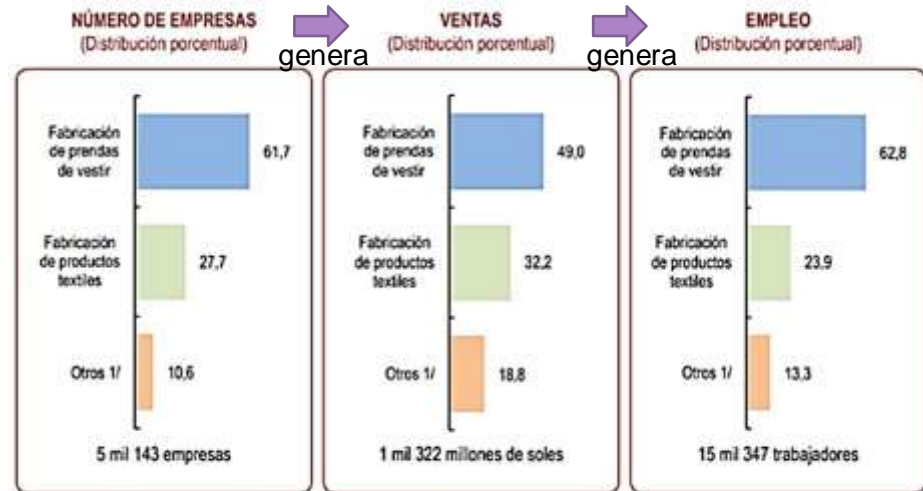


7.1% Empresas textiles y manufactureras- PBI total	51 512 Trabajadores entre formales e Informales
99.5% en Gamarra son microempresas (MYPE)	+ 24 000 MYPES



Figura 6

Gamarra



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

INEI (2017)

4.3 COSTOS DE ARRENDAMIENTO DE STAND PARA MYPES

Actualmente es todo un desafío encontrar un buen local para arrendar, pues la mayoría esta ocupado, además notamos el esfuerzo que realizan las MYPES para poder adquirirlos a precios altos.

	Localización	Precios Alquiler Stands	Precio Valor Terreno
Gamarra	Stand promedio 20m2 en primeros pisos	3000 dólares mensuales	10 mil y 20 mil dólares mensuales
	Ambulante	300 Soles mensual	
	Stand Puerta Calle 10m2	3000 dólares mensual	Fuente: Diógenes Alva, presidente de la Coordinadora de Empresarios de Gamarra
	Stand interior de galería 10 m2	1000 dólares mensual	
	Stand en últimos pisos Damero A Gamarra	300 – 400 dólares mensuales	Precio mínimo 8 mil dólares
	Stand en Av. Parinacochas (no tan transitada y limite con damero B)		1 mil y 2 mil dólares el metro cuadrado.
Polvos Azules	Stand en Av. 28 de Julio, cercana a Gamarra.	5 mil dólares el metro cuadrado	Fuente: Valeria Mezarina, directora de la Asociación de Pequeños Industriales de la Confección (APIC)
	Local en Avenida principal	400 y 500 dólares mensuales.	
Jirón de la Union	Local de 20 m2	2500 y 3500 dólares mensuales	

Tabla 2 : Alquileres de stand en Lima

4.4 TIPOLOGÍAS DE STANDS PARA MYPES

Analizamos las dimensiones y como son los circuitos en Gamarra.



Stand MYPE



Suelen ubicarse cerca a la vereda en el primer piso.



Galería Comercial



Suelen ser Asociaciones de comerciantes.



Stands en Edificio Comercial tipo "A"



Suelen ser Edificios comerciales de tamaño estrecho.



Stands en Edificio Comercial tipo "B"



La mayoría de Edificios comerciales presenta esta tipología.



Stands en Edificio Comercial tipo "C"



Son muy pocos casos

Figura 43: Tipología stands en Gamarra

4.5 USUARIOS

TIPOS





Formales
<ul style="list-style-type: none"> • Empresario MYPE • Trabajadores • Distribuidores • Etc. • Organizadores de Desfiles

Informales
<ul style="list-style-type: none"> • Ambulantes • MYPE

Comprador
<ul style="list-style-type: none"> • Vecino • Visitantes • Empresarios Minoristas y mayoristas

4.5.4. Ferias textiles y Pasarelas

Demanda
<ul style="list-style-type: none"> • USUARIO (Cliente objetivo)
<p>Ferias</p> 
<p>Pasarelas</p> 
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Institutos de Diseño de Moda: MAD, CEAM, MODART, CHIO LECCA</p> </div>
<p>Actualmente hay un registro nacional de la Micro y Pequeña empresa, fuente : REMYPE- Ministerio de Trabajo y promoción del empleo.</p>


Oferta
<p>Actualmente en el Damero A encontramos</p> <p>03 espacios En la vía publica</p> <p>1 000 m2 – 4000 450 m2 - 1800 450m2 - 1800</p>   <p>Figura 44 :Fotografía</p>
<p>07 Espacios temporales En CC. Y Centros de Convenciones</p> <p>1200 m2 - 400</p>   <p>Figura 45 :Fotografía</p>

4.5 USUARIOS

4.5.1. VISITANTES

Demanda

- USUARIO (Cliente objetivo)



Lima y provincia

53%
Van acompañados por familia

Sector B - C - D

Presupuesto promedio
s/ 100 - s/ 200

Recorrido prom. 2-5 Hrs

8 % de sus ingresos familiares se gastan en ropa

Actualmente hay un registro nacional de la Micro y Pequeña empresa, fuente : REMYPE- Ministerio de Trabajo y promoción del empleo.

Fuente : Porcentaje Arellano

Oferta


Actualmente en el Damero A encontramos

186 Galerías Formales

}

17 000 Establecimiento en venta

8 000 Son talleres



Actividades de preferencia :

Fuente : Abad Dora y Soldevilla Ana Encuesta


71% Compras

15% Negocios (Revender)


14% Recreación (Familiar)

Opinan que le falta a Gamarra :


Fuente : Entrevista Usil



Estacionamientos



Recreación



Mobiliario Urb.

PENETRACIÓN DE COMPRA EN TIENDAS DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL

ROPA PARA MUJERES	66%
ROPA PARA HOMBRES	61%
RESTAURANTE	59%
FAST FOOD / CAFETERIA	50%
ELECTRODOMESTICOS	50%
CALZADO PARA HOMBRES	50%
CALZADO PARA MUJERES	47%
ROPA PARA NIÑOS	41%


Fuente : Arellano

4.5 USUARIOS

4.5.2. MYPES

Demanda

- USUARIO (Cliente objetivo)



Lima y provincia

68%
No ha recibido capacitación

Sector B - C - D

Presupuesto para stand promedio s/ 300 - s/ 900

Horario prom. 9 -12 Hrs

8 % de sus ingresos familiares se gastan en ropa

Actualmente hay un registro nacional de la Micro y Pequeña empresa, fuente : REMYPE- Ministerio de Trabajo y promoción del empleo.

Fuente : Porcentaje Arellano

Oferta


Actualmente en el Damero A encontramos

186 Galerías Formales

➤

17 000 Establecimiento en venta

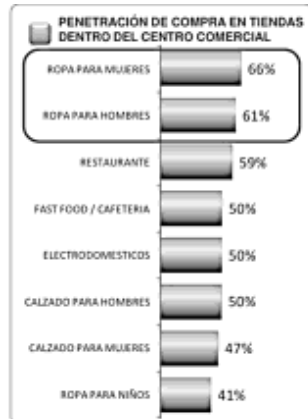
8 000 Son talleres




Proyecto

Actividades de preferencia :
Fuente : Entrevista Usil


- 20% Compras de Telas
- 20% Negocios (Revender accesorios)
- 22% Diseño y Confección
- 3% Transacciones Bancarias
- 5% Capacitaciones
- 30% Laborar)




ROPA PARA MUJERES	66%
ROPA PARA HOMBRÉS	61%
RESTAURANTE	59%
FAST FOOD / CAFETERIA	50%
ELECTRODOMESTICOS	50%
CALZADO PARA HOMBRÉS	50%
CALZADO PARA MUJERES	47%
ROPA PARA NIÑOS	41%



Estacionamientos



Capacitación



Difusión (Moda)


Fuente : Arellano

4.5 USUARIOS

4.5.3. TRABAJADORES

Demanda

- USUARIO (Cliente objetivo)



Lima y provincia

68%
No ha recibido capacitación

Sector B - C - D

Informalidad menos Derechos laborales

Horario prom. 9 -12 Hrs

70 % aprendieron a en su trabajo. (Confección y Negocios)

Actualmente hay un registro nacional de la Micro y Pequeña empresa, fuente : REMYPE- Ministerio de Trabajo y promoción del empleo.

