



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

CENTRO INTEGRAL DE FORMACIÓN EN NEGOCIOS GASTRONÓMICOS

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

AUTORES:

BACH. POOL ANDERSON TAMANI MEZA

BACH. DORA RODRIGUEZ PINEDO

ASESORA

ARQ. BERTHA RENÉE GUEROLA OLAGUIBEL

LINEA DE INVESTIGACION: ARQUITECTURA SOSTENIBLE

LUGAR

IQUITOS-PERU

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi Madre, hermanas y a Dios por ser mi guía durante este proceso de mi formación profesional, a mi madre pues sin ella no lo había logrado, siempre tuve su apoyo incondicional en los buenos y malos momentos.

Pool Anderson Tamani Meza.

Dedico éste trabajo principalmente a mi madre, la Sra. Reydelinda Pinedo, pues sin ella no lo había logrado. Por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su amor y apoyo incondicional. Gracias madre mía.

Dora Rodríguez Pinedo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado una madre ejemplo a seguir, a pesar de todas las cosas que pudiéramos haber pasado en nuestras vidas, siempre demostró ser una guerrera para mí y mis hermanas fomentando el deseo de superación y el triunfo en la vida.

Pool Anderson Tamani Meza.

A nuestro Dios Padre por no abandonarme en éste camino y decirme que nunca es tarde para conseguir tus sueños, solo hay que proponerse para lograrlo, no existe mejor satisfacción en la vida que estar agradecido con el altísimo por todo. Agradezco también a mis maestros de la carrera, por compartirme sus conocimientos e inspirarme a ser mejor persona y profesional, por sus compromisos y por su labor tan valiosa.

Dora Rodríguez Pinedo.

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 056-2023-UCP-FAU del 18 de mayo de 2023, la FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP designa como Jurado Evaluador de la sustentación del Trabajo de Suficiencia Profesional a los señores:

- | | |
|--|------------|
| ▪ Arq. Jorge Luis Tapullima Flores Mg. | Presidente |
| ▪ Arq. Filomena Bedoya Castillo | Miembro |
| ▪ Arq. Sandra Otilia Vela Alves Milho | Miembro |

Como Asesor: Arq. BERTHA RENÉE GUEROLA ALGUIBEL

En la ciudad de Iquitos, siendo las 10:00 horas del día 22 de mayo de 2023, en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional: "CENTRO INTEGRAL DE FORMACIÓN EN NEGOCIOS GASTRONÓMICOS" presentado por los Bachilleres:

POOL ANDERSON TAMANI MEZA

DORA RODRIGUEZ PINEDO

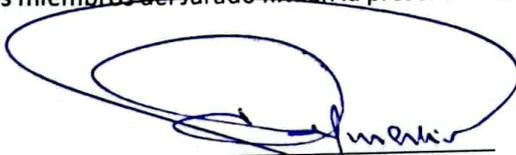
Como requisito para optar el título profesional de: **ARQUITECTO**

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron:.....*absueltas*.....

El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La sustentación es:.....*aprobado por unanimidad*.....

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman la presente Acta:


Presidente


Miembro


Miembro

| | | |
|---------------|-------------------------|-----------|
| CALIFICACIÓN: | Aprobado (a) Excelencia | : 19 - 20 |
| | Aprobado (a) Unanimidad | : 16 - 18 |
| | Aprobado (a) Mayoría | : 13 - 15 |
| | Desaprobado (a) | : 12 - 00 |

Contáctanos: Iquitos - Perú
065 - 26 1088 / 065 - 26 2240
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

“Año de la Unidad, la paz y el desarrollo”

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

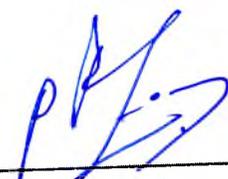
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

“CENTRO INTEGRAL DE FORMACIÓN EN NEGOCIOS GASTRONÓMICOS”

De los alumnos: **POOL ANDERSON TAMANI MEZA Y DORA RODRIGUEZ PINEDO**, de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **12% de similitud**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 17 de Mayo del 2023.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética – UCP

CJRA/ri-a
175-2023

Document Information

| | |
|--------------------------|--|
| Analyzed document | UCP_aquiteturayurbanismo_2023_TSP_PoolTamani_DoraRodriguez_V1.pdf (D167331191) |
| Submitted | 2023-05-17 16:54:00 |
| Submitted by | Comisión Antiplagio |
| Submitter email | revision.antiplagio@ucp.edu.pe |
| Similarity | 12% |
| Analysis address | revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |

Sources included in the report

| | | | |
|-----------|--|---|----------|
| SA | Universidad Científica del Perú / UCP_arquitectura_2021_TSP_MarielChing_KarlaFachin_V1.pdf Document UCP_arquitectura_2021_TSP_MarielChing_KarlaFachin_V1.pdf (D110457574) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |  | 1 |
| SA | Universidad Científica del Perú / UCP_ARQUITECTURA_2021_TESIS_JOSÉ TORRES _VICTOR REATEGUÍ_V1.pdf Document UCP_ARQUITECTURA_2021_TESIS_JOSÉ TORRES _VICTOR REATEGUÍ_V1.pdf (D119204477) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |  | 7 |
| SA | CENTRO DE COMERCIO, DIFUSION AGRICOLA Y SERVICIOS EN CARABAYLLO.docx Document CENTRO DE COMERCIO, DIFUSION AGRICOLA Y SERVICIOS EN CARABAYLLO.docx (D115435748) |  | 1 |
| SA | 1A_Pinedo_García_Amador_Maestria_2018.docx Document 1A_Pinedo_García_Amador_Maestria_2018.docx (D37496020) |  | 2 |
| SA | Universidad Científica del Perú / UCP_Arquiteturayurbanismo_2021_TrabajodeSuficienciaProfesional_AdrianaGarcia_BreddyHidalgo_V1.pdf Document UCP_Arquiteturayurbanismo_2021_TrabajodeSuficienciaProfesional_AdrianaGarcia_BreddyHidalgo_V1.pdf (D111258614) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |  | 2 |
| SA | Universidad Científica del Perú / UCP_ArquitecturaYUrbanismo_2023_TSP_GregorioHeredia_V1.pdf Document UCP_ArquitecturaYUrbanismo_2023_TSP_GregorioHeredia_V1.pdf (D161048728) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |  | 4 |
| SA | Universidad Científica del Perú / UCP_ARQ_2020_T_MariaMelendez_VivivanaSaucedo_V1.pdf Document UCP_ARQ_2020_T_MariaMelendez_VivivanaSaucedo_V1.pdf (D80427365) Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |  | 2 |
| SA | MERCADO TINTA.pdf Document MERCADO TINTA.pdf (D58664059) |  | 3 |
| SA | 1A_Bellido_Echevarria_Nadia_Carol_Titulo_Profesional_2018.docx Document 1A_Bellido_Echevarria_Nadia_Carol_Titulo_Profesional_2018.docx (D47700850) |  | 2 |

ÍNDICE DE CONTENIDO

Página

| | |
|--|----|
| DEDICATORIA | 1 |
| AGRADECIMIENTO | 2 |
| ACTA DE SUSTENTACIÓN..... | 3 |
| ANTIPLAGIO..... | 4 |
| ÍNDICE DE CONTENIDO | 6 |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | 9 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 9 |
| RESUMEN..... | 10 |
| ABSTRACT | 11 |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 12 |
| 1.1. Descripción del problema..... | 12 |
| 1.2. Formulación del problema | 13 |
| 1.2.1. Problema general..... | 13 |
| 1.2.2. Problemas específicos | 13 |
| 1.3. Análisis FODA..... | 14 |
| 1.4. Objetivos..... | 14 |
| 1.4.1. Objetivo general | 14 |
| 1.4.2. Objetivos específicos..... | 15 |
| 1.5. Supuesto básico de la investigación | 15 |
| 1.6. Justificación de la investigación..... | 15 |
| 1.7. Alcance y limitaciones | 16 |
| 1.8. Diseño de la investigación | 16 |
| 1.9. Metodología de la investigación..... | 17 |
| CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL | 18 |
| 2.1. Antecedentes del lugar..... | 18 |
| 2.1.1. Historia..... | 18 |
| 2.2. Antecedentes del tema y de la institución | 19 |

| | | |
|--|--|----|
| 2.2.1. | La Arquitectura y la gastronomía..... | 19 |
| 2.2.2. | Normativas | 20 |
| 2.2.2.1. | Reglamento Nacional de Edificaciones | 20 |
| 2.2.2.1.1. | Normas para diseñar un Mercado ⁽⁸⁾ | 20 |
| 2.2.2.1.1.1. | Capítulo II – Condiciones de Habitabilidad y Funcionalidad | 20 |
| 2.2.2.1.1.2. | Capítulo III – Características de los Componentes..... | 21 |
| 2.2.2.1.1.3. | Capítulo IV – Dotación de Servicios..... | 23 |
| 2.2.2.1.2. | Norma Sanitaria de Funcionamiento de Mercados de Abasto y Ferias- Ministerio de Salud ⁽⁹⁾ | 25 |
| 2.2.2.1.2.1. | Capítulo II – De las Instalaciones de los Mercados De Abasto y Ferias | 26 |
| 2.2.2.1.2.2. | Capítulo III – De la recepción y almacenamiento de los alimentos | 29 |
| 2.2.2.1.2.3. | Capítulo IV – De los puestos de comercialización según el tipo de alimento | 30 |
| 2.2.2.1.3. | Normas para Educación en Gastronomía ⁽¹⁰⁾ | 32 |
| 2.3. | Datos de la zona seleccionada para propuesta arquitectónica Centro Gastronómico..... | 35 |
| 2.3.1. | Ubicación de la zona seleccionada | 35 |
| CAPÍTULO III: MARCO TEORICO..... | | 36 |
| 3.1. | Antecedentes | 36 |
| 3.2. | Bases teóricas | 39 |
| 3.2.1. | Tipología de centros gastronómicos | 39 |
| 3.3. | Glosario de términos..... | 40 |
| CAPÍTULO IV: MARCO NORMATIVO | | 41 |
| 4.1. | Normativa y reglamentos | 41 |
| CAPÍTULO V: ANALISIS DE CASOS ANALOGOS | | 42 |
| 5.1. | Market Hall (Rotterdam, Países Bajos) – Arquitectos: Mvdrv | 42 |
| 5.2. | Centro Cultural Bergama (Bergama, Turquía) – Arquitectos: Eaa, Emre Arolat Architecture..... | 45 |
| 5.3. | Centro Gastronómico Y Cultural Bellavista, Puesto 1 (Santiago, Chile) – Arquitectos: Bma | 48 |
| CAPÍTULO VI: MARCO CONTEXTUAL..... | | 50 |
| 6.1. | Análisis del lugar. | 50 |

| | | |
|--|--|----|
| 6.2. | Redes de equipamiento | 52 |
| 6.3. | Justificación de la elección del terreno | 53 |
| 6.4. | Características del terreno..... | 54 |
| CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 54 |
| 7.1. | CONCLUSIONES..... | 54 |
| 7.2. | RECOMENDACIÓN..... | 54 |
| CAPÍTULO VIII: PROYECTO..... | | 55 |
| 8.1. | Toma de partida y estrategias proyectuales | 55 |
| 8.2. | Programa arquitectónico | 56 |
| 8.3. | Zonificación General | 57 |
| 8.4. | Memoria descriptiva:..... | 58 |
| 8.4.3. | Propuesta arquitectónica | 59 |
| 8.4.4. | Vista 3D | 63 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS..... | | 69 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---------------------|----|
| Tabla 1. FODA | 14 |
|---------------------|----|

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-------------------------------|
| Figura 7 Ubicación de la zona de estudio | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 8 Uso predominante | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 9. Equipamiento urbano | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 10 Sistema vial..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 11 Red de equipamiento - Educación | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 12 Red de equipamiento - Salud..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 13 Red de equipamiento - Recreación..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 14 Justificación del terreno..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 15 Topografía del Terreno | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 16. Vista general de equipamiento | 63 |
| Figura 17-. Vista Ingreso principal | 64 |
| Figura 18. Plaza receptora | 63 |
| Figura 19. Vista – Zona polideportivo..... | 64 |
| Figura 20. Vista – Zona Semi pública | 65 |
| Figura 21. Vista – Zona de piscina | 65 |
| Figura 22. Vista – Aula Académica..... | 66 |
| Figura 23. Vista – Anfiteatro | ¡Error! Marcador no definido. |
| Figura 24. Vista – Zona residencial | 66 |
| Figura 25. Vista – Zona de comedor | 66 |
| Figura 26. Vista – Zona de interacción social estudiante | 67 |
| Figura 27. Vista – Zona sum residencial..... | . |
| Figura 28 Vista – zona de laboratorios..... | 67 |

RESUMEN

CENTRO INTEGRAL DE FORMACIÓN EN NEGOCIOS GASTRONÓMICOS

Distrito de Belén, Provincia de Maynas. Región Loreto

Dora Rodríguez - Pinedo

Pool Anderson Tamani – Meza

Elaboramos una propuesta que consiste en el diseño de un centro integral de formación en negocios gastronómicos para la región Loreto, en el Distrito de Belén, Provincia de Maynas, para el mejoramiento de la comercialización en la zona de Belén, formación de profesionales gastronómicos e impulsar la cultura y gastronomía desde un punto significativo de Loreto. Para lograr dicho propósito se hizo la elección del terreno perteneciente a la Casona o conocido como el mercado de Belén. Al finalizar el proyecto se obtuvo como resultado el adecuado diseño de una infraestructura para un centro integral de formación en negocios gastronómicos, logrando una adecuada infraestructura, los comensales puedan disfrutar de la cultura y gastronomía de Loreto, y los estudiantes pueden desempeñar sus habilidades al máximo ya que cuentan con todos los usos necesarios como pabellón de aulas, biblioteca, auditorio, área administrativa, que permitan su adecuada formación y profesionalización, etc.

