

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS



**TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN URBANA DEL ESPACIO
PÚBLICO, PRÁCTICAS DE CONSUMO TURÍSTICO EN CIUDADES DE
FRONTERA: CASO TACNA - PERÚ 2022.**

TESIS

Presentada por:

Mtro. Ana Noelia Martinez Valdivia
ORCID: 0000-0002-6867-3979

Asesor:

Dr. Arq. y Urb. Luis Alberto Cabrera Zúñiga
ORCID: 0000-0002-6975-771X

Para Obtener el Grado Académico de:

DOCTOR EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

TACNA – PERÚ

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS



**TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN URBANA DEL ESPACIO
PÚBLICO, PRÁCTICAS DE CONSUMO TURÍSTICO EN CIUDADES DE
FRONTERA: CASO TACNA - PERÚ 2022.**

TESIS

Presentada por:

Mtro. Ana Noelia Martinez Valdivia
ORCID: 0000-0002-6867-3979

Asesor:

Dr. Arq. y Urb. Luis Alberto Cabrera Zúñiga
ORCID: 0000-0002-6975-771X

Para Obtener el Grado Académico de:

DOCTOR EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

TACNA – PERÚ

2023

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

ESCUELA DE POSTGRADO

DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

TESIS

**TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN URBANA DEL ESPACIO
PÚBLICO, PRÁCTICAS DE CONSUMO TURÍSTICO EN CIUDADES DE
FRONTERA: CASO TACNA - PERÚ 2022.**

Presentada por:

Mtro. Ana Noelia Martinez Valdivia

**Tesis sustentada y aprobada el jueves 15 de junio de 2023; ante el siguiente
jurado examinador:**

PRESIDENTE : Dra. Juana Carlota Macarena Herrera Solis

SECRETARIA : Dra. Gabriela Isabel Heredia Alvaréz

VOCAL : Dra. Isis Bustamante Dueñas

ASESOR : Dr. Luis Alberto Cabrera Zúñiga

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo **Ana Noelia Martinez Valdivia**, en calidad de doctorando del Doctorado en Arquitectura y Dinámicas Urbanas de la Escuela de Postgrado de la Universidad Privada de Tacna, identificada con DNI 44236190. Soy autora de la tesis titulada: **“TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO, PRÁCTICAS DE CONSUMO TURÍSTICO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA - PERÚ 2022”**.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Ser la única autora del texto entregado para obtener el grado académico de Doctor en Arquitectura y Dinámicas Urbanas, y que tal texto no ha sido entregado ni total ni parcialmente para obtención de un grado académico en ninguna otra universidad o instituto, ni ha sido publicado anteriormente para cualquier otro fin. Así mismo, declaro no haber trasgredido ninguna norma universitaria con respecto al plagio ni a las leyes establecidas que protegen la propiedad intelectual.

Declaro, que después de la revisión de la tesis con el software Turnitin se declara 20% de similitud, además que el archivo entregado en formato PDF corresponde exactamente al texto digital que presento junto al mismo.

Por último, declaro que para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real y soy conocedor de las sanciones penales en caso de infringir las leyes del plagio y de falsa declaración, y que firmo la presente con pleno uso de mis facultades y asumiendo todas las responsabilidades de ella derivada.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra o invención presentada.

En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar como causa del trabajo presentado, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontrasen causa en el contenido de la tesis, libro o invento. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Privada de Tacna.

Lugar y fecha: Tacna, jueves 15 de junio de 2023.

A handwritten signature in black ink is positioned to the left of a circular fingerprint impression. The signature is stylized and cursive. The fingerprint is a clear, dark impression of a finger's ridges.

Mtro. Ana Noelia Martinez Valdivia
DNI N° 44236190

Dedicatoria

Al padre celestial que bendice mi camino, y a las personas que más amo a mis hijos Gianfranco y Luciana.

Agradecimientos

A mi familia por su amor y paciencia.

A mi asesor el Dr. Arq. y Urb. Luis Cabrera Zúñiga por su valioso apoyo y aportes.