Fuente : Porcentaje Arellano

Oferta


Actualmente en el Damero A encontramos

186 Galerías Formales

}

17 000 Establecimiento en venta

8 000 Son talleres



Proyecto

Actividades de preferencia :
Fuente : Entrevista Usil


Estudios

Administración


Diseño de Modas

Ventas


Marketing




Trabaja por muchas horas



Cercanía a lugar donde comprar alimentos



Capacitación



Estac. Área de Carga y Descarga



- 5.1. TERRENO
- 5.2. PROYECTO
- 5.3. PLANIMETRÍA
- 5.4. PRESUPUESTO

CAP.5 CRITERIOS DE DISEÑO

5.1 TERRENO

5.1.1. Ubicación



Figura 46 :3D del proyecto –
Elaboración Propia



Perú	Lima metropolitana	La Victoria
<p>El terreno se ubica en el departamento de Lima, en la Provincia de Lima metropolitana, en el centro de la ciudad.</p>	<p>Dirección : Se encuentra en lima centro, dentro del Emporio Comercial Gamarra.</p>	<p>Ubicado en Jr. Huánuco con Jr. Italia, Urb. San Pablo, referencia a 5 cuadras de la estación “Gamarra”, Línea uno.</p>

5.1 TERRENO

5.1.2. Elección del terreno

TERRENO ELEGIDO

Ubicación



Figura 47

Vista aérea



Figura 48

Jr. Italia



Figura 49

Ubicado en el Damero A de Gamarra, el terreno cumple con los requisitos solicitados para ubicar un proyecto comercial de tal envergadura.

Figura 50

Jr. Huánuco



Es de fácil accesibilidad, ubicado en una vía principal Jirón Huánuco, es el terreno más amplio con respecto a sus alrededores. Cuenta con una topografía de pendiente mínima. En sus alrededores hay edificaciones de hasta 15 pisos de altura.

5.2 PROYECTO

5.2.1. Criterios De Diseño

Toma de partido

- Para iniciar el proceso de diseño se toma como partido arquitectónico “Las Mypes de la Moda”. Según el análisis a nuestro usuario notamos la relación entre la psicología del consumidor con las sensaciones que invitan al usuario a la compra de las prendas de vestir.
- El concepto “QALLPA” es basado en la historia de la migración de los emprendedores de gamarra a la capital simbolizando la valentía de las personas.



Figura 6



Figura 5



Bocetos

- Después de la búsqueda y recopilación de información, antecedentes, base teórica, entre otros.
- Se realizan los primeros bocetos determinando los ejes principales de como se realizará el proyecto, las condiciones del terreno y su emplazamiento en el lugar.



Primera Imagen

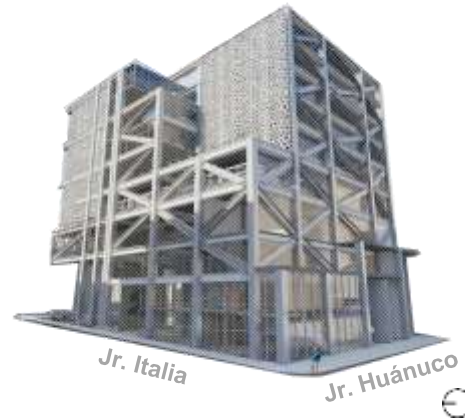
- Se realiza la primera imagen detallada del proyecto, se realiza una maqueta volumétrica con los detalles espaciales a considerarse, se determinan las actividades que se realizarán, con la programación arquitectónica con el listado de componentes, se determinan las áreas, se identifican las necesidades de los usuarios.

5.2 PROYECTO

5.2.1. Criterios De Diseño

VOLUMETRÍA

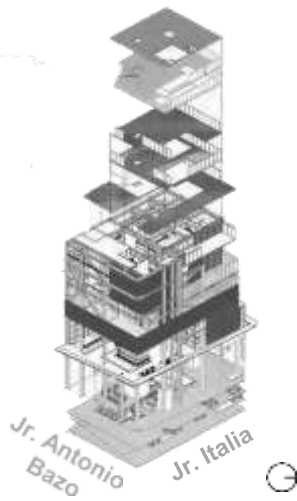
Visualmente en el exterior notamos una unidad en todo el edificio pero dentro notamos la diferencia en la composición de plantas las alturas de los espacios.



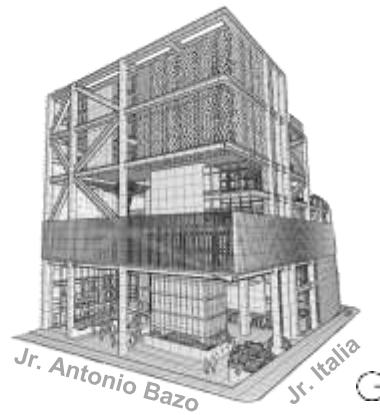
Volumetría General 1



Configuración volumétrica
Presenta 2 volúmenes separados entre sí.



Composición Plantas



Volumetría general 2



Sólido y transparencias
Establecen jerarquías del espacio.

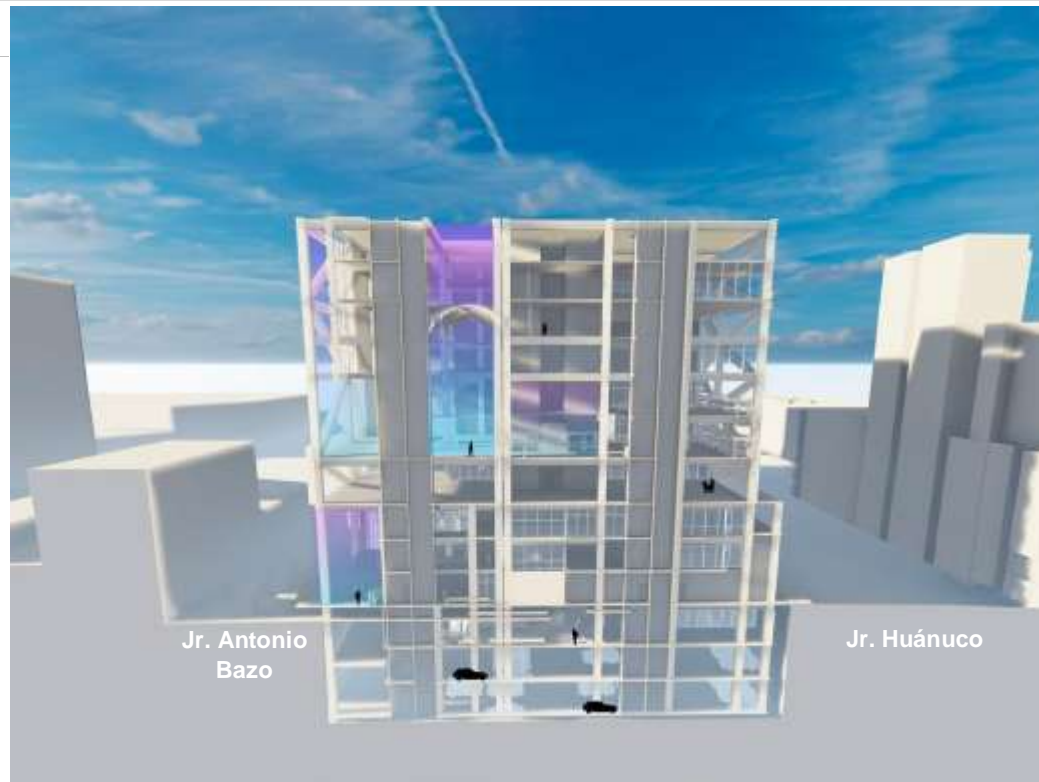
5.2 PROYECTO

5.2.1. Criterios De Diseño

LLENOS Y VACÍOS

El edificio cuenta con un equilibrio entre llenos y vacíos, por ejemplo el espacio vacío en el ingreso al espacio público de triple altura, notamos otro en la terraza de la Pasarella del sexto nivel. Inclusive en el interior de los espacios de los módulos de las MYPES se han contemplado una doble altura para generar más iluminación y ventilación.

Todo ello se complementa con llenos generado por los módulos de venta MYPE.