Palabras claves: Propuesta de Diseño, centro integral, formación gastronómica, comercialización

Palabras claves: Design proposal.

ABSTRACT

INTEGRAL TRAINING CENTER IN GASTRONOMIC BUSINESSES

District of Belén, Province of Maynas. Loreto Region

Dora Rodriguez-Pinedo

Pool Anderson Tamani-Meza

We elaborated a proposal that consists of the design of a comprehensive training center in gastronomic businesses for the Loreto region, in the District of Belén, Province of Maynas, for the improvement of commercialization in the Belén area, training of gastronomic professionals and promoting culture and gastronomy from a significant point of Loreto. To achieve this purpose, the choice of land belonging to the Casona or known as the Belén market was made. At the end of the project, the adequate design of an infrastructure for a comprehensive training center in gastronomic businesses was obtained, achieving an adequate infrastructure, diners can enjoy the culture and gastronomy of Loreto, and students can perform their skills to the fullest. since they have all the necessary uses such as classroom pavilion, library, auditorium, administrative area, which allow their adequate training and professionalization, etc.

Keywords: Design Proposal, comprehensive center, gastronomic training, marketing

Keywords: Design proposal

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La gastronomía típica es una de las atracciones y actividad más interesantes que existe, está mescla la cultura con la alimentación y el resultado de es un exquisito manjar al alcance de todos y servido donde lo encuentres, puede ser en: centros comerciales, restaurant, fonda, tienda, que se consideran comercio de aspecto formal, por otra parte encontramos lugares peculiares que se consideran comercio de aspecto informal y pueden ser: parques, veredas, patio traseros, garajes, canastos en la calles, etc. ⁽¹⁾

Por esta peculiaridad, la gastronomía peruana es apreciada a nivel mundial, llegando a ser considerada por el periódico francés Le Monde como una de las tres grandes cocinas de la humanidad, al lado de la china y de la francesa. Perú es muy privilegiado por la variedad de ingredientes que existe en nuestras tierras, gracias a su geografía con la que cuenta, por lo que nuestra cocina está llena de riqueza, dentro de las tres regiones que conforman nuestro país existen 8 zonas climáticas y varios microclimas, siendo así el Perú, el país con mayor biodiversidad del mundo. ⁽²⁾

Actualmente, la cocina peruana representa una simbiosis de culturas culinarias gracias a nuestra diversidad de ingredientes, tanto nativos como los que llegaron de otras partes del mundo, el cual permitieron la evolución de una culinaria amplia y diversa en constante reinvencción. ⁽²⁾

Esta representatividad es bastante notoria, en nuestra ciudad de Iquitos, que forma parte de la Amazonia Peruana, lo que se traduce en un conjunto de tradiciones culturales de diversidad etnias, que promueven la interculturalidad gastronómica, ideal para los comensales locales, nacionales e internacionales.

En este sentido, existe una propuesta arquitectónica, centro integral de formación en negocios gastronómicos, que es un espacio, que reúne toda la tradición y el arte de la comida, en un espacio para la reunión de personas, promoción de eventos, muestras de la cultura y las distintas maneras de cocinar, con la finalidad que el usuario visite el lugar con el objetivo de solamente comprar. ⁽³⁾

Pero son los mercados en nuestro país están destinados a la compra y venta de productos, muchos de ellos en malas condiciones de salubridad, donde los puestos de comida no se encuentran debidamente organizados, donde los espacios no son los adecuados, ya que no facilita la circulación y la comodidad para los consumidores, no se encuentran especializados en gastronomía y carecen de condiciones adecuadas para ofrecer un buen servicio a los comensales. ⁽³⁾

Teniendo en cuenta este panorama, basados en la carencia e inexistencia de un centro gastronómicos de tipología distinta en la ciudad de Iquitos teniendo como foco al distrito de Belén con su patrimonio urbano, “La Casona”, mercado municipal de expendio de insumos de primera necesidad, el presente trabajo pretende presentar una propuesta de diseño de un, centro integral de formación en negocios gastronómicos, lo que podría promover el mejoramiento de ese espacio de la zona de Belén, y contribuir con la calidad del servicio de venta de insumos, comida y formación de profesionales gastronómicos, a través de su funcionalidad, habitabilidad, respondiendo a los requerimientos de este rubro.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿La propuesta de diseño de un centro integral de formación en negocios gastronómicos en el distrito de Belén contribuirá con las condiciones de salubridad, organización, y buen servicio a los comensales?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles son las necesidades para optimizar la gestión y calidad de servicio de los establecimientos gastronómicos?
- ¿Qué diseño arquitectónico tendrá la propuesta de un centro integral de formación en negocios gastronómicos para atender las necesidades de los comensales?
- ¿Existen elementos tecnológicos, académicos, cultural y ambientales comprenderá la propuesta?

1.3. Análisis FODA

Tabla 1. FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|
| Existe disponibilidad de terrenos amplios para el desarrollo del proyecto. Interés por construir los Centros gastronómicos | La vida en el ámbito urbano, existe inseguridad ciudadana |
| Normatividad que respalda el diseño | Falta saneamiento de terrenos donde se construirá centro integral de formación en negocios gastronómicos |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| Disponibilidad de generar nuevas perspectivas para la gastronomía | Cambio de gobiernos |
| Política pública de apoyo para mejoramiento de centros de abasto de comida e insumos | Posible negativa de los comensales y población en general |

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Proponer un Diseño de un centro integral de formación en negocios gastronómicos en el Distrito de Belén, Maynas, Loreto

1.4.2. Objetivos específicos

- Diseñar ambientes funcionales teniendo en cuenta las condiciones topográficas, urbanas y climáticas de la zona.
- Generar una propuesta arquitectónica contemporánea para el servicio, que se integre espacial, funcional y formalmente.
- Identificar elementos para promover la flexibilidad del diseño con su entorno, así como las nuevas tecnologías y metodologías.

1.5. Supuesto básico de la investigación

El diseño de un centro integral de formación en negocios gastronómicos en el Distrito de Belén, no solo sería un indicador de mejorías en la calidad del expendio de insumos, presentación de platos y formación de profesionales desde el punto de vista gastronómico, y desde el punto de vista arquitectónico, es una oportunidad para generar mejores presentaciones de la gastronomía local y nacional, para el potenciar de esta manera el turismo en nuestra ciudad.

1.6. Justificación de la investigación

La presente investigación se justificará en la medida de que se logren las metas, objetivos y que beneficie a toda la población del Distrito de Belén y por ende a toda la Provincia de Maynas, tanto a comerciantes, productores, transportistas y usuarios. Con la propuesta de una infraestructura adecuada y de acuerdo a las condiciones climatológicas de la zona, y la puesta en servicio se solucionarán los problemas ambientales, de seguridad, informalidad, de salubridad e higiene debido a la acumulación de desechos orgánicos en las calles, la falta de un adecuado sistema de refrigeración para los puestos de carnes, pescado y frutas, entre otros inconvenientes. ⁽⁴⁾

Esas soluciones se sustentan porque en Latinoamérica existe una gastronomía propia nacida de su tradición y sus orígenes culturales. La cocina latina no es más que el resultado de la historia de sus pueblos: una fusión de elementos culturales, étnicos y sociales que hacen de su estilo gastronómico una mezcla de sabores, productos, recetas y estilos. ⁽⁵⁾

Este estudio realizado es para poder rescatar la puesta en valor de la gastronomía de la selva, pero hoy por hoy, no existe en el país, una infraestructura adecuada para el desarrollo de una actividad tan compleja como la gastronomía, y pueda lograr vincular a todos los actores dentro de un mismo edificio. ⁽⁵⁾

Y de esta manera se mejorará la calidad de vida de los comerciantes del mercado denominado “La Casona” como en los alrededores.

1.7. Alcance y limitaciones

- La capacidad del proyecto será según la demanda de personas jóvenes de todos los géneros entre que viven y trabajan en Belén y distritos aledaños en el sector gastronómico.
- Principalmente se abarcará la demanda según datos del Instituto Nacional de Estadística, el plan estratégico institucional de Lurín 2014, MINTRA y el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- El sustento económico no es condicionante de diseño ya que está sustentada la posibilidad de financiamiento de una empresa privada y de la municipalidad.
- El centro integral de formación en negocios gastronómicos está dirigido al público en general tanto nacionales como internacionales que buscan un espacio donde puedan encontrar actividades gastronómicas y a aquellas persona que desean instruirse en la educación referente a la gastronomía , además de encontrar actividades culturales y en una zona exclusiva de la dinámica urbana, siendo este la playa San Pedro, el proyecto respetara el contexto físico paisajístico para el beneficio del diseño y del usuario, que a la vez beneficiara a toda una ciudad

1.8. Diseño de la investigación

Es un estudio descriptivo, porque se realizará las observaciones del terreno, viéndose las necesidades de los posibles usuarios.

1.9. Metodología de la investigación

- Para obtener información de los criterios técnicos para la edificación del centro integral de formación en negocios gastronómicos se tomará en cuenta:
 - Reglamento Nacional de Edificaciones encontramos un capítulo entero referente al uso comercial: En la Norma A.070 encontramos la información requerida para mercados mayoristas y minoristas.
 - Norma Sanitaria de Funcionamiento de Mercados de Abasto y Ferias- Ministerio de Salud.
 - Normas para la Organización y Ejecución del Proceso de Admisión a las Instituciones de Educación Superior, Criterios para la Evaluación de Infraestructura de Institutos Superiores, entrevistas y observaciones de instituciones in-situ.
- Para obtener información del terreno seleccionado, para la proyección de la construcción del centro integral de formación en negocios gastronómicos, se solicitará al municipio de turno el PLAN DE DESARROLLO URBANO (PDU) del distrito de Belén.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes del lugar

El proyecto se localiza en el distrito de Belén ⁽⁶⁾:

- **Departamento:** Loreto
- **Provincia:** Maynas
- **Superficie:** 632.8 km²
- **Población:** 64,488 hab. (censo 2017)
- **Ubigeo:** 160112

El **distrito de Belén** es uno de los once distritos que conforma la provincia de Maynas en el departamento de Loreto, bajo la administración del Gobierno Regional de Loreto, en el Perú. Su capital es la **Villa de Belén** ubicado a 86 msnm.

El distrito limita con:

- **Norte:** con el distrito de Punchana.
- **Sur:** con los distritos de San Juan Bautista y Fernando Lores.
- **Este:** con el distrito de Indiana.
- **Oeste:** con los distritos de Iquitos y San Juan Bautista.

2.1.1. Historia

El distrito de Belén fue creado mediante Ley N° 27195 del 5 de noviembre de 1999, en el gobierno del presidente Alberto Fujimori.

El distrito de Belén fue creado inicialmente como distrito Villa Belén en 2002, naciendo en Belén Cocha, un pequeño riachuelo que brotaba del río Itaya. El crecimiento de Belén se realizó desde abajo hacia arriba, donde su crecimiento poblacional se asienta hacia Pijuayo Loma, una terraza geográfica de la inmensa Gran Planicie en que Iquitos se asienta.

Presenta un clima caluroso, con intensidad de lluvias que se acentúan a partir del mes de diciembre y en los primeros meses del año. Durante el mes de junio, principalmente, el cual registra bruscos cambios de temperatura, incremento de la presión atmosférica y disminución de la humedad ambiental, a consecuencia de la llegada de masas de aire frío provenientes de la Antártida, con una duración de dos o tres días. En horas de la noche, durante el "friaje" los termómetros llegan a marcar hasta 14° C y 13° C.

El Distrito presenta una infraestructura vial y fluvial como medios de comunicación. El principal atractivo de la zona, es la plaza Venecia y el monumento municipal, que cumple funciones de mercado de abastos, La Casona.