A mis encuestados y entrevistados, por aceptar ser parte de esta investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Índice de contenido.....	iii
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	ix
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción	xiii
1. CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Interrogante principal	3
1.2.2 Interrogantes secundarias	4
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.4.1 Objetivo general	8
1.4.2 Objetivos específicos.....	8
2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1 MARCO REFERENCIAL	9
2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	13
2.3 BASES TEÓRICAS.....	20
2.3.1 VARIABLE INDEPENDIENTE TURISMO DE CONSUMO	20
2.3.2 VARIABLE DEPENDIENTE IMAGEN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO.....	38
2.3.3 Perspectiva del Caso de Estudio: Ciudad de frontera de Tacna	59
2.4 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	70
3 CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	79

3.1	HIPÓTESIS.....	79
3.1.1	Hipótesis general.....	79
3.1.2	Hipótesis específicas.....	80
3.2	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	81
3.2.1	Identificación de la variable independiente.....	82
3.2.2	Identificación de la variable dependiente.....	84
3.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	85
3.4	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	85
3.5	NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	86
3.6	ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	87
3.7	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	88
3.7.1	Unidad de estudio.....	88
3.7.2	Población.....	89
3.7.3	Muestra.....	89
3.7.4	Muestra encuesta.....	90
3.7.5	Informantes.....	90
3.8	PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	91
3.8.1	Procedimiento.....	91
3.8.2	Técnicas.....	91
3.8.3	Instrumentos.....	92
4	CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	95
4.1	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	95
4.1.1	Encuestas - Cuestionario.....	95
4.1.2	Ficha evaluativa de observación.....	96
4.1.3	Entrevista – Guía de entrevista semiestructurada.....	97
4.1.4	Validez y confiabilidad del instrumento.....	97

4.2	DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	98
4.3	RESULTADOS	100
4.3.1	Resultados de encuesta.....	100
4.3.2	Resultados de ficha evaluativa de observación	114
4.3.3	Resultados de la entrevista	128
4.4	PRUEBA ESTADÍSTICA	140
4.4.1	Análisis de correlación de Pearson.....	140
4.4.2	Análisis de fiabilidad: coeficiente Alfa Cronbach.....	141
4.4.3	Prueba de normalidad.....	142
4.5	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	143
4.5.1	Prueba de hipótesis.....	143
	DISCUSIÓN	152
	CONCLUSIONES	171
	RECOMENDACIONES	174
	PROPUESTA.....	176
	REFERENCIAS	183
	APÉNDICE	191

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estudios sobre impactos en áreas de la actividad turística	24
Tabla 2. Clasificación de impactos ambientales.....	29
Tabla 3. Actores que participan en la producción del espacio turístico	35
Tabla 4. Dimensiones de observación, análisis y evaluación del espacio público.	42
Tabla 5. Operacionalización de la variable independiente	81
Tabla 6. Operacionalización de variable dependiente	82
Tabla 7. Dimensiones e indicadores de la variable independiente	82
Tabla 8. Escala para la medición de la variable independiente turismo de consumo	83
Tabla 9. Dimensiones e indicadores de la variable dependiente	84
Tabla 10. Escala para la medición de la variable dependiente imagen urbana del espacio público	84
Tabla 11. Estadística de población y muestra para encuesta y entrevista	89
Tabla 12. Ficha técnica del estudio.....	93
Tabla 13. Variables en el cuestionario.....	93
Tabla 14. Estructura de entrevista	94
Tabla 15. Relación de variables, dimensiones y cuestionario de preguntas.	96
Tabla 16. Validación de instrumento de expertos	98
Tabla 17. Frecuencia y porcentaje de dimensión económica	101
Tabla 18. Frecuencia y porcentaje de dimensión social	102
Tabla 19. Frecuencia y porcentaje de dimensión ambiental.....	104
Tabla 20. Frecuencia y porcentaje de dimensión cultural	105
Tabla 21. Frecuencia y porcentaje de dimensión funcional	107
Tabla 22. Frecuencia y porcentaje de dimensión perceptual.....	108
Tabla 23. Frecuencia y porcentaje de dimensión morfológica.....	110
Tabla 24. Frecuencia y porcentaje de dimensión visual.....	111
Tabla 25. Tabla resumen de análisis de la variable turismo de consumo.....	112
Tabla 26. Tabla resumen de análisis de la variable imagen urbana del espacio público	113