Primera planta



Quinta planta

5.2 PROYECTO

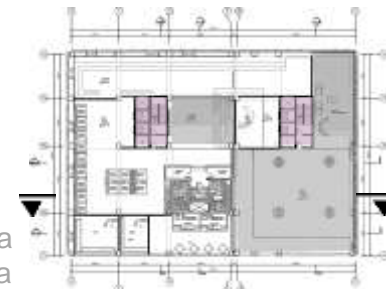
5.2.1. Criterios De Diseño

CIRCULACIONES

El proyecto plantea una relación entre la vía peatonal (Jr. Antonio Bazo) y el ingreso al recorrido de las MYPES, a través de una rampa peatonal que introduce al visitante hacia el comercio. Según lo analizado en Gamarra, el usuario recorre hasta los primeros 5 pisos, por ello se ha ubicado estratégicamente 3 puntos atractivos de tráfico para que las personas recorran la edificación. Además se ubico los centros de capacitación en los últimos niveles ya que son menos transitados.



Primera planta



Quinta planta

5.2 PROYECTO

5.2.1. Criterios De Diseño

COLOR

Según la Psicología del color, el color del lugar influye mucho en la compra, por ello se escogió los siguientes colores: morado, rojo, amarillo y naranja.

El rojo es un color sobresaliente que no pasa desapercibido, el naranja se asocia a lo divertido y saludable, el morado refleja lujo y moda, el amarillo refleja felicidad y lo positivo, además que esta gama de colores se asemeja al de los colores de los telares andinos, graffiti y demás elementos que caracterizan a Gamarra.



Figura 51



Figura 52



Figura 53



Figura 54



Vista del proyecto

5.2 PROYECTO

5.2.1. Criterios De Diseño

GEOMETRÍA

Las texturas y formas utilizadas en el proyecto fueron basadas tras el estudio de la pluriculturalidad de la moda dada en Gamarra, tras las migraciones de los emprendedores a la capital, empezaron vendiendo telares en los alrededores de los terminales terrestres.

La figura de rombos es basada en la geometría de los bordados andinos.

Los parasoles son basados en los tejidos de punto.



Figura 55

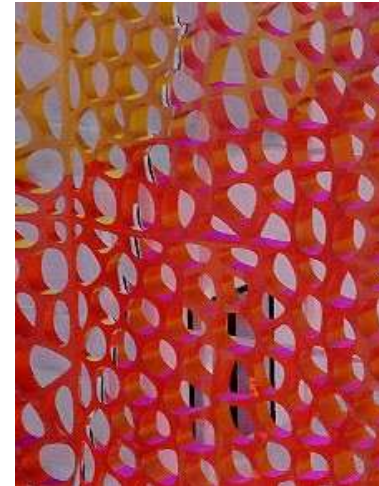


Figura 56



Figura 57

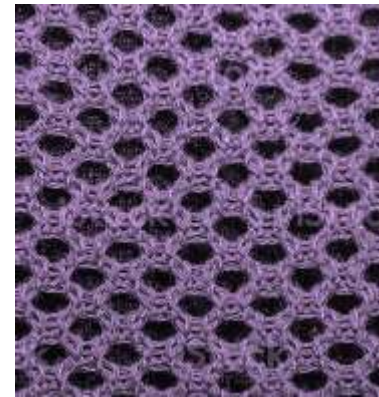


Figura 58



5.2 PROYECTO

5.2.2. CRITERIOS NORMATIVOS

Para diseñar el proyecto se tuvieron en cuenta diversas fuentes, como el RNE (Reglamento Nacional de Edificaciones, Reglamento del Ministerio de trabajo y Producción (para MYPE) además de cumplir con la normativa establecida por la Municipalidad de la Victoria (Parámetros Urb.).

Además por el uso comercial se tuvo un enfoque con el tema de estructuras modernas y con las instalaciones eléctricas para las zonas de eventos de Moda.



Figura 59: RNE
(A.070 COMERCIO)
(A.010 C.G. DISEÑO)
(A.120 ACCESIBILIDAD)



Figura 60: EM 0.30
RNE (EM.030 INSTALACIONES)

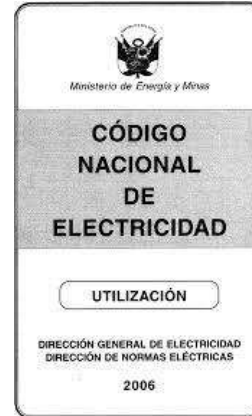


Figura 61: CNE
Código Nacional de
Electricidad



Figura 62: Parámetros U.
Parámetros
Urbanos

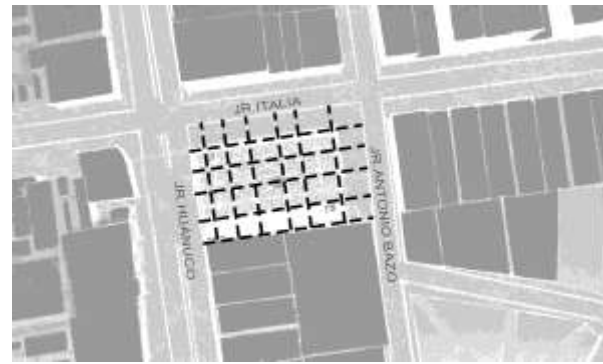
Estado Legal del terreno : Actualmente es una edificación de playa de estacionamiento, pero la están demoliendo para la construcción de un Centro Comercial, pero para términos académicos, lo hemos seleccionado.

5.2 PROYECTO

5.2.3. CRITERIOS FUNCIONALES

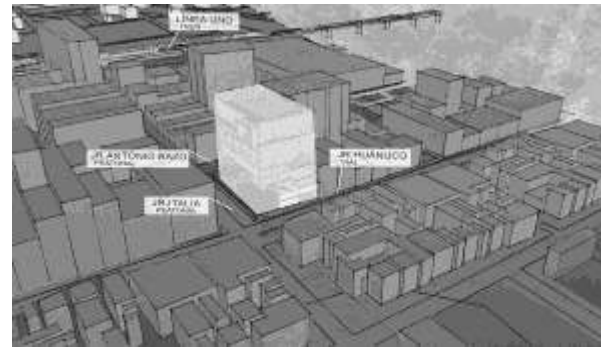
1 EJES

Se determino los ejes en base a las vías que delimitan el proyecto y se realizo una malla según la estructura.



2 ACCESOS

El ingreso principal es por el Jr. Antonio Bazo (Solo Peatonal), por Jr. Huánuco se encuentra el ingreso vehicular y de servicio.



3 PLAZAS Y ÁREA VERDE

Presenta una plaza en el ingreso principal, se cuenta con jardines verticales y jardineras.



5.2 PROYECTO

5.2.4. CRITERIOS AMBIENTALES

Estudio Solar

El proyecto se encontraba rodeado de edificaciones, de hasta 15 pisos, por ello se tuvo que realizar un análisis de incidencia solar para hallar cuáles eran las zonas afectadas. Según lo analizado, se halló una esquina crítica, la cual fue recubierta por coberturas para proteger estas caras y así no afectar el confort interno del usuario.