La vía fluvial conformada por el río Itaya, permite el transporte de carga y pasajeros a través de sus aguas, sirviéndose de canoas, bote-motor, deslizadores, entre otros que son utilizados frecuentemente por la población ribereña asentada a orillas de ambos ríos. No existen embarcaderos, puertos ni mini-puertos habilitados para un mejor servicio a la población.

2.2. Antecedentes del tema y de la institución

2.2.1. La Arquitectura y la gastronomía

La Arquitectura y la Gastronomía son dos disciplinas que comparten muchos aspectos en común. En ambas, la experiencia es multisensorial. Muchos o casi todos los sentidos son parte de la experiencia final y la hacen especial y única.

En el caso de la Arquitectura: la vista, el tacto, el olfato y el oído, hacen de la experiencia de percibir un espacio algo absolutamente mágico e indeleblemente marcado en nuestros recuerdos.

Teniendo en cuenta que la definición definitiva de la Arquitectura es la creación de un "Escenario" para el ser humano, un escenario para vivir, para soñar, para aspirar a la felicidad en términos absolutos y por qué no, para disfrutar de una buena experiencia gastronómica. ⁽⁷⁾

2.2.2. Normativas

2.2.2.1. Reglamento Nacional de Edificaciones

2.2.2.1.1. Normas para diseñar un Mercado⁽⁸⁾

En el Reglamento Nacional de Edificaciones encontramos un capítulo entero referente al uso comercial: En la Norma A.070 encontramos la información requerida para mercados mayoristas y minoristas.

2.2.2.1.1.1. Capítulo II – Condiciones de Habitabilidad y Funcionalidad

- **Artículo 7**

El número de personas de una edificación comercial se determinará de acuerdo con la siguiente tabla, en base al área de exposición de productos y/o con acceso al público:

- Tienda independiente: 5.0 m² por persona
- Salas de juegos, casinos: 2.0 m² por persona
- Gimnasios: 4.5 m² por persona
- Tienda por departamento: 3.0 m² por persona
- Mercado mayorista: 5.0 m² por persona
- Supermercado: 2.5 m² por persona
- Mercado minorista: 2.0 m² por persona
- Restaurantes (área de mesas): 1.5 m² por persona
- Pacios de comida (área de mesas): 1.5 m² por persona
- Bares: 1.0 m² por persona
- Discotecas: 1.0 m² por persona
- Tiendas: 5.0 m² por persona
- Áreas de servicio (cocinas): 10.00 m² por persona
- Galería Comercial: 2.0 m² por persona

- **Artículo 8**

La altura libre mínima de piso terminado a cielo raso en las edificaciones comerciales será de 3.00 m.

2.2.2.1.1.2. Capítulo III – Características de los Componentes

- **Artículo 9**

Los accesos a las edificaciones comerciales deberán contar con al menos un ingreso accesible para personas con discapacidad, y a partir de 1 000 m² techados, con ingresos diferenciados para público y para mercadería.

- **Artículo 10**

Las dimensiones de los vanos para la instalación de puertas de acceso, comunicación y salida deberán calcularse según el uso de los ambientes a los que dan acceso y al tipo de usuario que las empleará, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- La altura mínima será 2.10 m.
- Los anchos mínimos de los vanos en que instalarán puertas serán:
- Ingreso principal 1.00 m
- Dependencias interiores 0.90 m
- Servicios higiénicos 0.80 m
- Servicios higiénicos para discapacitados 0.90 m

- **Artículo 12**

El ancho de los pasajes de circulación de público dependerá de la longitud del pasaje desde la salida más cercana, el número de personas en la edificación, y la profundidad de las tiendas o puestos a los que se accede desde el pasaje.

El ancho mínimo de los pasajes será de 2.40 m los mismos que deben permanecer libres de objetos, mobiliario, mercadería o cualquier obstáculo. Los pasajes principales deberán tener un ancho mínimo de 3.00 m. Los pasajes de circulación pública deben estar intercomunicados entre sí mediante circulaciones verticales, escaleras y/o ascensores.

- **Artículo 13**

El material de acabado de los pisos exteriores deberá ser antideslizante. Los pisos de en mercados, serán de material impermeable, antideslizante y liso, fáciles de limpiar y se les dará pendiente de por lo menos 1.5% hacia las canaletas o sumideros de desagüe.

- **Artículo 15**

Los locales comerciales tendrán un área mínima de 6.00 m², sin incluir depósitos ni servicios higiénicos, con un frente mínimo de 2.40 m y un ancho de puerta de 1.20 m y una altura mínima de 3.00 m.

- **Artículo 16**

Los puestos de comercialización en los mercados se construirán de material no inflamable, las superficies que estén en contacto directo con el alimento deberán ser fáciles de limpiar y desinfectar. El diseño de las instalaciones será apropiado para la exhibición y la comercialización de alimentos en forma inocua; considerará una zona de depósito para almacenar mercadería ligera; requerirá de instalaciones eléctricas y sanitarias en caso que lo exija la actividad comercial a desarrollar.

La distribución de las secciones será por tipo de producto. Las áreas mínimas de los puestos de acuerdo a las actividades comerciales a desarrollar en el mercado serán:

- Carnes, pescado y productos perecibles 6.00 m²
- Abarrotes, mercería y cocina 8.00 m²
- Otros productos 6.00 m²

- **Artículo 17**

El área de elaboración de alimentos, será con pisos de material no absorbente, resistentes, antideslizantes, no atacables por los productos empleados en su limpieza y de materiales que permitan su mantenimiento en adecuadas condiciones de higiene.

Serán fáciles de limpiar y tendrán una inclinación suficiente hacia sumideros que permita la evacuación de agua y otros líquidos. Las paredes tendrán superficies lisas, no absorbentes y revestidas de material o pintura que permitan ser lavados sin deterioro. Los techos estarán contruidos de forma que no acumule polvo ni vapores de condensación, de fácil limpieza y siempre estarán en condiciones que eviten contaminación a los productos.

2.2.2.1.1.3. Capítulo IV – Dotación de Servicios

- **Artículo 19**

Los ambientes para servicios higiénicos deberán contar con sumideros de dimensiones suficientes como para permitir la evacuación de agua en caso de aniegos accidentales. La distancia entre los servicios higiénicos y el espacio más lejano donde pueda existir una persona, no puede ser mayor a 50 m medidos horizontalmente, ni puede haber más de un piso entre ellos en sentido vertical.

- **Artículo 22**

Las edificaciones para mercados estarán provistas de servicios sanitarios para empleados, según lo que se establece a continuación, considerando 10 m² por persona. Adicionalmente a los servicios sanitarios para los empleados se proveerán servicios sanitarios para el público en base al cálculo del número de ocupantes.

- **Artículo 23**

Los servicios higiénicos para personas con discapacidad serán obligatorios a partir de la exigencia de contar con tres artefactos por servicio, siendo uno de ellos accesibles a personas con discapacidad. En cado se proponga servicios separados exclusivos para personas con discapacidad sin diferenciación de sexo, éste deberá ser adicional al número de aparatos exigible según las tablas indicadas en los artículos precedentes.

- **Artículo 24**

Las edificaciones comerciales deberán tener estacionamientos dentro del predio sobre el que se edifica.

- El número mínimo de estacionamientos para un mercado minorista es 1 cada 20 personas para personal y 1 cada 20 personas para el público.
- El número mínimo de estacionamientos para restaurantes es 1 cada 10 personas para personal y 1 cada 10 personas para el público.
- Deberán proveerse espacios de estacionamiento accesibles para los vehículos que transportan o son conducidos por personas con discapacidad, cuyas dimensiones mínimas serán de 3.80 m de ancho por 5.00 m de profundidad, a razón de 1 cada 50 estacionamientos requeridos.
- Su ubicación será la más cercana al ingreso y salida de personas, debiendo existir una ruta accesible.

- **Artículo 25**

En las edificaciones comerciales donde se hayan establecido ingresos diferenciados para personas y mercadería, la entrega y recepción de ésta deberá efectuarse dentro del lote, para lo cual deberá existir un patio de maniobras para vehículos de carga acorde con las demandas de recepción de mercadería.

Deberá proveerse un mínimo de espacios para estacionamiento de vehículos de carga de acuerdo al análisis de las necesidades del establecimiento. En caso de no contarse con dicho análisis se empelará lo siguiente:

- De 1 a 500 m² de área techada será 1 el número de estacionamientos.
- De 501 a 1 500 m² de área techada será 2 el número de estacionamientos.
- De 1 501 a 3 000 m² de área techada será 3 el número de estacionamientos.
- Más de 3 000 m² de área techada será 4 el número de estacionamientos.

- **Artículo 26**

En los mercados minoristas y supermercados se considerará espacios para depósitos de mercadería, cuya área será como mínimo el 25% del área de venta, entendida como la suma de las áreas de los puestos de venta, las áreas para la exposición de los productos y las áreas que ocupan las circulaciones abiertas al público.

Se proveerá de cámaras frigoríficas para Carnes y Pescados. La dimensión de la Cámara Frigorífica de carnes permitirá un volumen de 0.02 m³ por m² de área de venta. La dimensión de la Cámara frigorífica de pescados permitirá un volumen mínimo de 0.06 m³ por m² de área de venta: la dimensión de la cámara fría para productos diversos con una capacidad de 0.03 m³ por m² de área de venta.

- **Artículo 27**

Se proveerá un ambiente para basura que tendrá un área mínima de 0.03 m² por m² de área de venta, con un área mínima de 6 m². Adicionalmente se deberá prever un área para lavado de recipientes de basura, estacionamiento de vehículo recolector de basura, etc.

Los mercados mayoristas y minoristas deberán contar con un laboratorio de control de calidad de los alimentos.

2.2.2.1.2. Norma Sanitaria de Funcionamiento de Mercados de Abasto y Ferias- Ministerio de Salud ⁽⁹⁾

En la Norma Sanitaria para Mercados de Abasto y Ferias, elaborada por el Ministerio de Salud, especifican muchos criterios válidos para el diseño de diferentes ambientes y la distribución de ellos, basándose en los requisitos de salud que debe cumplir un centro comercial que compra y vende productos para el consumo humano.

2.2.2.1.2.1. Capítulo II – De las Instalaciones de los Mercados De Abasto y Ferias

- **Artículo 8**

La infraestructura de los mercados de abasto y ferias Los mercados se construirán con materiales fáciles de limpiar y desinfectar, resistentes a la corrosión y se conservarán en buen estado. Los materiales serán tales que no transmitan sustancias no deseadas al alimento.

El mercado de abasto y las ferias deben disponer de espacios suficientes y distribuidos de manera tal que permita realizar las operaciones de mantenimiento, limpieza, comercialización y el tránsito seguro de las personas y vehículos.

Los mercados de abasto cumplirán con los siguientes requisitos:

- Los pisos serán de material impermeable, lavable, antideslizante y sin grietas. Se les dará una pendiente suficiente, no menor de 1,5% para permitir que los líquidos escurran hacia las canaletas o sumideros convenientemente situados.
- Las canaletas contarán con rejillas metálicas removibles y trampas para sólidos con el fin de recuperarlos y disponerlos posteriormente.
- Las paredes serán lisas y sin grietas, de material impermeable, no adsorbente, lavable y de color claro. Cuando sea posible, los ángulos entre las paredes, entre las paredes y los pisos, y entre las paredes y los techos serán abovedados y continuos para facilitar la limpieza y evitar la acumulación de elementos extraños.
- Los techos se proyectarán de manera tal que se impida la acumulación de suciedad.
- La altura será suficiente para garantizar una buena circulación de aire.
- Los mercados deben estar completamente techados y se construirán de manera tal que impida el ingreso de plagas u otros animales. Las ferias se techarán parcialmente, sobre el área ocupada por los puestos de comercialización, para protegerlos del sol y con un declive no inferior al 2% para la evacuación pluvial.

- Las puertas de acceso serán, en general, en número de dos en mercados y ferias de 150 puestos o menos, debiendo ubicarse, en lo posible, en puntos extremos y aumentando una puerta por cada 100 puestos adicionales.
- Las ventanas y aberturas se construirán de manera tal que se evite la acumulación de suciedad y estén provistas de medios que impidan el ingreso de insectos, aves u otros animales.
- Los pasillos tendrán una amplitud suficiente para asegurar el tránsito fluido; en cualquier caso, su anchura no debe ser menor de 2 m y en ningún caso se utilizarán como áreas de almacenamiento ni exhibición de los alimentos. Los pasillos estarán interrelacionados unos con otros, de manera que exista fluidez hacia las puertas de salida, sin que queden puntos ciegos.

- **Artículo 9**

El área y características de cada puesto concordarán con el tipo de alimentos que se comercializa. Los puestos estarán distribuidos en bloques y dispuestos en la sección que le corresponde.