Tabla 27. Identificación de parámetros de diseño viario	118
Tabla 28. Identificación de equipamientos mixtos de barrio.....	127
Tabla 29. Pasos del análisis temático	129
Tabla 30. Frecuencia de palabras de análisis exploratorio	131
Tabla 31. Frecuencia de conceptos filtrados.....	132
Tabla 32. Matriz de categorías y códigos	133
Tabla 33. Correlaciones de Pearson	140
Tabla 34. Resumen de procesamiento de datos	141
Tabla 35. Estadísticos de fiabilidad	142
Tabla 36. Pruebas de normalidad.....	142
Tabla 37. Estadísticos descriptivos de las variables	143
Tabla 38. Prueba de chi cuadrado V1 Turismo de Consumo y V2 Imagen urbana del espacio público.	144
Tabla 39. Coeficiente de Correlación entre V1 Turismo de Consumo y V2 Imagen urbana del espacio público.	144
Tabla 40. Coeficiente de Correlación entre impacto económico y la dimensión funcional.....	146
Tabla 41. Coeficiente de Correlación entre impacto social y la dimensión perceptual.....	147
Tabla 42. Coeficiente de Correlación entre impacto ambiental y la dimensión morfológica.....	149
Tabla 43. Coeficiente de Correlación entre impacto cultural y la dimensión visual.	150
Tabla 44. Dimensiones de percepción de impactos.....	178
Tabla 45. Matriz de análisis y diseño del espacio público con relación a la imagen urbana.	181

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dimensiones del impacto del turismo	32
Figura 2. Modelo de EKB del comportamiento del consumidor.	36
Figura 3. Dimensiones del arte público en el diseño urbano.....	39
Figura 4. Esquema de autores y vertientes teóricas del espacio público.....	40
Figura 5. Dialéctica del espacio.....	41
Figura 6. Línea de tiempo de la evolución del espacio público.	46
Figura 7. Esquema de Habitus del espacio y prácticas sociales según Pierre Bourdieu.	49
Figura 8. Representación del modelo sensorial de Bazant	51
Figura 9. El espacio personal en el diseño del espacio público.....	52
Figura 10. Elementos de la imagen urbana.	56
Figura 11. Estructura de la imagen urbana.	56
Figura 12. Evolución de la transformación de la ciudad de frontera de Tacna. ...	61
Figura 13. Lugares donde concurre la población chilena.....	62
Figura 14. Localización de lugares de estancia de población chilena en Tacna. .	63
Figura 15. Fotografías aéreas de Tacna de antes y después.	65
Figura 16. Fotografías de antaño y actual del Paseo Cívico.....	66
Figura 17. Fotografías de Pasaje Vigil, Av. San Martín y calle Arias y Araguéz, antes y después.	67
Figura 18. Fotografías de Ex Miculla, antes y después.....	68
Figura 19. Fotografías antes Mercado de abastos la Recova y ahora Mercado Central	68
Figura 20. Fotografías Avenida Bolognesi antes.	69
Figura 21. Fotografías Avenida Bolognesi actualidad.	70
Figura 22. Localización de ejes comerciales y de servicios estudiados	87
Figura 23. Portada de encuesta por internet	95
Figura 24. Gráficos de resultados sociodemográficos de encuesta.	100
Figura 25. Gráfico de dimensión económica.....	101
Figura 26. Gráfico de dimensión social.....	103
Figura 27. Gráfico dimensión social	104