Figura 63: Elaboración Propia



Esquina crítica de incidencia solar con cobertura de protección solar

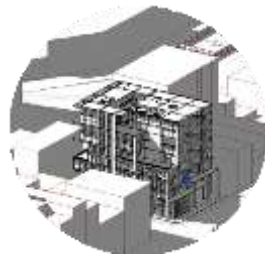
JR. ITALIA

JR. ANTONIO BAZO

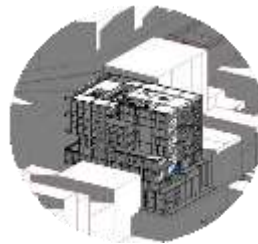
Análisis de



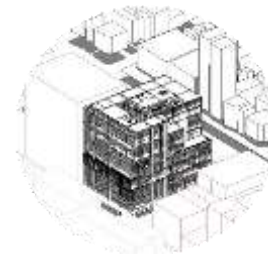
solar



incidencia
21 MAR – 9AM



21 DIC - 6PM



21 MAR – 12AM

21 DIC – 9AM

5.2 PROYECTO

Figura 63: Elaboración Propia

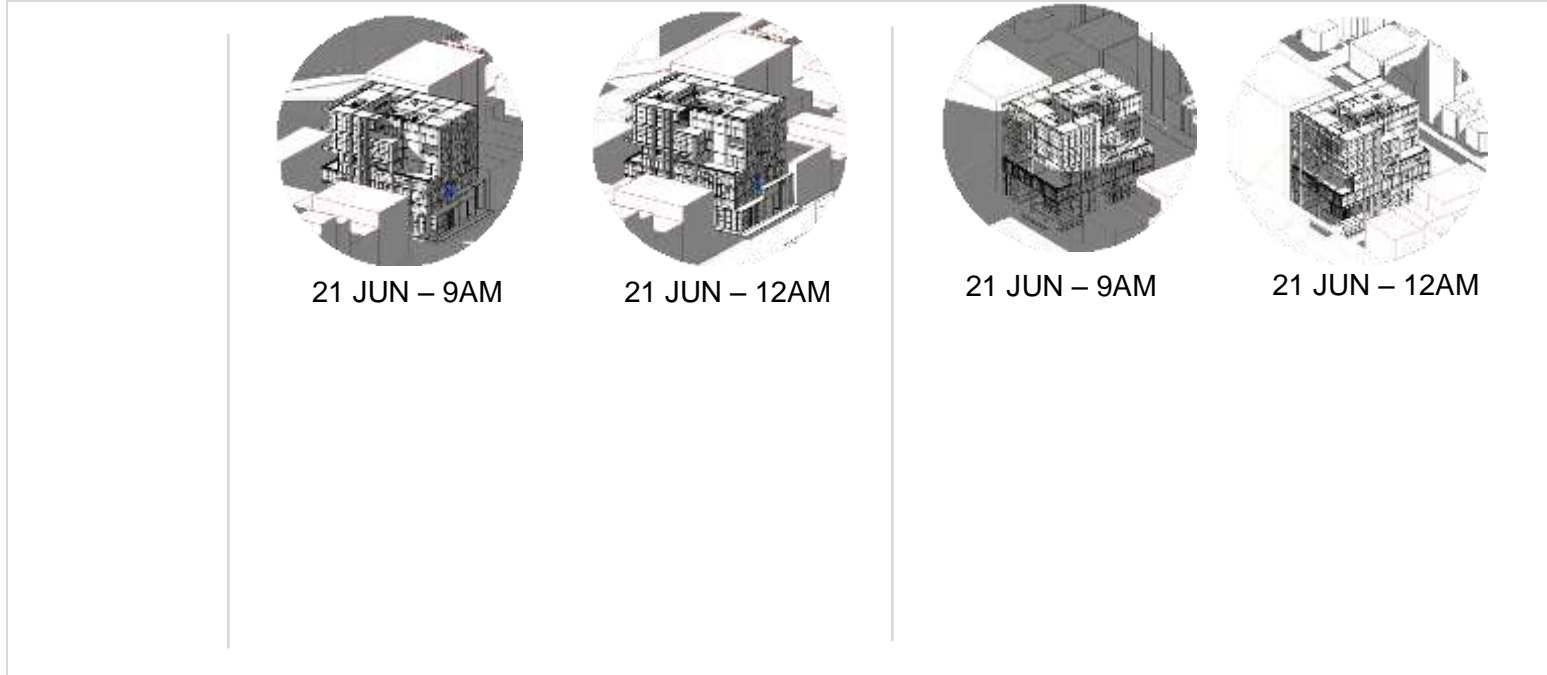


Figura 64: Elaboración Propia

5.2 PROYECTO

5.2.4. CRITERIOS AMBIENTALES

Lámina Bioclimática

El proyecto cuenta con protección solar, planta libre y ductos para mantener los espacios ventilados (más aún después de la coyuntura de la pandemia Covid).

Vientos: S/O a S

Lluvias: de 7mm,
casi nula.

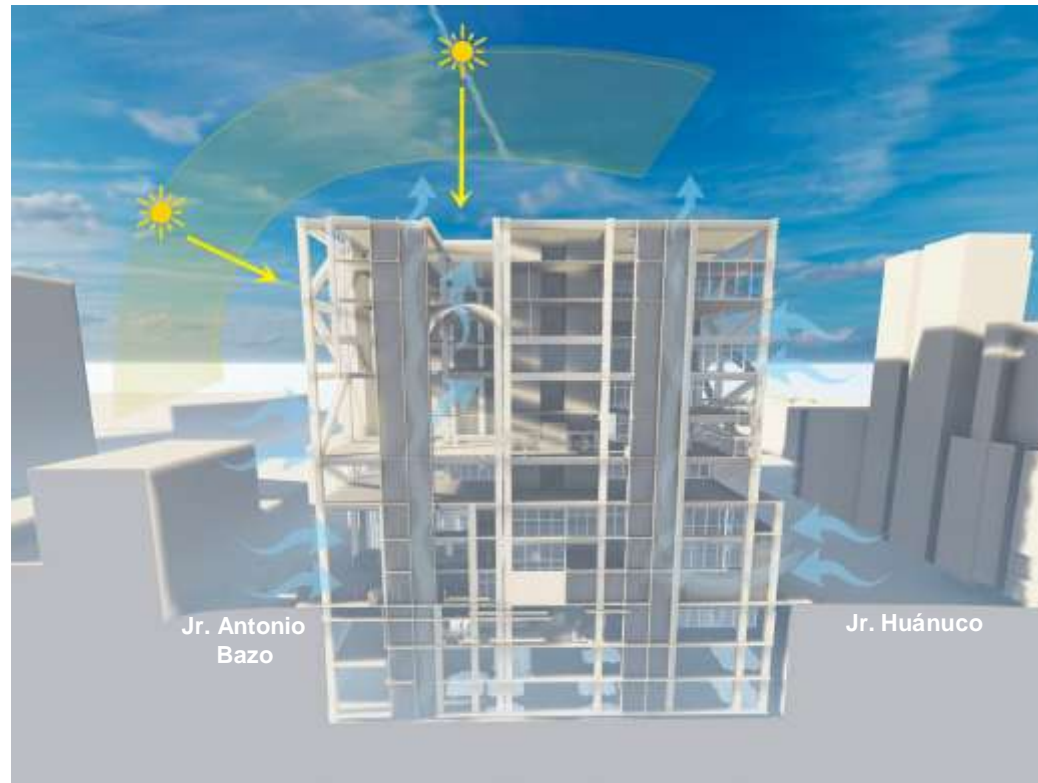
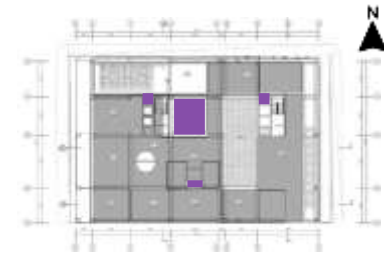


Figura 64: Elaboración Propia Corte E/O



Elaboración Propia Corte N/S



Y en la terraza cuenta con techos de sol y sombra.



- 5.1. TERRENO
- 5.2. PROYECTO
- 5.3. PLANIMETRÍA
- 5.4. PRESUPUESTO

CAP.6 PROYECTO

6.1 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

Figura 65: Elaboración Propia

ZONAS	COMPONENTES	CANT.	AFORO	ÁREA UNITARIA (M2)	SUBTOTAL (M2)	TOTAL (M2)
SÓTANO 1	Stand	1	100	200	200	
	Áreas verdes	1	20	50	50	
	Área de carga y descarga	1		100	100	
	Circulación + Muros	1	10	425	425	
	Comercio Ancla	1	360	900	900	
	SSHH Mujeres	1	8	20	20	
	SSHH Hombres	1	8	20	20	
	SSHH Discap.	1	1	4	4	
	Rampa	1		181	181	
	TOTAL				1900	1
	SÓTANO 2	SERVICIO	Depósito sector 1	1		40.95
		Depósito sector 2	1		40.9	40.9
		Depósito sector 3	1		50.4	50.4
PÚBLICA		Circulación + Muros	4		425	425
		Estacionamientos	1		602	602
		SSHH Mujeres	1	6	30	30
		SSHH Hombres	1	6	30	30
		SSHH Discap.	1	1	4.75	4.75
		Circulación Vehicular	1		495	495
		Rampa Vehicular	1		181	181
TOTAL					1900	1
SÓTANO 3	SERVICIO	Sub estación eléctrica	1	3	30	30
	Y MANTEN.	Cuarto de montantes	1	3	30	30
		Cuarto de tableros	1	3	25	25
		Cuarto de extracción de humos	1	3	30	30
		Bomba de agua y sistema	1	3	30	30
		Depósito de mantenimiento	1	3	20	20
		Depósito de basura	1	3	50	50
	PÚBLICA	Depósito de baños	1	2	10	10
		Circulación + Muros	1		425	425
		Estacionamientos Adaptable	1		873	873
		Circulación Vehicular	1		181	181
Baños		1	3	15	15	
Rampa Vehicular	1		181	181		
TOTAL				1900	1	

PISO 1	Tienda Ancla	50	1	6	300
	Circulación y muros	50	1	12	425
	Stand Tipo "A"	1	1	620	800
	SSHH Mujeres	1	10	25	25
	SSHH Hombres	1	10	25	25
	SSHH Discap.	1	1	5	5
	Of. Ventas digitales	1	1	15	15
	Plaza + area verde			100	220
	Área de carga y descarga				100
	Área Módulo de Reciclaje			2	25
TOTAL				1940	1940