- **Artículo 11**

Los establecimientos de comidas y jugos, se ubicarán en una sección separada de la zona de comercialización de alimentos crudos, de los servicios higiénicos y del colector de residuos.

- **Artículo 12 – Infraestructura sanitaria**

Los mercados de abasto deben cumplir con las siguientes condiciones sanitarias:

- La instalación del agua en el interior del mercado contará con un grifo cada 50 puestos o cada 20 m como mínimo.
- El sistema de evacuación de aguas procedentes de la limpieza en el mercado de abasto contará con sumideros y canaletas con una

sección de 0.20 x 0.20 m por pasadizo a todo lo largo, cubiertas con rejillas de fierro desmontable, con una pendiente mínima de 1,0% y con cajas de registro cada 15 m o cada 5 puestos.

• **Artículo 13 – Servicios Higiénicos**

Los aparatos sanitarios serán de loza y se dispondrán según la relación siguiente:

Para el personal del mercado:

- Por cada 200 puestos o menos 2 I, 2L, 1U

Para el público:

- Por cada 250 m² o menos 3 I, 2L, 1U

• **Artículo 14 – Los vestuarios**

Los vestuarios deberán cumplir con las siguientes condiciones:

- Los vestuarios deben estar separados de los servicios higiénicos, tendrán casilleros para la ropa y los artículos de aseo personal de los manipuladores.
- La ropa limpia de trabajo se colocará en los casilleros, separada de la ropa sucia.

• **Artículo 15 – Emergencias**

Para las emergencias el mercado de abasto y las ferias contarán con:

- Un botiquín equipado con los elementos indispensables de primeros auxilios.
- Un extintor por cada 50 puestos, en perfectas condiciones de operatividad y ubicado en un lugar de fácil acceso.
- Un sistema de mangueras contra incendios por cada 50 puestos, ubicado cerca de las puertas de salida.

• **Artículo 17 – Eliminación de residuos**

El tamaño del contenedor debe estar en función del volumen máximo de residuos sólidos generados en el mercado.

Anexo al colector se considerará una zona de lavado del contenedor cuyas paredes también serán lavables. El grifo deberá contar con una presión suficiente para un adecuado lavado y el piso contará con canaletas para la recolección del agua de lavado, con una sección mínima de 0.20 x 0.20 m cubiertas con rejillas de fierro desmontable, una pendiente mínima de 1.0% y cajas de registro en las salidas de las canaletas.

El recinto colector estará ubicado en un lugar de fácil acceso para los camiones y recolectores de basura, los que realizarán sus operaciones en horarios diferentes al de atención al público.

• **Artículo 19 – Ventilación**

En los mercados de abasto la ventilación será adecuada a la capacidad y volumen del ambiente. Debe asegurarse una circulación de aire adecuada, así como, la eliminación del aire confinado. Las aberturas de ventilación se protegerán con mallas de material anticorrosivo, fáciles de sacar para su limpieza y buena conservación.

2.2.2.1.2.2. Capítulo III – De la recepción y almacenamiento de los alimentos

• **Artículo 29 – Almacén para productos secos**

Se considerarán zonas individuales para los distintos tipos de alimentos. La temperatura debe mantenerse entre 15°C y 21°C y el área debe estar seca, ventilada y limpia. Para mejor conservación de los alimentos, se debe considerar que:

- Toda tarima, parihuela o anaquel que se utilice debe estar limpio, a una distancia de 0.15 m del piso si la tarima o parihuela tiene ruedas o a 0.30 m del piso si la tarima o anaquel no tiene ruedas, dejando una distancia de 0.50 m entre hileras y 0.50 m de la pared.

- Los alimentos contenidos en sacos, bolsas o cajas se apilarán de manera entrecruzada hasta una altura máxima de 3m o a no menos de 0.60 m del techo.0
- Los sacos apilados tendrán una distancia entre sí de 0.15 m para la circulación de aire.
- Antes de abrir cualesquiera de estos envases deben desempolvarse externamente en una zona alejada de la exhibición de alimentos.

• Artículo 30 – Almacén en frío

Se considerará un espacio suficiente de acuerdo al volumen a almacenar por cada puesto, considerando cámaras frías diferentes según los rubros de alimentos que así lo requieran.

- En las cámaras de refrigeración, la temperatura debe calcularse según el tamaño y cantidad de alimento almacenado, y a las veces que esta cámara sea abierta, de tal manera que el alimento tenga una temperatura de 5°C al centro de cada pieza; en las de congelación se calculará igualmente, de tal manera que el alimento tenga una temperatura de -18°C al centro de la pieza.
- Se almacenará por separado los alimentos de distinta naturaleza para no provocar contaminación cruzada o transmisión de olores indeseables.

2.2.2.1.2.3. Capítulo IV – De los puestos de comercialización según el tipo de alimento

• Artículo 33 – Puestos de carnes y menudencias de animales de abasto

Las características y operaciones del puesto de comercialización de carnes y menudencias de animales de abasto serán las siguientes:

- Las paredes serán de material fácil de limpiar y desinfectar.
- Los puestos contarán con lavaderos recubiertos de material liso, sin grietas. El surtidor de agua debe tener llave de cierre automático.

- El mostrador de exhibición debe ser de material inoxidable, que no transita sustancias al alimento y refrigerado para mantener la cadena de frío.
- El puesto de comercialización de carne de équido debe tener un anuncio en forma expresa, clara y visible.

• Artículo 35 – Puesto de pescados y mariscos

Las características y operaciones del puesto de comercialización de pescados y mariscos serán las siguientes:

- Las paredes serán de material fácil de limpiar y desinfectar.
- Los puestos contarán con lavaderos recubiertos de material liso, sin grietas. El surtidor de agua tendrá llave de cierre automático.
- La exhibición se realizará en mostradores refrigerados o en mesas revestidas con materiales lisos y con una depresión de 0.25m a 0.30m que se cubrirá con hielo suficiente para volumen de producto hidrobiológico. El hielo debe ser de calidad sanitaria óptima.

• Artículo 37 – Puestos de frutas y hortalizas

Las características y operaciones del puesto de comercialización de frutas y hortalizas serán las siguientes:

- Los mostradores y andamios serán de material fáciles de limpiar, se conservarán en buen estado y el anaquel inferior debe estar a 0.20 m del piso.
- Las tarimas o parihuelas deben estar a 0.20 m del piso
- Las frutas se acomodarán en cajas de plástico o en sus cajones originales.
- Se refrigerarán a 5°C para conservar el buen estado de las frutas.
- Las verduras se ofrecerán en bolsas o sacos colocados sobre el mostrador o anaquel.

- Los tubérculos no se colocarán directamente sobre el piso, si no sobre tarimas y parihuelas.

• **Artículo 39 – Puestos de alimentos procesados, envasados y a granel**

Las características y operaciones del puesto de comercialización de productos envasados y productos a granel serán los siguientes:

- Los mostradores y andamios para los productos industrializados que no requieran refrigeración tendrán el anaquel inferior a 0.20 m del piso.
- Las tarimas o parihuelas deben estar a 0.20 m del piso. La abertura de la bolsa o saco a 0.50 m de la tarima.

2.2.2.1.3. Normas para Educación en Gastronomía ⁽¹⁰⁾

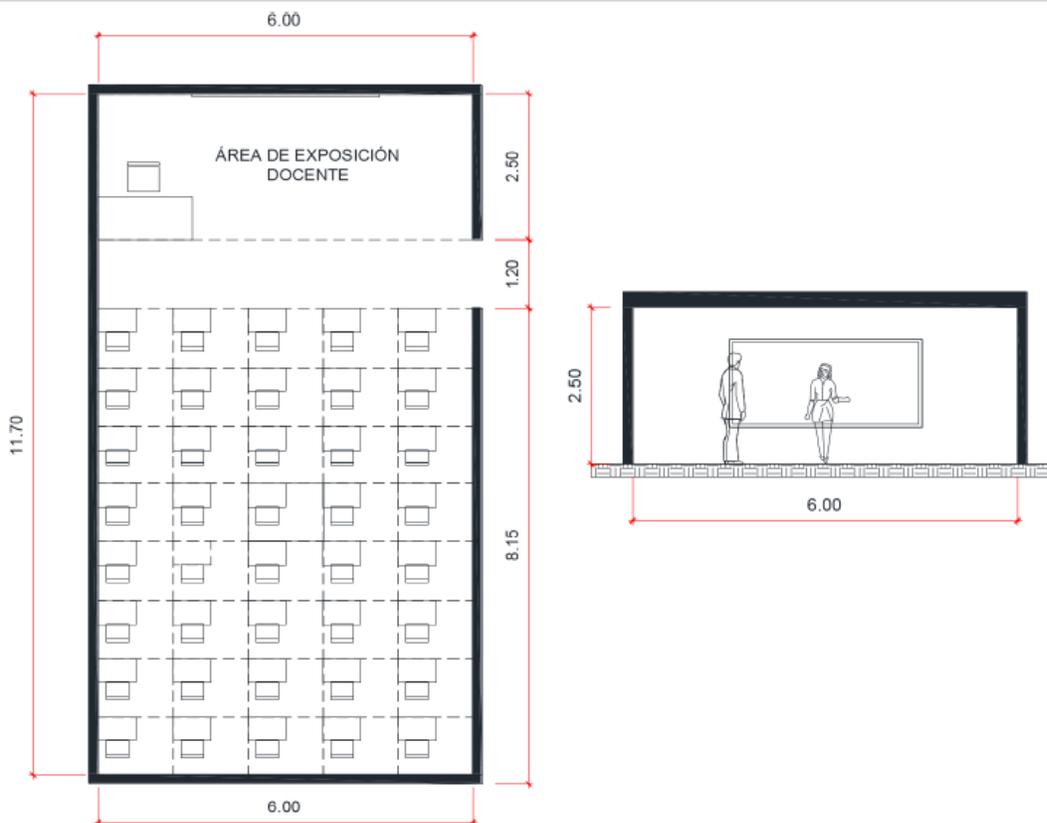
Características Espaciales:

Aula teoría | Aula aprendizaje

Lugar donde se imparte las clases y enseñanzas teóricas, se desarrolla los proyectos y asimilan la materia. Según reglamentación:

- El índice de ocupación es 1.20 m² por alumno.
- La altura mínima es 2.50 m.
- Capacidad máxima: 40 alumnos
- Área: 70 m²

Ilustración 1. Ejemplo de diseño de aula teórica

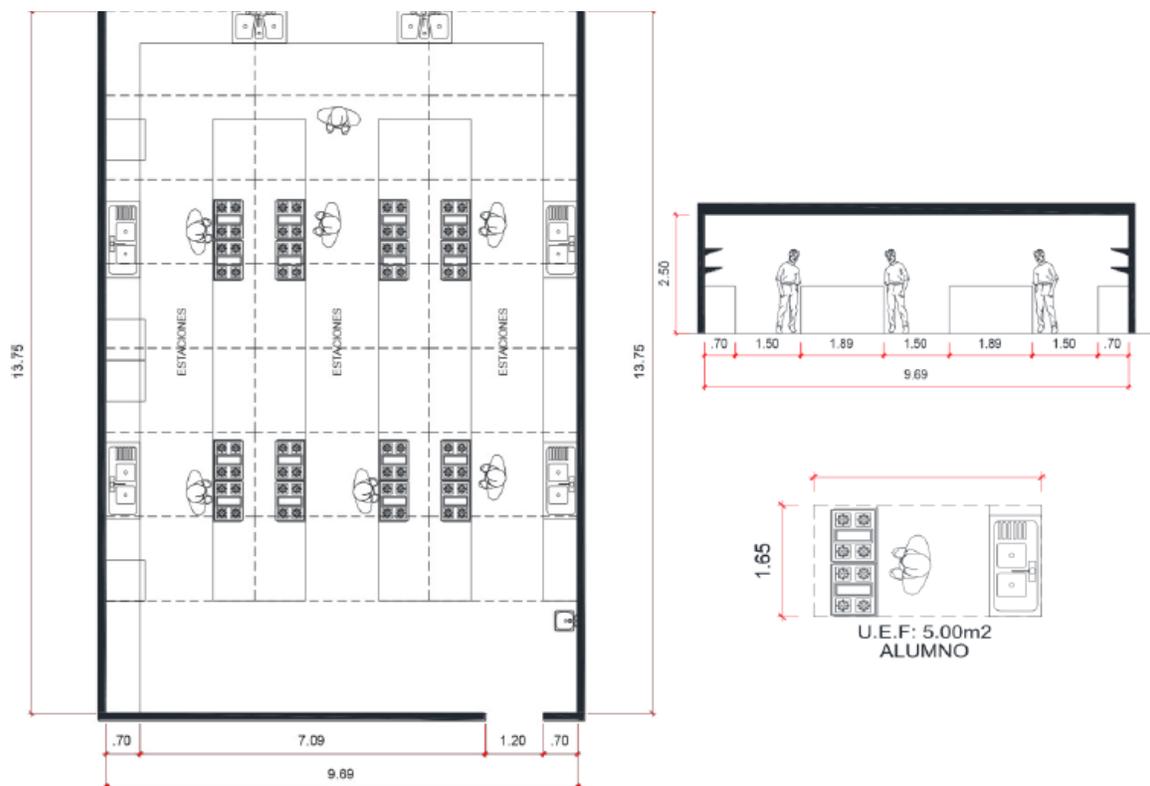


Aula Práctica | Elaboración

Lugar donde se realiza lo asimilado de la enseñanza demostrativa, el docente solo dirige y supervisa técnicas y procesos culinarios.