Figura 28. Gráfico dimensión cultural.....	106
Figura 29. Gráfico dimensión funcional.....	107
Figura 30. Gráfico dimensión perceptual	109
Figura 31. Gráfico dimensión morfológica	110
Figura 32. Gráfico dimensión visual	111
Figura 33. Promedio de percepción sobre turismo de consumo.....	113
Figura 34. Promedio de percepción sobre imagen urbana del espacio público..	114
Figura 35. Vista de ficha evaluativa de observación	115
Figura 36. Áreas de dominio privado y público.....	116
Figura 37. Modelo de parámetros de diseño viario	117
Figura 38. Mapeo de viario de ejes comerciales y de servicios	120
Figura 39. Fotografías de variedad de usos	121
Figura 40. Mapeo de concentración de espacios de consumo.....	122
Figura 41. Mapeo de jerarquización de centros de consumo	123
Figura 42. Imágenes de “micro centralidades” en el eje Avenida San Martín..	124
Figura 43. Fotografías de comercio informal en el espacio público derecha Avenida Bolognesi, izquierda Avenida Coronel Mendoza.....	124
Figura 44. Fotografías de comercio informal en el espacio público derecha Avenida Bolognesi, izquierda Avenida Coronel Mendoza.....	125
Figura 45. Fotografías de puntos de enclave en la Avenida San Martín.....	125
Figura 46. Fotografías de calle comercial, y calle entorno a mercado (superiores) anillo comercial de plaza (inferiores).	127
Figura 47. Mapeo de nivel de cobertura vegetal	128
Figura 48. Nube de dispersión de palabras filtrada	130
Figura 49. Codificación de temas	134
Figura 50. Gráfico de dispersión simple de variables	141
Figura 51. Triangulación de elementos vinculantes de la imagen urbana.....	176
Figura 52. Esquema de mayores intereses.....	180
Figura 53. Gráficos de resultados de la pregunta 1.	249
Figura 54. Gráficos de resultados de la pregunta 2.	251
Figura 55. Gráficos de resultados de la pregunta 3.	252

Figura 56. Gráficos de resultados de la pregunta 4.	253
Figura 57. Gráficos de resultados de la pregunta 5.	254
Figura 58. Gráficos de resultados de la pregunta 6.	255
Figura 59. Gráficos de resultados de la pregunta 7.	256
Figura 60. Gráficos de resultados de la pregunta 8.	257
Figura 61. Gráficos de resultados de la pregunta 9.	258
Figura 62. Gráficos de resultados de la pregunta 10.	259
Figura 63. Gráficos de resultados de la pregunta 11.	260
Figura 64. Gráficos de resultados de la pregunta 12.	261
Figura 65. Gráficos de resultados de la pregunta 13.	262
Figura 66. Gráficos de resultados de la pregunta 14.	263
Figura 67. Gráficos de resultados de la pregunta 15.	264
Figura 68. Gráficos de resultados de la pregunta 16.	265
Figura 69. Gráficos de resultados de la pregunta 17.	266
Figura 70. Gráficos de resultados de la pregunta 18.	267
Figura 71. Gráficos de resultados de la pregunta 19.	268
Figura 72. Gráficos de resultados de la pregunta 20.	269
Figura 73. Gráficos de resultados de la pregunta 21.	270
Figura 74. Gráficos de resultados de la pregunta 22.	271
Figura 75. Gráficos de resultados de la pregunta 23.	272
Figura 76. Gráficos de resultados de la pregunta 24.	273
Figura 77. Redes de codificación de tema legibilidad.....	275
Figura 78. Redes de codificación de tema permeabilidad.....	276
Figura 79. Redes de codificación de tema variedad.	277

RESUMEN

Este trabajo se centra en la investigación de la influencia que han tenido las prácticas turísticas de consumo en las intervenciones sobre la imagen urbana; por lo tanto, tiene como objetivo analizar la relación del turismo de consumo con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de Tacna al 2022, para articular intereses, valores e imágenes que son atributos materiales del lugar y son parte de la naturaleza única de las ciudades de frontera.

La investigación es de tipo básica, de nivel correlacional, no experimental, transversal, siendo el diseño mixto, para la fase cuantitativa la muestra es la población residente y turistas, aplicándose la encuesta y desarrollado las fichas evaluativas de observación. La fase cuantitativa se procesó en el software SPSS, cuyo resultado es la correlación positiva moderada entre las variables. Para la fase cualitativa se aplicó entrevistas, procesadas con el software Atlas. Ti, cuyo resultado aportó a la teoría de interpretación de la imagen urbana a través de la codificación y análisis temático de redes.

Se concluye que existe relación entre las variables estudiadas y sus dimensiones considerando que los espacios públicos son reconocidos como lugares de encuentro donde destaca la cultura e identidad de cada ciudad y que la naturaleza de ciudad de frontera aporta a la diversidad de usos; y que la ha transformado por las actividades no reguladas, razón por la cual se propone una “Matriz de análisis y diseño del espacio público relacionado con la imagen urbana del lugar”.