PISO 3-5-7	Stand Tipo B	50		6	300
	Circulación + Muros	50		12	425
	Stand Tipo C	1		345	520
	SSHH Mujeres	1	10	25	25
	SSHH Hombres	1	10	25	25
	SSHH Discap.	1	1	5	5
Of. Ventas digitales	1	1	200	200	
TOTAL				1500	4500

PISO 2-4-6-8	Stand Tipo B	50	100	6	475
	Circulación + Muros	50	250	12	425
	Stand Tipo "A"	1	120	345	345
	SSHH Mujeres	1	6	25	25
	SSHH Hombres	1	6	25	25
	SSHH Discap.	1	1	5	5
	Of. Ventas digitales	1	1	200	200
TOTAL				1500	6000

PISO 9-10	SUM // Desfile de Moc	1	300	820	820
	Z. Capacitaciones PROC	2		40	80
	SSHH Mujeres	1	6	25	25
	SSHH Hombres	1	6	25	25
	SSHH Discap.	1	1	5	5
	Oficina Gerente Galerí	1		30	30
	Pull Oficinas	1		30	30
	Muros + Circulación	1		425	425
	Bar Mirador	1	1	60	60
TOTAL				1500	
SUBTOTAL				17903.9	

Área Total construida	23273.9	Área circulación y muros	5370
Área total del terreno	1940	Área libre (30%)	582

Tabla N°2

Elaboración propia de programación



Basado en el estudio de las necesidades del consumidor, MYPES y trabajadores se estableció las zonas y su organización.

Por ello el proyecto propone áreas de capacitación para las MYPES y trabajadores, además de espacios públicos y áreas que apuesten por mostrar el talento de los emprendedores de la moda.

6.3 PAISAJISMO

Uso de plantas de fácil mantenimiento como la Buganvillea, Arbusto Mirto, cuadros de Muzgo y cubrepisos.

(«Con ciudades cada día más contaminadas, estos muros verdes dan la sensación de estar en plena naturaleza e invitan a la relajación..» [Comentario sobre el artículo “Jardín Vertical ”]», 2017)



Nombre Común : Buganvillea
Científico: Bougainvillea spectabilis



Nombre Común : Mirto
Científico: Myrtus communis



Nombre Común : Muzgo
Científico: Bryophyta sensu stricto



Figura 67: Elaboración Propia
Plano Paisajismo Primera Planta



EL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO – ZONIFICACIÓN-PLANIMETRÍA- PAISAJISMO - ESTRUCTURAS -
INSTALACIONES ELÉCTRICAS-INSTALACIONES SANITARIAS - VISTAS - DETALLES CONSTRUCTIVOS

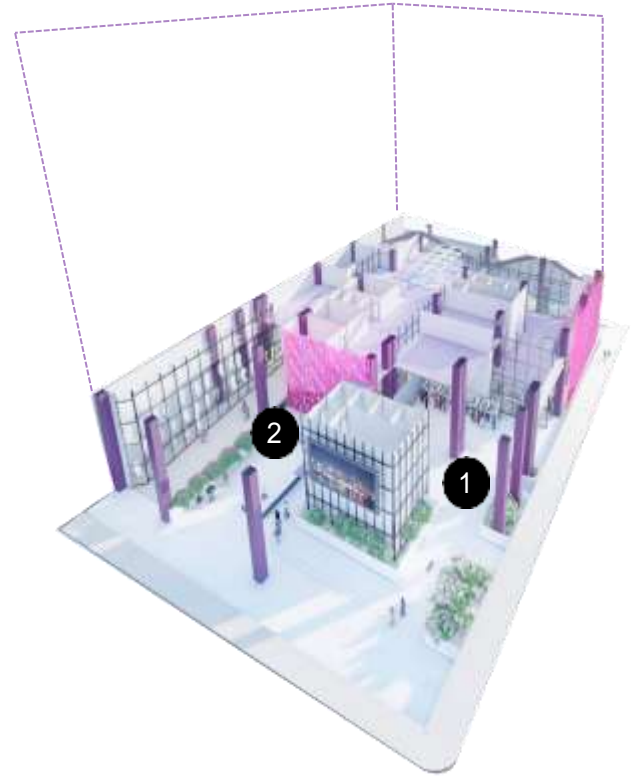
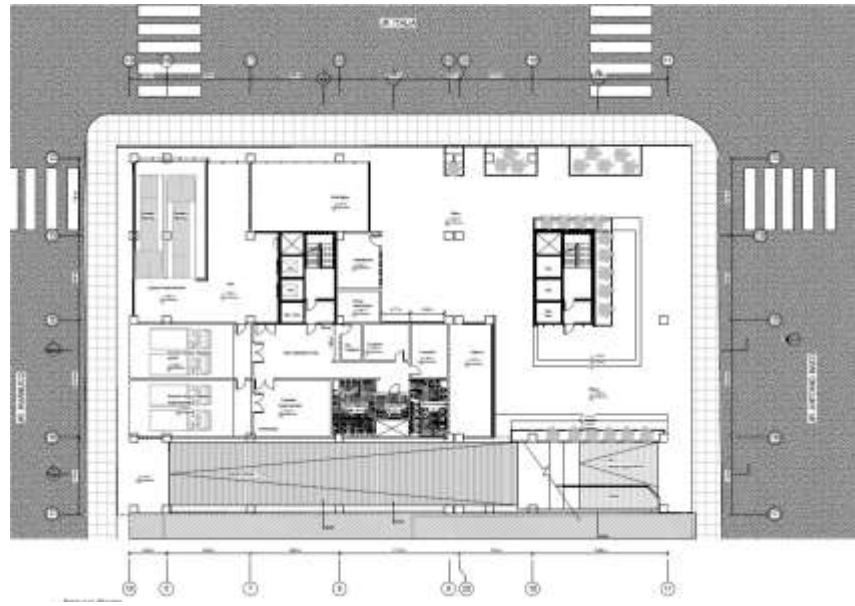
CENTRO PARA MYPES EN LA VICTORIA

6.4 ARQUITECTURA

Figura 69: Elaboración Propia

Primera Planta

Espacio Público en Ingreso, Núcleo de Escaleras y Ascensores, Ingreso a Pisos de Stand MYPE y al supermercado en sótano. Ingreso vehicular al (2do y 3er sótano)



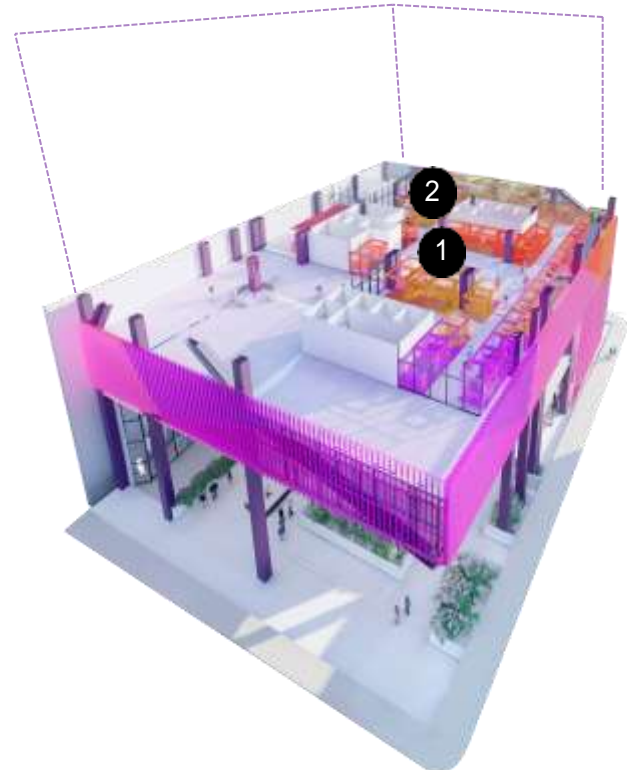
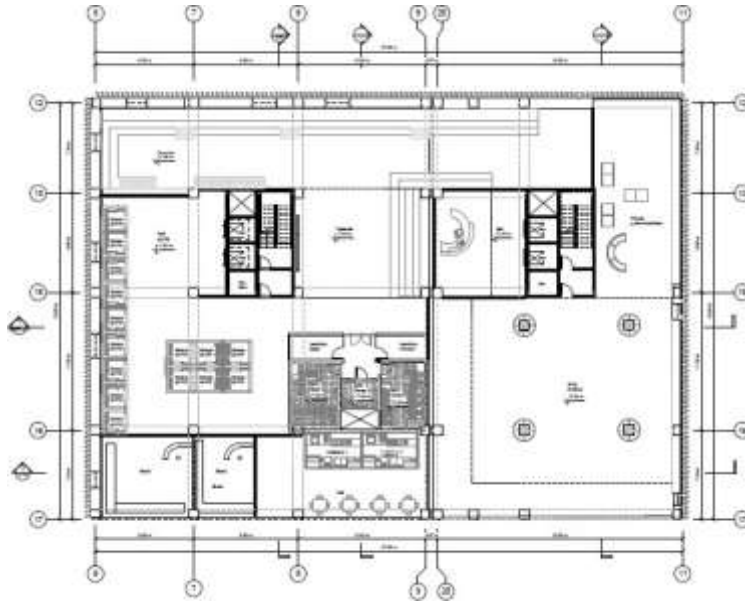
PLAZA FLEXIBLE –
Uso Espacio Público ó Feria MYPE