- El índice de ocupación es 5.00 m² por alumno
- La altura mínima es 2.50 m.
- Capacidad: 20 alumnos
- Área: 125 M²
- Mobiliarios: Mobiliario Fijo/Mesa de Trabajo-Equipamiento de Cocina

Ilustración 2. Ejemplo de diseño de aula practica



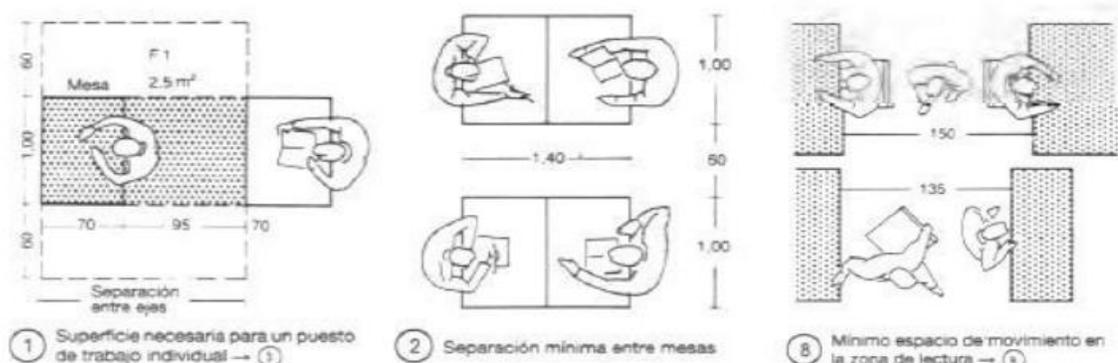
Biblioteca

Lugar donde los usuarios realizan las consultas y estudios en sala.

Almacenaje de libros y revistas, depósito de libros y sala de lectura. Según reglamentación:

- El índice de ocupación es 5.00 m² por persona lectora
- Sala de lectura: dimensiones mínimas.

Ilustración 3. Ejemplo de diseño de Biblioteca



2.3. Datos de la zona seleccionada para propuesta arquitectónica centro integral de formación en negocios gastronómicos.

El Mercado de Belén la Casona es un centro de abastecimiento zonal de tipo Minorista que inició actividades en el año 2000, con sus 22 años de existencia lo convierte en un mercado tradicional en su comunidad.

Este mercado de Construcción noble alberga 255 puestos fijos y tiene 255 puestos activos permanentemente. Cuenta con energía eléctrica, si tiene abastecimiento de agua, y si posee alcantarillado. El Mercado de Belén la Casona es administrado por la Municipalidad.

2.3.1. Ubicación de la zona seleccionada

El presente trabajo se desarrollará en el Terreno que se ubica el Mercado de Belén la Casona está localizado en El jirón Ramírez Hurtado s/n bloque 1 interior 1 piso 1 manzana 1 lote 1 kilómetro 1, Entre Jr. Ramírez Hurtado y jirón 9 de diciembre en el distrito de Belén, provincia de Maynas en la región de Loreto, en las coordenadas UTM E: 694566.06 y N: 9584410.92.⁽¹¹⁾ zonificación distrital o provincial: La ejecución del proyecto, se encuentra en la denominada zona urbana, concepto sustentado según lo predispuesto por el INEI 2017, que indica como zona urbana al territorio del distrito que se extiende en todo el casco urbano, hasta los límites del mismo distrito

CAPÍTULO III: MARCO TEORICO

3.1. Antecedentes

El centro integral de formación en negocios gastronómicos, se desarrolló con el propósito de establecer una herramienta referente en materia de diseño arquitectónico de institutos gastronómicos y de ejecutar un ensayo arquitectónico sobre el distrito de San Juan de Lurigancho que ayude a determinar la necesidad, pertinencia e impacto de este equipamiento urbano. El presente trabajo analizó el universo demográfico específico de los jóvenes entre 14 y 18 años en el distrito y la compara con el crecimiento estadístico del rubro gastronómico en Lima, para luego estimar la necesidad de educación gastronómica. Los resultados obtenidos son luego comparados con referentes nacionales e internacionales para determinar las condiciones de habitabilidad, equipamiento, flujos y programa básicos para un instituto de gastronomía. Luego del ensayo arquitectónico se logró determinar una organización básica para las zonas de abastecimiento y logística de alimentos, un programa básico para un instituto de cocina, una cantidad mínima de aulas taller y su relación con las aulas teóricas y la interrelación que el objeto arquitectónico logra para con su entorno inmediato creando una dinámica compleja y distinta para con la ciudad y sus habitantes. ⁽¹²⁾

De la misma manera, otro proyecto, indicó que la Escuela es una serie de edificaciones que albergan instalaciones necesarias para el desarrollo y aprendizaje de los alumnos. En este caso será una escuela de gastronomía privada + Restaurant (y toda la zona de difusión, como galerías y sala de exposiciones). Esta escuela, está enfocada básicamente en la enseñanza de la gastronomía peruana, siguiendo planes curriculares internacionales para permitir el intercambio de alumnos con el extranjero, para que así también se pueda difundir nuestra comida. Los retos de crear una escuela de gastronomía, están netamente vinculados a la creación de los ambientes o aulas prácticas teóricas, equipadas con todas las maquinarias necesarias para la enseñanza de cocina, teniendo en cuenta todas las dimensiones de las maquinarias e instalaciones básicas. La organización de la escuela cumple un papel muy importante, pues depende del orden de los espacios interiores, y de cómo estos se relacionan entre sí, también con el entorno para lograr un mejor ambiente para el

aprendizaje. La escuela también difundirá cultura referida a la culinaria peruana, sea mediante exposiciones o las mismas clases demostrativas en el Restaurant, por lo que habrá un cruce de circulaciones entre los usuarios externos e internos. La difusión se plantea mediante el énfasis, en un espacio protagonista o articulador, que sea visiblemente accesible desde los espacios necesarios en la escuela. ⁽¹³⁾

En este mismo contexto, otro proyecto relacionado al presente trabajo, determinar que el centro integral de formación en negocios gastronómicos busca promocionar la gastronomía peruana desde sus raíces, es decir, desde sus principales insumos, los cuales son los elementos que hacen que la comida del Perú sea única. De esta manera, nace un nuevo concepto de mercado, en el cual no sólo se consigue el producto inicial, sino también el producto terminado. Es así como aparecen puestos de comida peruana al paso, que complementan la venta de los insumos y satisfacen a un rango de usuarios más amplio, el cual va desde expertos en gastronomía, hasta los que 19 realizan sus compras diarias. Además, al ser un centro integral de formación en negocios gastronómicos también se convierte en un centro turístico que atrae a los extranjeros a conocer el origen de la comida del país. Este nuevo centro integral de formación en negocios gastronómicos, no sólo sería visitado por usuarios de los alrededores que necesitan productos, sino que se convertiría en un nuevo atractivo de la ciudad, atrayendo personas de todas partes, incluyendo a turistas quienes se verían atraídos por conocer más de la comida peruana. Por estas razones, este centro integral de formación en negocios gastronómicos debe convertirse en un hito dentro la ciudad, teniendo una arquitectura diferente y única, la cual identifique a una nueva tipología dentro de su rubro. ⁽¹⁴⁾

Otro autor, Propuso desarrollar un proyecto arquitectónico para la formación, difusión e investigación de la gastronomía peruana; planteando una infraestructura pública educativa basada en un estudio de los actuales modelos formativos y sistemas de investigación de la gastronomía, con criterios óptimos espaciales para las experiencias y actividades gastronómicas, con el fin de reforzar la calidad arquitectónica-funcional y profesional, de tal manera que se encuentre al nivel de cualquier gran institución culinaria del mundo. Asimismo, una de las ideas planteadas, como infraestructura pública, es consolidar el proyecto a nivel urbano; potenciándolo, integrándolo y relacionándolo con el lugar en donde se va a desenvolver, generando

la interrelación de la sociedad mediante los espacios públicos para el desarrollo y difusión recreativo- cultural de la gastronomía. Es válido acotar, que siendo una institución Estado va a estar al servicio de la sociedad para el fomento de la educación, investigación y conocimiento y promover el desarrollo en el país. ⁽¹⁵⁾

Este proyecto buscó satisfacer las necesidades creadas por el crecimiento gastronómico en nuestro país, brindando a la ciudad de Tarapoto la posibilidad de crear un espacio, donde se exhiba la comida típica permanentemente. El proyecto contó con cuatro espacios diferenciados para el confort y bienestar del usuario: una zona de educación conformado por los salones teóricos, prácticos y biblioteca, una zona comercial conformado por el área de restaurant y galerías de ventas (souvenirs y/o otros) y una zona de recreación publica conformada por las alamedas de ingreso, el patio central, y una zona de exposición al aire libre o semi libre y ventas de producto elaborados por los estudiantes propios del lugar. Todos los espacios forman parte del lugar diseñado para aprender y deleitar de la comida típica, y el origen de los insumos. Asimismo, el proyecto está rodeado de vegetación pura donde puedes estar en contacto con la naturaleza, está adecuado al factor climático, topográfico y una zona agrícola, logrando que este proyecto se adecue o mimetice al terreno. El centro integral de formación en negocios gastronómicos busca hacer conocer a la población la comida típica de la selva desde sus orígenes, es decir, desde los principales insumos que hace que la comida típica de la selva sea exquisita y única. Es así como nació un nuevo concepto de centro integral de formación en negocios gastronómicos, en el cual no solo se consigue un producto inicial, sino que también un producto terminado. Asimismo, se convertirá en un centro turístico que atrae visitantes nacionales e internacionales al conocer el origen de la comida nuestra ciudad. ⁽⁵⁾

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Tipología de centros gastronómicos

Los centros gastronómicos se clasifican según su situación geográfica, estructura y organización. ⁽¹⁷⁾

3.2.1.1. Por su situación geográfica

Dependen del lugar en dónde se realiza el intercambio comercial y de su radio de influencia dentro de la ciudad.

- De Colonia y Barrio: Satisface las necesidades de cualquier nivel económico, desde la clase A hasta la clase E.
- Locales o Tradicionales: Esta tipología queda como herencia de los mercados más antiguos, en ellos se cubren las necesidades de la vida diaria de las personas. Existe el diálogo entre los comerciantes con los compradores, quienes utilizan el regateo y los clientes pueden seleccionar los productos por ellos mismos.
- Municipales: Son mercados cuyo propietario es el estado que alquila los puestos a comerciantes y vendedores por un precio establecido.
- De zona: Se especializan en vender productos que satisfagan las necesidades de la vida diaria y abastecen a una zona de 1km a la redonda.
- Nacionales: Se caracterizan por la exclusividad de sus productos, razón por la cual son conocidos en todo el país.
- Internacionales: Son los mercados cuyas compras y ventas se extienden hasta fuera de los límites territoriales del país.

3.2.1.2. Por su estructura

Se clasifican por los elementos políticos, económicos y sociales, los cuales determinan los precios de los productos.

- De Compras: Estos mercados se especializan en comprar de productos para venderlos en grandes cantidades.

- De venta: Compran productos para venderlos directamente al público, por lo cual no compran en grandes cantidades.
- Transporte: se encargan de distribuir los productos a los diferentes mercados.
- Almacenes: Compran productos en grandes cantidades para almacenarlos y, después de un tiempo, distribuirlos a lugares donde los necesiten.

3.2.1.3. Por su Organización

- De Menudeo: Compran productos en grandes cantidades para distribuirlos a los comerciantes locales en pequeñas proporciones.
- De mayoreo: Compra a los grandes productores en grandes cantidades y abastece a otros mercados en distintos puntos del país.
- Sobre ruedas o Tianguis: Son mercados que no necesitan de un programa arquitectónico, más bien son móviles o se encuentran ubicados en lugares con puestos desarmables. Generalmente venden alimentos y productos domésticos.
- De alimentos: Se localizan en lugares turísticos o puntos clave de la ciudad, ya que se especializan en vender platos y alimentos típicos del lugar.
- Modernos: Son los nuevos supermercados que se ubican en varios puntos de la ciudad y satisfacen las necesidades de las familias contemporáneas.