INGRESO PRINCIPAL
Rampa peatonal y vitrinas

Quinta Planta

Espacio Público en Ingreso, Núcleo de Escaleras y Ascensores, Ingreso a Pisos de Stand MYPE y al supermercado en sótano. Ingreso vehicular al (2do y 3er sótano)



MYPE

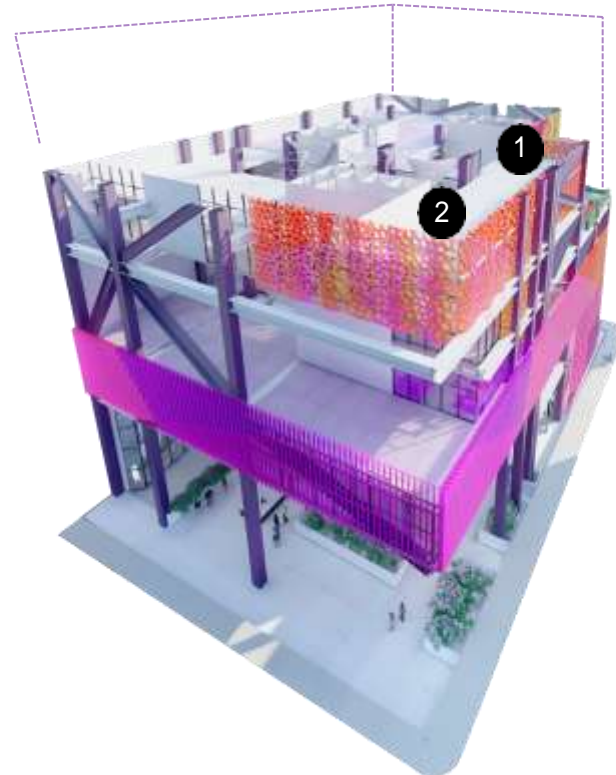
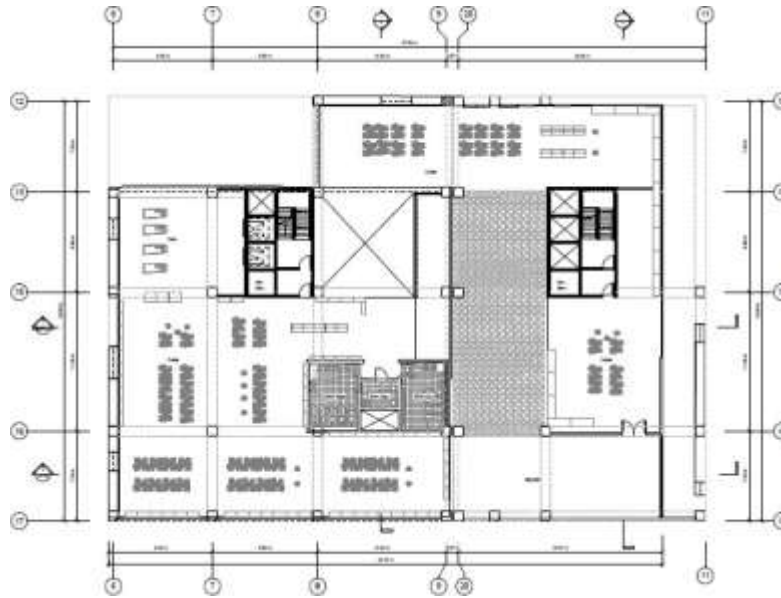
Espacio para eventos ó Feria MYPE. Se acoplan para aumentar su espacio.



MÓDULOS

Octava Planta

Espacio Público en Ingreso, Núcleo de Escaleras y Ascensores, Ingreso a Pisos de Stand MYPE y al supermercado en sótano. Ingreso vehicular al (2do y 3er sótano)



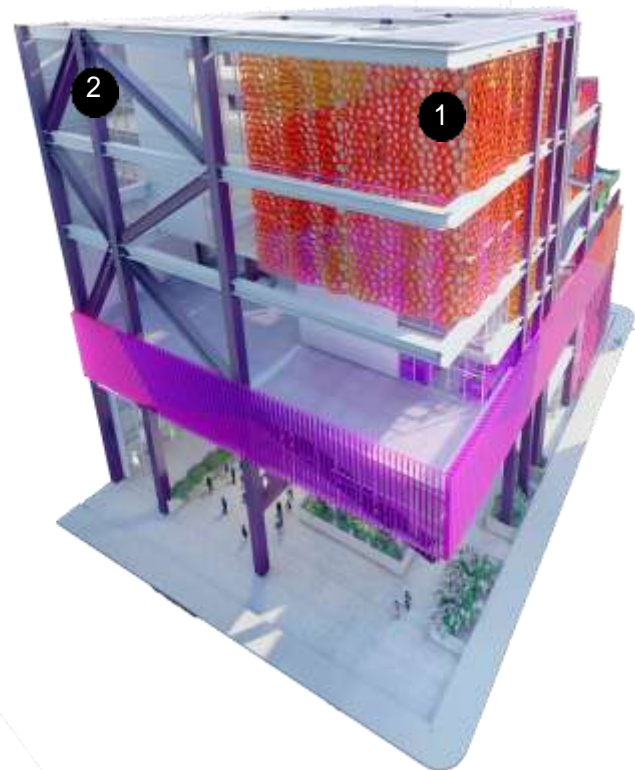
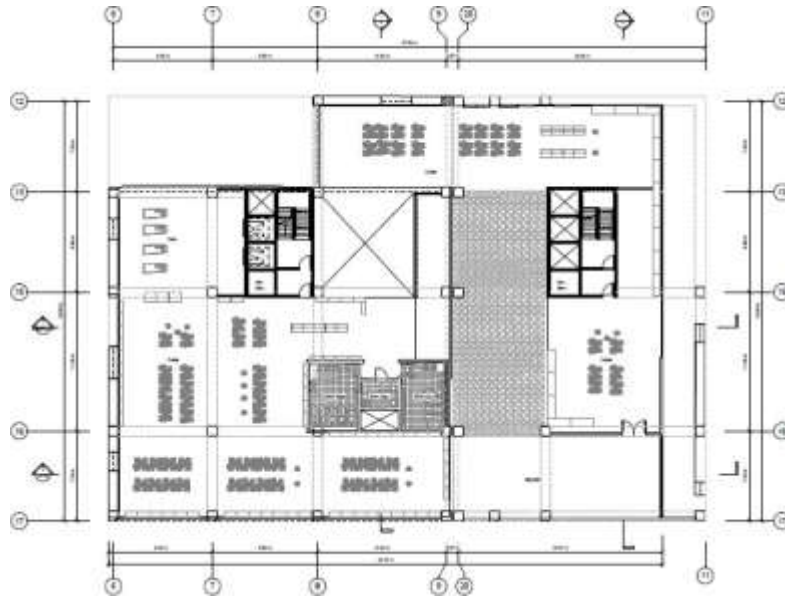
RETAIL OUTLET
Diseñado para albergar muchos productos.



VISTA 2 OUTLET
Se genera un ingreso de luz controlado por las celosías.

Décima Planta

Espacio Público en Ingreso, Núcleo de Escaleras y Ascensores, Ingreso a Pisos de Stand MYPE y al supermercado en sótano. Ingreso vehicular al (2do y 3er sótano)



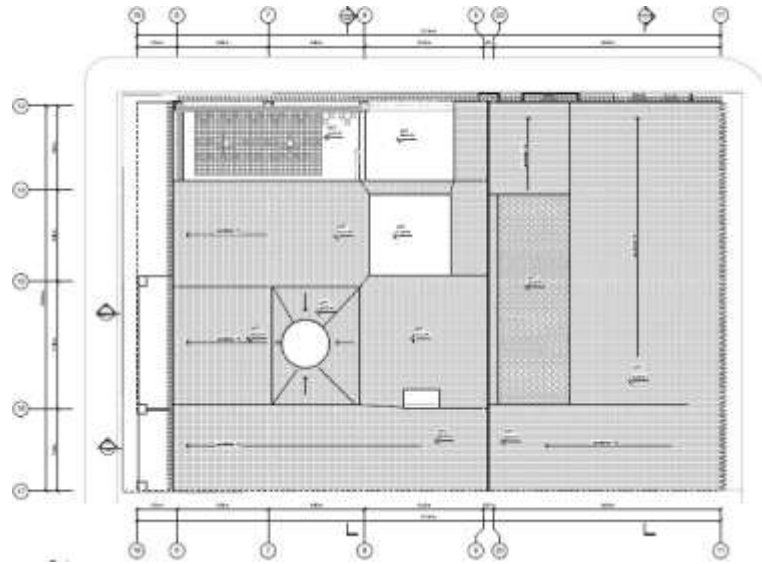
Oficina principal



Pasillo

Planta de techos

Hay tres tipos de techos, Cubierta impermeabilizada (10mo piso), Estructura Sol y Sombra (Terraza en 6to piso), Policarbonato traslúcido.



6.5 ESTRUCTURAS

Sistema Diagrid

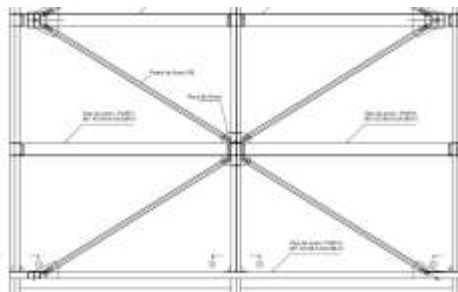


Es un sistema estructural perimetral constituido por grandes armazones de acero como rejilla rígida perimetral, dispuestos en módulos triangulares y grandes vigas.

Sistema Joistec de Gerdau



Este sistema de acero permite cubrir distancias entre apoyos de hasta 26 metros de largo. Superficies amplias y libres de elementos estructurales intermedios.



DETALLE 1 : Diagrid



DETALLE 2 : Acero Deck

Detalles Estructura Acero

Figura 74: Elaboración Propia



Fachada Jr. Antonio Bazo

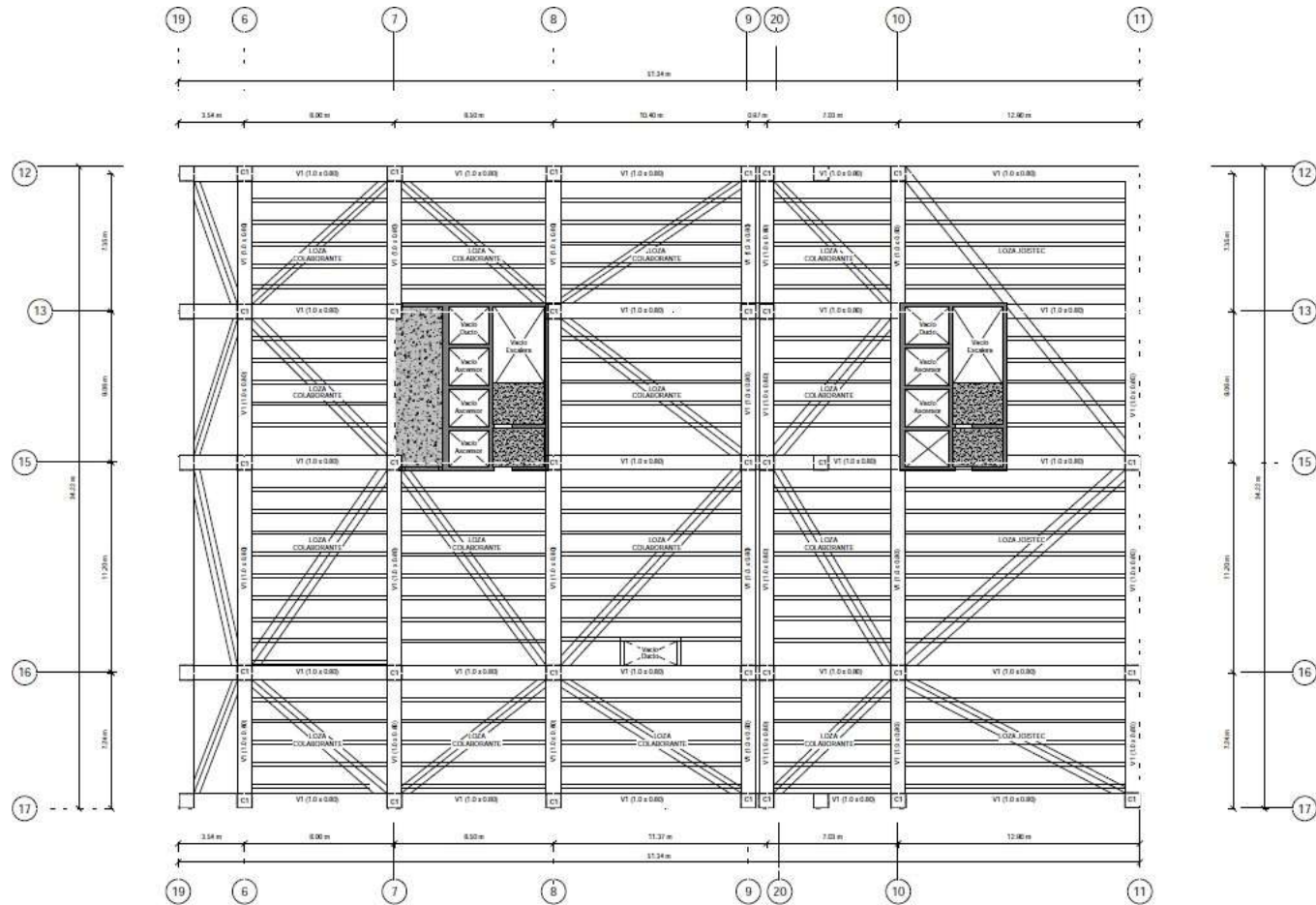
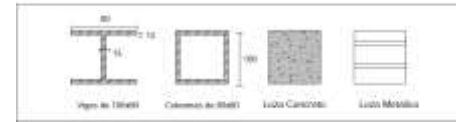


Jr. Huánuco

Plano Encofrado Planta 7

Uso de estructura de Acero con Sistema estructural Diagrid, losas de Acero Deck, refuerzo en Sistema Joistec.

Legenda :





EL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO – ZONIFICACIÓN-PLANIMETRÍA- PAISAJISMO - ESTRUCTURAS -
INSTALACIONES ELÉCTRICAS-INSTALACIONES SANITARIAS - VISTAS - DETALLES CONSTRUCTIVOS



EL PROGRAMA ARQUITECTÓNICO – ZONIFICACIÓN-PLANIMETRÍA- PAISAJISMO - ESTRUCTURAS -
INSTALACIONES ELÉCTRICAS-INSTALACIONES SANITARIAS - VISTAS - DETALLES CONSTRUCTIVOS

6.6 VISTAS

Figura 80: Elaboración Propia



Ingreso a supermercado (1 era planta)



Bar mirador (6 era planta)



Hall PRODUCE (9 na planta)



Oficina PRODUCE (10 ma planta)

7.1 CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ASPECTO SOCIAL

Según el análisis realizado en Gamarra actualmente hay mucha informalidad debido a la falta de información y oportunidades a las MYPES.

El proyecto aporta educación sobre la moda y MYPES, espacios flexibles que se adecuen a las diferentes necesidades y cambios, puntos de venta a bajo costo de arrendamiento.

ASPECTO ECONÓMICO

El proyecto sería financiado por una inversión privado -público, debido al costo que implica mantener una edificación en Gamarra. El alquiler de cada módulo MYPE proporcionará ingresos a la inversión privada, y el sector público contará con dos plantas para las instalaciones de capacitación PRODUCE.

Proponer proyectos que aporten a un gran porcentaje de la economía del país, con el fin de promover la difusión de la moda y capacitar a los emprendedores textiles. Este proyecto genera puestos de trabajo y promueve la formalización de MYPES.

7.1 CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ASPECTO NORMATIVO

Según lo analizado para el plan de desarrollo de La Victoria, se contempla el crecimiento horizontal de Gamarra.

Aunque notamos la falta de planificación urbana, trama ordenada, hitos, etc.

Por ello el proyecto busca ser un hito, importante en Gamarra, con instalaciones del estado para definir el entorno de Damero A, y dar paso al ingreso del Damero B.

ASPECTO AMBIENTAL

Actualmente todos los espacios públicos han sido ocupados por el comercio. El reconocido Parque Cánepa dejó de ser público para convertirse en una feria comercial.