3.3. Glosario de términos

- **Centro Gastronómico:** espacio, que reúne toda la tradición y el arte de la comida, en un espacio para la reunión de personas, promoción de eventos, muestras de la cultura y las distintas maneras de cocinar, con la finalidad que el usuario visite el lugar con el objetivo de solamente comprar ⁽³⁾

- **Formación:** En la educación, la formación es lo que una persona va obteniendo a lo largo de sus estudios y su vida, es decir, una persona llega a ser un excelente profesional en consecuencia de la buena formación que obtuvo.
- **Integral:** En términos generales, el término integral se utilizará cuando se quiera dar una idea de totalidad o globalidad alrededor de una determinada cuestión.

CAPÍTULO IV: MARCO NORMATIVO

4.1. Normativa y reglamentos

- Constitución Política del Perú.
- Ley N° 28044, Ley General de la Educación.
- Ley N° 30272, Ley que establece medidas en materia educativa
- Decreto Supremo N° 011-2012-ED, Reglamento de la Ley General de Educación.
- Norma técnica a.070 “comercio” del reglamento nacional de edificaciones. Ds.061-2021. Ministerio de vivienda.
- Norma sanitaria de funcionamiento de mercados de abasto y ferias- ministerio de salud. 2004
- R.J. 338-INIED-83, Normas Técnicas de Diseño para Centros Educativos Urbanos.

CAPÍTULO V: ANALISIS DE CASOS ANALOGOS

5.1. Market Hall (Rotterdam, Países Bajos) – Arquitectos: Mvdrv

El Market Hall es un edificio de uso residencial, comercial, gastronómico y recreativo, con forma de arco, ubicado en Rotterdam bajo el cual se encuentra un gran mercado de alimentos durante el día, y que durante la noche se transforma en una plaza pública y lugar de ocio. Este proyecto tiene como objetivo repoblar el centro de la ciudad, que después de los bombardeos que sufrió durante la Segunda Guerra Mundial, se vio afectado por el cambio drástico de su demografía.

Construido cerca de la estación Blaak y el mercado al aire libre más grande del país, se consolidado esta importante pieza arquitectónica en Rotterdam, Países Bajos. “Consta de un enorme espacio cerrado a nivel de calle rodeado por un edificio de viviendas en forma de arco. [...]. Lo excepcional del diseño radica no solo en su forma y tamaño, sino sobre todo en la manera de integrar sus diferentes funciones”. Estas características, lo han convertido en un lugar de referencia para proyectos que buscan la revitalización de zonas históricas, apoyados en la economía local.

Este diseño se desarrolla a partir de un techo abovedado en el que se encuentra un mercado cubierto, tiendas de comida, restauración, un supermercado, viviendas y un parking subterráneo; convirtiéndose así en el primer paso para desarrollar un proyecto más ambicioso que busca la mejoría de la economía del sector e impulsar una renovación urbana que permita un desarrollo positivo de las áreas comerciales y residenciales del sector.

La distribución de los módulos comerciales es el principal punto de referencia a seguir para el desarrollo del centro cultural de Paloquemao, en la medida que ejemplifica estrategias a seguir para optimizar el uso del espacio y permitir una mejor comunicación dentro de la estructura; para lograr eso, el proyecto cultural retomar los módulos, pero de una forma que permita la permeabilidad en proyecto.

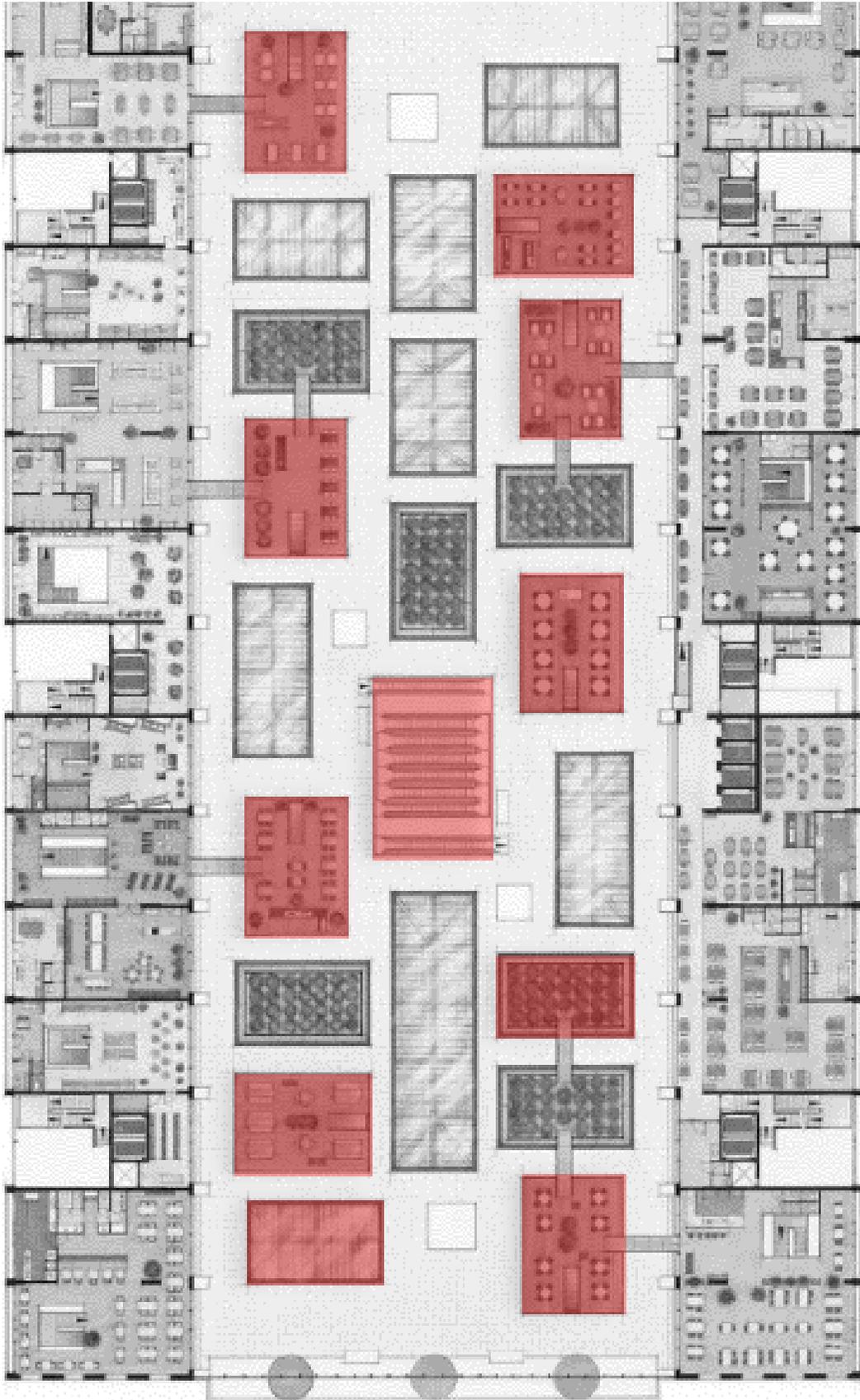
El Market Hall es un edificio sin fachada posterior, por todas partes hay entradas o escaparates. Por ello, la distribución para tiendas y establecimientos de restauración se ha resuelto en las plantas, subterráneas, con el fin de aprovechar al máximo el espacio y a su vez permitir una mejor circulación entre los diferentes

espacios. Un ejemplo de esta forma de aprovechamiento son los parqueaderos.

Para el proyecto del Centro Cultural, se tiene en cuenta la opción de parqueaderos de forma subterránea, con el fin de aprovechar el espacio en superficie a través del desarrollo del espacio público, lo que permite crear plazas que se estructuran como parte activa del concepto de revitalización de la plaza de mercado. Esta forma de optimización del espacio garantiza una mejor comunicación entre las partes que componen el proyecto y quienes hacen uso activamente del mismo.

El caso del Market Hall, se plantea como un lugar de interacción en diferentes niveles sociales; donde el nuevo mercado supone un importante impulso para el mercado al aire libre de Binnenrotte, y ello contribuye también a mejorar la economía urbana. El mercado, con sus tiendas y viviendas, refuerza la conexión entre el este y el centro de la ciudad, ya que, haciendo uso de su estructura abierta, diseña un espacio importante de conexión entre la ciudad por su ubicación estratégica; a la vez que contempla una variedad de lugares de consumo que promueven diferentes tipos de relaciones entre quienes visiten el lugar. Estos aspectos son fundamentales en el desarrollo que cualquier proyecto de revitalización, ya que dan cuenta de la importancia de mantener la conexión con la ciudad a través de los cambios urbanos que se conecten de forma personal y eficiente con las personas.

Ilustración 4. Planta general



5.2. Centro Cultural Bergama (Bergama, Turquía) – Arquitectos: Eaa, Emre Arolat Architecture

El Centro Cultural Bergama, en Turquía, es un ejemplo de cómo la apropiación de las plazas en términos sociales, económicos y culturales puede potenciar un espacio urbano y al mismo tiempo mejorar las condiciones de las personas involucradas directa e indirectamente con el espacio. Este proyecto busca crear un espacio versátil y coherente en Bergama, que sirva como un receptáculo que centralice y articule la vida cultural del lugar sin incurrir en la alteración de su memoria histórica. Su principal intención es diseñar un escenario en el que la cultura sea objeto de interacción y apropiación por parte de la comunidad, conservando fielmente el carácter histórico y social como parte del trasfondo patrimonial de la población local.

Actualmente, en Bergama coexisten dos imágenes que dan cuenta del proceso histórico que ha marcado la vida de la ciudad. Por un lado, se encuentra “la antigua ciudad de Pérgamo, una acrópolis que presenta el aspecto físico de la cultura sobre una civilización arraigada. En contraste, la ciudad de Bergama, hoy situada debajo de la Acrópolis, muestra una textura de ciudad más bien rural. Esta superposición de escenarios, establecieron condiciones únicas para la construcción de un centro cultural que se adaptara a dos procesos urbanos, culturales e históricos diferentes, pero que a su vez establecieran un diálogo positivo a partir de su desarrollo arquitectónico.

El centro Bergama posee puentes verdes, salas al aire libre y un gran patio que alberga salas múltiples, los cuales buscan generar ambientes amables con todos los visitantes y con las personas que allí trabajan. Las zonas de recreación complementan el diseño del lugar, sirviendo a varios propósitos y a varios contextos. Así, busca llegar a un espectro poblacional mucho más amplio, e integrar distintas actividades en el mismo recinto.

Esta estrategia de integración con la ciudad ya existente es una forma de incluir nuevas propuestas arquitectónicas sin forzar su comunicación con el entorno.

El diseño del espacio de Bergama resalta por su valor social, pues este fue concebido como un mecanismo versátil que permitiera la inclusión de los comerciantes que hacían uso del lugar. La articulación del comercio fue pensada

mediante intercambios fluidos entre el entorno y los transeúntes; para cuyo propósito fue construido un pórtico sombreado hacia la avenida que permitiera que los comerciantes del lugar interactuaran tanto hacia el patio del interior del edificio como hacia las calles. Esto, al mismo tiempo, optimiza la revitalización de la actividad económica en el espacio y permite captar la atención de potenciales clientes tanto al interior como al exterior de la construcción.

Ilustración 5. Planta general Centro Cultural Bergama



5.3. Centro Gastronómico Y Cultural Bellavista, Puesto 1 (Santiago, Chile) – Arquitectos: Bma

La propuesta ganadora del concurso para un nuevo Centro Gastronómico y Cultural, para el barrio Bellavista en Santiago, busca crear un nuevo espacio urbano que este en comunicación con los puntos importantes del barrio por razones culturales, sociales y arquitectónicas. El diseño usa como referencia el fluir del agua en los ríos y propone como pieza central una calle peatonal que busca conectar visual y físicamente dos puntos de interés cultural; a lo que ellos llaman, ‘calle peatonal viva’, se la entiende como el eje central del proyecto. La intención del espacio es hacer que el flujo de personas en la calle se dé de manera similar al fluir del agua en el cauce de un río, manteniendo siempre presente la conexión entre el museo Neruda y el acceso principal de la calle Constitución.

Este diseño se presenta como un entramado que busca no dejar de lado espacios ni dar protagonismo a una sola cara del proyecto, sino dar una igual accesibilidad a cada lugar estrechando la relación con el contexto, y potenciando la aproximación por parte de los transeúntes. La intención del diseño era promover un recorrido perimetral en todas sus caras; sirviéndose para esto, de dotar de protagonismo las zonas verdes y espacios de encuentro. Así, Los tres niveles del proyecto “agrega a la trama urbana una nueva partición que invita al recorrido perimetral en todas sus caras. No existen entonces partes relegadas ni externas al Centro o a la ciudad. Desde cualquier punto de los tres niveles del proyecto se puede llegar fácilmente a cualquier otro. Está intención, demuestra un interés por crear espacios que se mezclen de forma coherente con su entorno social, cultural e histórico, sin dejar de lado propuestas innovadoras que revitalizan la experiencia con el sector.

Como parte de las estrategias que fortalecen la apropiación del espacio por parte de la comunidad, el proyecto contempla actividades programáticas al aire libre. La intención detrás de esto es poder encontrar en el mismo contexto actividades relacionadas con el consumo y contemplación, con actividades de recreación. De esta manera, se está potenciando la apropiación del valor histórico y cultural de la zona por parte de las personas que interactúan dentro del espacio y que igualmente gustan de realizar actividades diversas.

Ilustración 6. Diseño de interior Centro Gastronómico Y Cultural Bellavista



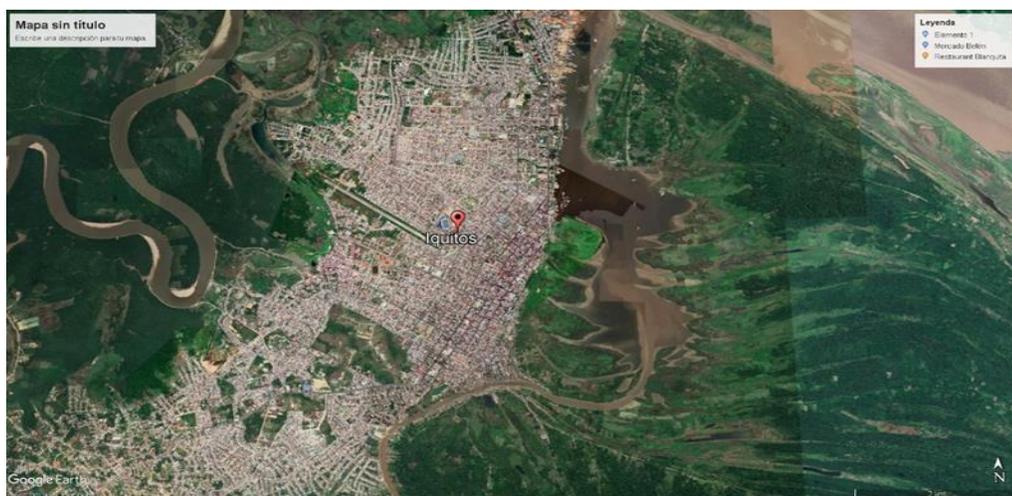
CAPÍTULO VI: MARCO CONTEXTUAL

6.1. Análisis del lugar.

El barrio de Belén, se encuentra a orillas del río Itaya y está próximo del centro de Iquitos, a unos 20 minutos andando a pie desde la plaza de armas, al margen izquierdo del río Itaya, puedes dirigirte en la misma dirección por el Malecón Tarapacá y, como siempre, la moto taxi también es una opción, para llegar al mercado de Belén con su increíble vigor comercial (Iquitos Perú net, 2018)



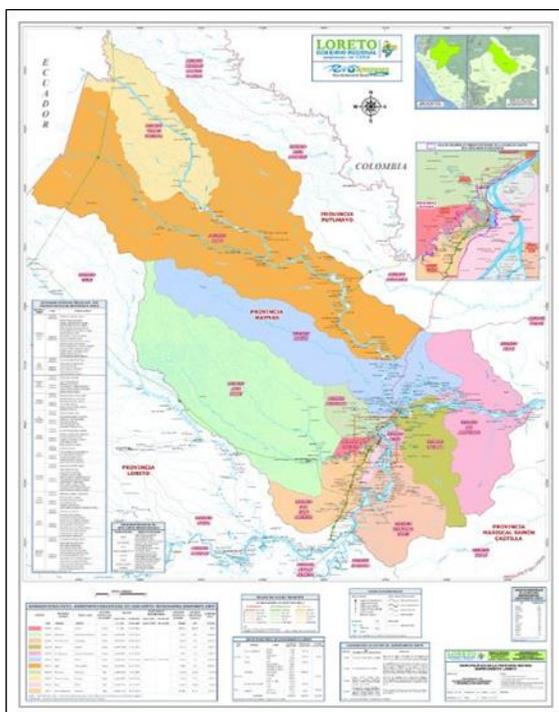
Fuente: Google Earth –
Figura: distrito de Belén



Fuente: Google Earth –
Figura: Provincia de Maynas

DISTRITO DE BELÉN

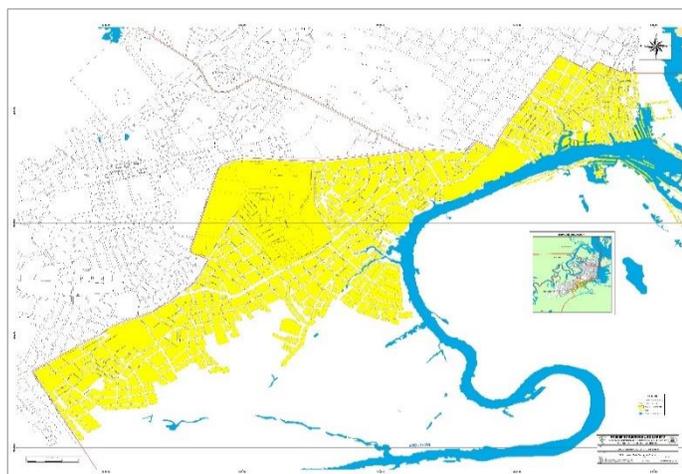
El distrito de Belén es uno de los cuatro distritos urbanos de Iquitos, y uno de los 11 distritos de la provincia de Maynas, departamento de Loreto. Las coordenadas geográficas: latitud $3^{\circ}45'51''S$ $73^{\circ}15'02''O$ y Longitud: -3.7642692 , -73.2505274 , a una altitud de 110 metros sobre el nivel del mar. Fuente: Google Earth.



Fuente: Geoportal Loreto—
Figura: Provincia de Maynas



Fuente: Geoportal Loreto—
figura: Departamento de Loreto



Fuente: Geoportal Loreto - figura: distrito de Iquitos

6.2 Redes de equipamiento:

El barrio de Belén es una sección del distrito dividida por la zona alta y zona baja, conformado por pueblos rurales cercanos, se caracteriza por estar asentado a orillas del río Itaya, lo cual hace de concurrencia de las personas y embarcaciones que llegan a través del principal río antes mencionado.

Este atributo es importante porque nos permitirá que la red de equipamiento aborde desde un objetivo local, nacional y regional, por lo tanto para impulsar este crecimiento es necesario generar un proyecto “Diseño de centro integral de formación en negocios gastronómicos ” en el eje comercial Ramírez Hurtado, basándonos en un plan estratégico que tiene como fin el bienestar de las personas mediante el ejercicio de sus derechos y su inclusión social, que será alcanzado por medio del crecimiento económico bajo un enfoque de desarrollo sostenible, considerando el equilibrio ambiental, económico y social como catalizador por su fortaleza intrínseca.

Teniendo en cuenta estas características se propone impulsar la cultura y gastronomía, mejorando así la comercialización en la zona de belén, la formación profesional gastronómica y a la vez generando sentido de pertenencia e integrar las actividades multidisciplinarias, que se han perdido con el pasar del tiempo, creando componentes urbanos, y un hito emblemático en el mercado de la casona.



6.3 justificación de la elección del terreno:

La intervención urbana para la recuperación de la infraestructura de la casona en el sector de Belén alto se justifica, porque es un barrio y puerto dentro del distrito de Iquitos. El cual está deteriorado, descuidado y abandonado, debido a la alta demanda de contaminación ambiental e insalubridad como también los servicios de seguridad y el desorden urbano y problemas de movilidad urbana, siendo este uno de los principales hitos turísticos de la ciudad y del casco urbano de Iquitos en el que se puede dinamizar a partir de la intervención arquitectónica y de esta manera aprovechar el paisaje del borde urbano, disfrutar de espacios que den confort. Y habitabilidad integrándose al comercio y la gastronomía regional de esta manera se genera el componente de catalizador de desarrollo sociocultural y económico como elemento principal en la identidad y pertenencia para la ciudad de Iquitos.

6.4 Características del terreno:

Belén alto es un barrio que seguía el curso del Amazonas y, está conformado por el cruce de la calle Ricardo Palma, anteriormente la calle Belén (hoy calle Ramírez Hurtado), límite del distrito de Belén y el distrito de Iquitos paralelamente situado entre la calle prospero una vía principal donde existen viviendas y comercios, además cuenta con un mercado donde expenden productos de primera necesidad y la gastronomía regional amazónica, al margen derecho se encuentra el rio Itaya donde los habitantes tienen chacras que generan actividades y se realizan al ritmo de las estaciones propicias para cada una de ellas, de tal manera los barrios periféricos con las riberas, el bosque y los terrenos cultivables y a través de ellas, esta parte de la población urbana marginal integra en su vida características de la sociedad bosquesina. (TELEFONICA – IQUITOS, 2014). Pág. 190.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

Elaboramos una propuesta que consiste en el diseño de un centro integral de formación en negocios gastronómicos y artes culinarias para el Distrito de Belén, Provincia de Maynas, Región Loreto.

proponemos la formación de emprendedores y técnicos en gastronomía que fortalezca los valores culturales e incentive el consumo de los bienes producidos en la región para la región por sus propios pobladores.

Con este propósito selecciono la Casona del tradicional mercado de Belén, espacio urbano histórico de la ciudad.

Nuestra intención es revitalizar este espacio con una propuesta que conserve el uso inicial del mismo pero reorientado al desarrollo de la juventud del distrito otorgándole un nuevo enfoque hacia los negocios gastronómicos.

El proyecto conserva la planta original con una propuesta volumétrica armónica con el entorno pero que al propio tiempo incorpora elementos tecnológicos y de diseño que lo hacen atractivo y singular, que invita a visitarlo y descubrirlo.

Los usuarios estudiantes serán capaces de emprender negocios gastronómicos exitosos con tecnología actualizada, y los usuarios visitantes podrán disfrutar las exquisiteces regionales desde espacios con vistas excepcionales, y apreciar la cultura y las costumbres de los pobladores amazónicos.

7.2. RECOMENDACIÓN

- Promover la implementación de centro integral de formación en negocios gastronómicos, en el territorio peruano
- Plantear el diseño del centro integral de formación en negocios gastronómicos acorde a las características necesarias de un mercado de abastos y un centro educativo para formación profesional.
- Tener en cuenta las normas técnicas de confort, seguridad para de esta manera poder obtener confort en las aulas lo cual permitirá un mejor desempeño académico.

CAPÍTULO VIII: PROYECTO

8.1. Toma de partida y estrategias proyectuales

Toma de partida

- El proyecto está centrado en la recuperación de la infraestructura de la Casona de Belén

Estrategias proyectuales

- Se recupera los espacios públicos, para dinamizar las actividades económicas en el sector.
- Se recupera los servicios básicos en el sector de belén alto para el abastecimiento a la población.
- Se recupera la revitalización paisajística urbano arquitectónico.
- Se recupera la cultura y el turismo en el sector.
- Se recupera la gestión para mejorar en la recolección de residuos sólidos.