El proyecto propone de un espacio público con vegetación de poco mantenimiento, además de utilizar estrategias pasivas de control solar y ventilación natural lo cual genera un espacio confortable al ingreso del recorrido del centro MYPE..

7.2 BIBLIOGRAFÍA

- Figura 1: Render Elaboración Propia
- Figura 2: Portugal, L. C. (2014, 22 agosto). La comida de-ambulante [Fotografía]. DEL PUENTE A LA CLOACA.
<https://delpuentealacloaca.wordpress.com/2013/04/25/la-comida-de-ambulante/>
- Figura 3: Render Elaboración Propia
- Figura 4: Vásquez, R. (2020, 7 septiembre). Ventas en emporios comerciales caerían al menos en 30% en campaña navideña [Fotografía]. El comercio.
<https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-ventas-en-emporios-comerciales-caerian-al-menos-en-30-en-campana-navidena-gamarra-polvos-azules-ncze-noticia/>
- Figura 5: Carranza, F. (2019, 1 enero). Alistan Intermoda 70 en primera quincena de 2019 [Fotografía]. Milenio.
<https://www.milenio.com/negocios/alistan-intermoda-70-en-primera-quincena-de-2019>
- Figura 6 : PRODUCE. (2019, 1 agosto). Coronavirus en Gamarra: ¿qué necesitará el emporio textil para resurgir? [Fotografía]. fastnotfash. <https://fastnotfash.com/coronavirus-en-gamarra/>
- Figura 7: OPI. (2019, 19 enero). Colección OPI [Fotografía]. joycebeleza.
<https://www.joycebeleza.com/coleccion-peru-de-opi/>
- Figura 8: No solo Gamarra: más calles de La Victoria llenas de basura. (s. f.). [Fotografías]. El Comercio Perú.
<https://elcomercio.pe/lima/gamarra-calles-victoria-llenas-basura-152737-noticia/>

7.2 BIBLIOGRAFÍA

- Figura 9: Parque cánepa. (s. f.). [Fotografía]. AdondeVivir. <https://www.adondevivir.com/>
- Figura 10: Los desfiles y eventos de moda en la vía pública. (s. f.). [Fotografía]. En Diario Ojo.
- Figura 11: Los centros comerciales en alrededores de Cánepa. (s. f.). [Fotografía]. En El Montonero.
- Figura 12, 13,14,15,16, 17 : Imagen. (s. f.). [Imagen]. <https://www.canva.com/>
- Figura 18: La Torre de Gamarra . (s. f.). [Fotografías Interiores y Planos]. <https://www.archdaily.pe/pe>
- Figura 19 y 20: Morelli, M., & Kahatt, S. (2012). Edificios Híbridos en Lima [Gráfico]. En Estrategias proyectuales para edificios públicos en altura.
- Figura 21,22,23 y 24 : Fotografías Interiores y Plano. (s. f.). [Fotografías Interiores y Planos]. <https://www.archdaily.pe/pe>
- Figura 25,26 y 27: Fotografías Interiores y Plano. (s. f.). [Fotografías Interiores y Planos]. <https://www.archdaily.pe/pe>
- Figura 28: istock. (s. f.). Illustration [Gráfico]. istock. <https://www.istockphoto.com/vector/crowdfunding-concept-in-flat-style-new-business-model-money-investment-vector-gm1284196082-381403221>
- Figura 29: Por falar em MODA. (2015, 9 marzo). [Gráfico]. coisasincriveisacontecem. <https://ascoisasmaisincriveisdomundo.wordpress.com/2015/03/09/por-falar-em-moda/>

7.2 BIBLIOGRAFÍA

- Figura 30:Elaboración Propia
- Figura 31: Municipalidad de Lima. (s. f.). Plan Lima 2035 de la Municipalidad de Lima [Plano]. Munlima.
<https://www.munlima.gob.pe/images/descargas/region-lima/asamblea-metropolitana/PLAN-METROPOLITANO-DE-DESARROLLO-URBANO.pdf>
- Figura 32: El Comercio. (2019, 12 marzo). Gamarra cerrada a la informalidad: en estas zonas no podrá haber ambulantes | MAPA [Ilustración]. El comercio.
<https://elcomercio.pe/lima/sucesos/cierran-puertas-informalidad-gamarra-comercio-ambulatorio-megaoperacion-victoria-george-forsyth-noticia-615920-noticia/>
- Figura 33:Soldevilla, A., & Abad, D. (2017). Mapa Vías [Gráfico]. Repositorio Ricardo Palma.
<http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/963>
- Figura 34:Figura48: Morelli, M., & Kahatt, S. (2012). Edificios Híbridos en Lima [Gráfico]. En Estrategias proyectuales para edificios públicos en altura.
- Figura 35: Elaboración propia
- Figura 36 y 37: Frisancho Larico, G. E. (2019). título profesional de arquitecto (Bachiller). Ricardo Palma.
- Figura 38 :Posición Solar Gamarra. (s. f.). [Gráfico]. sunearthtools.
https://www.sunearthtools.com/dp/tools/pos_sun.php?lang=es
- Figura 39 y 40: Elaboración Propia
- Fig. 41: Grafico Elaboración Propia
- Figura 42 :Ilustración Propia

7.2 BIBLIOGRAFÍA

- Figura 43: Morelli, M., & Kahatt, S. (2012). Edificios Híbridos en Lima [Gráfico]. En Estrategias proyectuales para edificios públicos en altura.
- Figura 44: Los desfiles y eventos de moda en la vía pública. (s. f.). [Fotografía]. En Diario Ojo.
- Figura 45: Desfile de Moda. (s. f.). [Fotografía]. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/>
- Figura 46, 52, 55 y 56 : Elaboración Propia
- Figura 47, 48, 49 y 50:Gamarra. (s. f.). [Fotografías]. GoogleEarth. <https://earth.google.com/web/search/Gamarra,+La+Victoria/@-12.0478452,-77.05337169,117.81543912a,11374.32872797d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCQo40Cu8qTVAEQk40Cu8qTXAGWcVLZ-QskJAIQSyNtn4mIDA>
- Figura 51: Nils, M. (s. f.). Lettering chicha [Fotografía]. Pinterest. <https://www.pinterest.com/pin/36922486945364161>
- Figura 53: Telar antiguo. (s. f.). [Fotografía]. Freepik. <https://www.freepik.es/fotos-vectores-gratis/gente-cusco>
- Figura 54: Adobe stock. (s. f.). Perú manto [Fotografía]. Adobe stock. <https://stock.adobe.com/au/contributor/208145382/max-maximov>
- Figura 57: Tela étnico andino. (2010, 12 febrero). [Fotografía]. Etsy. https://i.etsystatic.com/12962755/r/il/71f363/1554756110/il_570xN.1554756110_9ei4.jpg
- Figura 58: Textura de tela tejida. (2017). [Fotografía]. istockphoto. <https://www.istockphoto.com/es/foto/textura-de-tela-tejida-openwork-tejido-tejido-telas-de-cuna-gm628995608-111803515>
- Demás figuras y planos son de Elaboración Propia.



Figura 1: Elaboración Propia - Aime

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- KAHATT, S. S., & Morelli, M. (2012). *EDIFICIOS HÍBRIDOS EN GAMARRA*. https://issuu.com/taller-urban-lima/docs/2011-2_urbanlima_ehgamarra
- Barragán, L. (1980). *Discurso de aceptación del Premio Pritzker de Arquitectura*.
- Portocarrero Martínez, E., Diaz Vidal, J., & Flores Hidalgo, R. (2011). *Investigación Gamarra. Proyectos de Arquitectura y Urbanismo*. <https://pdf-arq.wixsite.com/arquitectura/investiga>
- E. (2016, 9 diciembre). *No solo Gamarra: más calles de La Victoria llenas de basura*. *El Comercio Perú*. <https://elcomercio.pe/lima/gamarra-calles-victoria-llenas-basura-152737-noticia/>
- Kenyi Coba. (2019). *Gamarra: ¿cómo surgió el emporio comercial que hoy busca librarse de los ambulantes?*. 14/03/2019, de *El Comercio* Sitio web: <https://elcomercio.pe/somos/historias/gamarra-surgio-emporio-comercial-hoy-busca-librarse-ambulantes-noticia-nndc-616392-noticia/?ref=ecr&foto=2>
- G. (2019, 13 marzo). *Gamarra y las cifras económicas más relevantes del emporio comercial*. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/gamarra-cifras-economicas-relevantes-emporio-comercial-fotos-nndc-261222-noticia/>
- Frisancho Larico, G. E. (2019). *titulo profesional de arquitecto (Bachiller)*. Ricardo Palma.