8.2. Programa arquitectónico

| CUADRO DE AREAS CENTRO GASTRONOMICO | | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|-------|---------|----------|----------|
| ZONA | ESPACIO | SUB ESPACIO | ACTIVIDAD | AFORO | AREA M2 | CANTIDAD | TOTAL M2 |
| INGRESO | HALL | RECEPCION | ENTRADA AL MERCADO | 150 | 58 | 2 | 178.4 |
| | | | | | 120.4 | | |
| ADMINISTRACION Y SEGURIDAD | HALL | RECEPCION | ESPERA | 10 | 17 | 1 | 165.03 |
| | TOPICO | CUIDADO DE SALUD | CHEQUEO | 3 | 15 | 1 | |
| | SECRETARIA | TRAMITE ADMINISTRATIVO | TRAMITAR DOCUMENTOS | 2 | 10 | 1 | |
| | ADMINISTRACION | | | 4 | 13 | 1 | |
| | CONTABILIDAD | | | 4 | 10 | 1 | |
| | SEGURIDAD | VIGILANCIA | CONTROL Y SEGURIDAD | 2 | 9.03 | 1 | |
| | STAND DE LIBROS | DEPOSITO DE DOCUMENTOS | ALMACENAR | 10 | 18 | 1 | |
| | BIBLIOTECA | | | 10 | 27 | 1 | |
| | ARCHIVO | | | 5 | 14 | 1 | |
| | SALA REUNIONES | JUNTA DE TRABAJO | REUNIONES | 8 | 28 | 1 | |
| SS.HH | NECESIDADES FISIOLOGICAS | IR A LOS SERVICIOS | 1 | 4 | 2 | | |
| ZONA DE VENTA SECA | ZONA DE ABARROTES | PUESTO DE VENTA | COMPRAR PRODUCTOS | 6 | 40 | 3 | 126 |
| | ZONA DE VERDURAS | | | | 21 | 6 | |
| | ZONA DE FRUTAS | | | | 21 | 6 | |
| | ZONA DE TUBERCULOS | | | | 44 | 4 | |
| ZONA LIQUIDA | SNACK | ESPACIO LIBRE PARA COMER | ALIMENTARSE Y DESCANSAR | 76 | 150.13 | 19 | 242.13 |
| | ZONA DE JUGOS | PUESTO DE VENTA | COMPRAR ALIMENTOS AL PASO | 32 | 92 | 8 | |

| | | | | | | | |
|-----------------------|--|--------------------------|---------------------------|-----|--------|----|---------|
| ZONA DE CARNES | PESCADO | PUESTO DE VENTA | COMPRAR PRODUCTOS FRESCOS | 50 | 85 | 10 | 148 |
| | POLLO | PUESTO DE VENTA | COMPRAR PRODUCTOS FRESCOS | 50 | 85 | 10 | |
| | RES | PUESTO DE VENTA | COMPRAR PRODUCTOS FRESCOS | 24 | 80 | 6 | |
| | CERDO | PUESTO DE VENTA | COMPRAR PRODUCTOS FRESCOS | 24 | 80 | 6 | |
| SOCIAL | SNACK | BAR BEBIDAS | DESCANSO | 100 | 348.4 | 1 | 655.72 |
| | ZONA DE EXPOSICION GASTRONOMICA REGIONAL | COMIDAS | DEGUSTAR | 80 | 181.32 | 1 | |
| | TERRAZA MIRADOR | RELAJO Y DESCANSO | MIRADOR | 20 | 100 | 1 | |
| | SSHH VARONES | NECESIDADES FISIOLÓGICAS | IR A LOS SERVICIOS | 4 | 13 | 1 | |
| | SSHH MUJERES | | | 4 | 13 | 1 | |
| TALLERES Y EDUCACION | AULA 01 | ENSEÑANZA | APRENDER | 10 | 34 | 1 | 400 |
| | AULA 02 | | | 10 | 34 | 1 | |
| | AULA 03 | | | 10 | 34 | 1 | |
| | AULA 04 | | | 10 | 34 | 1 | |
| | TALLER PARA BARMAN | | | 20 | 63 | 1 | |
| | TALLER DE PASTERIA | | | 16 | 69 | 1 | |
| | TALLER DE COCINA | | | 16 | 69 | 1 | |
| | BIBLIOTECA VIRTUAL | | | 20 | 63 | 1 | |
| SERVICIOS GENERALES | ALMACEN ARTICULOS DE LIMPIEZA | | ALMACENAR | 4 | 11 | 1 | 123.2 |
| | ALMACEN DE PRODUCTOS SECOS | | | 12 | 32.2 | 1 | |
| | ALMACEN DE PRODUCTOS FRIOS | | | 12 | 30 | 1 | |
| | SSHH VARONES | | NECESIDADES FISIOLÓGICAS | 6 | 25 | 1 | |
| | SSHH MUJERES | | | 6 | 25 | 1 | |
| AREA TECHADA NETA | | | | | | | 2038.48 |
| TOTAL AREA DE TERRENO | | | | | | | 1527.43 |

8.3. Memoria descriptiva:

PROYECTO: DISEÑO DE CENTRO INTEGRAL DE FORMACIÓN EN NEGOCIOS GASTRONÓMICOS EN EL DISTRITO DE BELÉN, MAYNAS, LORETO

I. Generalidades

- **Consideraciones previas**

El presente proyecto constituye el Diseño de centro integral de formación en negocios gastronómicos en el Distrito de Belén, el espacio público a intervenir se encuentra el Jr. Ramírez Hurtado, y la ubicación del recinto a intervenir es la Casona de Belén, una zona atractiva por sus variedades de actividades multidisciplinarias y gastronomía regional, esta infraestructura contara con los detalles mínimos, especificaciones técnicas y normativas actuales para su construcción.

- **Objetivo**

El objetivo del presente proyecto es dotar de ambientes adecuados para el desarrollo de las necesidades para el expendio de insumos, presentación de platos y formación de profesionales desde el punto de vista gastronómico.

II. Descripción del proyecto

- **Criterios de Diseño**

Los criterios considerados en la elaboración del proyecto fueron los siguientes:

- ✓ Cuenta con un ingreso que invita y permite la conexión entre lo privado y lo público, otorgando una conectividad tanto física como visual.
- ✓ Materiales oriundos de la zona.
- ✓ Aprovechamiento de la Infraestructura existente.
- ✓ Ventilación cruzada en todo su entorno.

III. Especialidades

- Arquitecto
- Ingeniero Civil

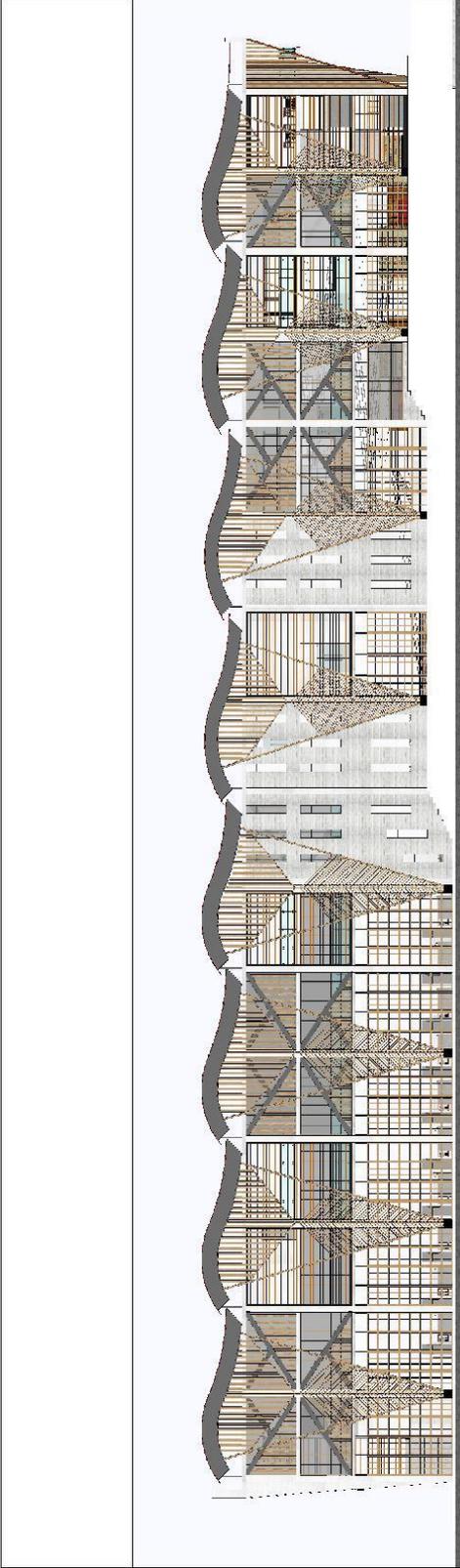
IV. Lista de Planos

El proyecto Diseño Centro Gastronómico comprende los siguientes planos

- Plano de Planta
- Plano de Cortes
- Plano de Elevaciones
- Vista 3D.

8.4. Propuesta Arquitectónica:





ELEVACION LATERAL IZQUIERDO
1:50



ELEVACION FRONTAL
1:50



ELEVACION POSTERIOR
1:50

| | | | |
|--|--|---|--|
|  | CODIGO: A-3 FOLIO: 03 | INSTITUCION: ARQUITECTURA TITULO: PLANO DE DISTRIBUCION 1,2 PISO MATERIA: DISEÑO ASIGNATURA: INSTRUMENTACION PROFESOR: FABIAN GARCIA | INSTITUCION: DISEÑO CENTRO GASTRONOMICO AUTOR: PAUL ANDRÉS DEL ROSARIO TITULO: PLANO DE DISTRIBUCION 1,2 PISO MATERIA: DISEÑO ASIGNATURA: INSTRUMENTACION PROFESOR: FABIAN GARCIA |
| | INSTITUCION: UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU DIRECCION: AV. SAN CARLOS 1101 LIMA, PERU | INSTITUCION: UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU DIRECCION: AV. SAN CARLOS 1101 LIMA, PERU | |

8.5 Vista 3D

Figura 2. Vista general de equipamiento



Figura 1. Zona Húmeda - Pescados y Carnes



Figura 4. Vista – Zona de Snack - Jugueria



Figura 3-. Vista – Zona de Snack - Jugueria



Figura 5. Vista – Zona Seca



Figura 6. Vista – Zona Educativa -Aula



Figura 8. Vista – Zona Educativa – Aula de cocina



Figura 7. Vista – Zona Educativa – taller de cocina



Figura 10. Vista – Zona Educativa – taller para barman



Figura 11 Vista – Zona Educativa – taller de pastelería



Figura 13. Vista – Zona Educativa – biblioteca virtual



Figura 12 Vista – Zona Educativa – terraza mirador



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Roberto Danilo Galarza Molina. Diseño Arquitectónico Paseo Gastronómico Cultural La Floresta. Universidad Internacional Sek. Facultad De Arquitectura E Ingenierías.
2. Kristel Soraya Alarcón Rojas, Miguel Angel Bacigalupo Olivari, Gorki Mesones Vargas.2016. Centro Gastronómico En Lurín. Tesis, Para Optar El Título Profesional De Arquitecta. Facultad De Ingeniería Y Arquitectura. Escuela Profesional De Arquitectura.
3. Adrián Felipe Daza Chinchilla, Ing. Alejandro Reyes Restrepo, Ing. Alejandro Reyes Restrepo, Alfonso Pinaud, Cristian Restrepo, Alejandro Reyes Restrepo. 2021.Centro Gastronómico De Arte Y Tradición. Universidad Católica De Colombia.
4. Pinedo García Amador Asesor: Mg. José Luis Bazán Briceño.2018. “Mejoramiento Del Servicio De Comercialización Del Gran Mercado De Belén – Iquitos (Período 2014 – 2017). Modalidad Para Optar El Grado: Maestro En Gerencia De La Construcción Moderna. Escuela Universitaria De Posgrado. Universidad Nacional Federico Villareal.
5. Julissa Baltazar Cachique, Jacqueline Bartra Gómez.2018. Centro Gastronómico Para La Puesta En Valor De La Comida Típica. Tesis Para Optar El Título De Arquitecta. Facultad De Arquitectura Escuela Académico Profesional De Arquitectura. Universidad Cesar Vallejo.
6. <https://gestion.pe/peru/politica/distrito-de-belen-provincia-de-maynas>.
7. <https://ark-architects.com/es/arquitectura-y-gastronomia-un-matrimonio-perfecto/>
8. Norma Técnica A.070 “Comercio” Del Reglamento Nacional De Edificaciones. Ds.061-2021. Ministerio De Vivienda.
9. Norma Sanitaria De Funcionamiento De Mercados De Abasto Y Ferias- Ministerio De Salud. 2004
10. Neufert, E. (2007). *Arte De Proyectar En Arquitectura*. México: Editorial. Gustavo Gili.
11. <https://www.deperu.com/mercados/mercado-de-belen-la-casona-belen-2289.html>.
12. Olazábal, M. (2014). En Su Trabajo De Investigación Titulado: Edificios Municipales Instalaciones Educativas Gastronómicas. (Tesis De Pregrado) Universidad De San Martín De Porres, Lima; Perú

13. Herrera, J. (2013). En Su Trabajo De Investigación Titulado: Escuela De Gastronomía En Jesús María [El Espacio Público Como Articulador Del Espacio Privado. (Tesis De Pregrado) Universidad Privada De Ciencias Aplicadas. Lima.
14. Távara, J (2015). En Su Trabajo De Investigación Titulado: Centro Gastronómico. (Tesis De Pregrado) Universidad Peruana De Ciencia Aplicadas. Lima, Perú.
15. Mucha, X. (2014). En Su Trabajo De Investigación Titulado: Centro Nacional De Ciencias Gastronómicas. (Tesis De Pregrado) Universidad Peruana De Ciencia Aplicadas. Lima, Perú.
16. Gustavo Andrés Andrade León, Carlos A. Ledesma.2016. Diseño De Un Modelo Conceptual Para La Creación De Un Centro Gastronómico Temático. Trabajo Científico Libre Para La Obtención Del Grado De Magister En Marketing Internacional De La Escuela De Postgrado De Marketing Internacional -Facultad De Ciencias Económicas - Universidad Nacional De La Plata.
17. Plazola. (2001). Enciclopedia De Arquitectura Plázola. Lima: Universal