Palabras claves: *turismo de consumo, imagen urbana, espacio público y ciudad de frontera.*

ABSTRACT

This work focuses on the investigation of the influence that tourist practices of consumption have had on the interventions on the urban image; therefore, it aims to analyze the relationship of the influence of consumer tourism with the transformation of the urban image of public space, commercial and service axes of the city of Tacna to 2022, to articulate interests, values and images that are material attributes of the place and are part of the unique nature of the frontier cities.

The research is basic, correlational, non-experimental, cross-sectional, with a mixed design, for the quantitative phase the sample is the resident population and tourists, applying the survey and developing the evaluative observation cards. The quantitative phase was processed in SPSS software, the result of which is the moderate positive correlation between the variables. For the qualitative phase, interviews were applied, processed with Atlas. Ti software, whose result contributed to the theory of interpretation of the urban image through coding and thematic network analysis.

It is concluded that there is a relationship between the variables studied and their dimensions considering that public spaces are recognized as meeting places where the culture and identity of each city stands out and that the nature of a border city contributes to the diversity of uses; and that it has been transformed by unregulated activities, which is why a "Matrix of analysis and design of the public space related to the urban image of the place" is proposed.

Keywords: *consumer tourism, urban image, public space and border city.*

INTRODUCCIÓN

Actualmente uno de los temas que desarrolla la literatura académica es el crecimiento de las ciudades y la necesidad de proporcionar una adecuada aptitud de la calidad urbana para la vida de los habitantes de un territorio, temática de diversas investigaciones, por lo tanto, la ciudad conocida como “*lugar de encuentro, más que cualquier cosa*” (Gehl, 2006) nos lleva a interpretar que la imagen urbana que identificamos en una ciudad a través del espacio público se concibe dentro de ella, siendo un lugar de expresión y apropiación social, es por ello que la presente investigación considera a la ciudad desde la espacialidad transfronteriza, en la cual los sistemas de ciudades bajo una perspectiva económica, poseen características relacionadas con aspectos históricos que han influido en la configuración morfológica, por lo tanto determinan un tipo específico de ciudad, las cuales responden a características particulares y pueden ser de tres tipos: a) ciudades limítrofes, b) ciudades fronterizas; y c) ciudades transfronterizas (Llugsha, 2015).

Además de la espacialidad transfronteriza, los movimientos migratorios que se suscitan en las ciudades, repercuten en el paisaje urbano, estos fenómenos que observamos frecuentemente en ciudades latinoamericanas, se convierten en nuevos escenarios por la adaptación de nuevas maneras de adaptación, y que reconfiguran el paisaje urbano, como un escenario colectivo que toma protagonismo en el espacio público por las dinámicas urbanas comerciales o recreacionales, ya sea por acciones positivas o negativas, que originan nuevos imaginarios urbanos. En Latinoamérica, uno de los problemas que afecta a las ciudades de frontera, es la carencia de espacios públicos que contribuyan a la vivencia espacial y que proporcionen una calidad urbana relacionada a la imagen del lugar, ya que el dominio y apropiación espacial contribuyen al proceso de identidad territorial; además de la transformación de la trama urbana, como consecuencia de los factores influyentes en el espacio urbano, dinámicas de suelo y geografías urbanas dentro de las ciudades de frontera, por lo cual las ciudades han crecido sin una relación hombre-medio, considerando los nuevos paradigmas del urbanismo.

En el Perú, las ciudades de frontera tienen miradas distintas del fenómeno urbano al analizar las nociones esenciales del espacio público e imagen urbana según su localización y el crecimiento económico orientado al mercado y a las prácticas de consumo que devienen de las configuraciones de ciudades neoliberales, es por ello que el caso de la ciudad de frontera de Tacna, que históricamente los procesos migratorios han trascendido en el territorio y originan prácticas sociales en el lugar de llegada modificando el paisaje simbólico y la lectura de ciudad. Tacna cuenta con un Plan de Desarrollo Urbano a escala provincial, el cual le ha dado el rol de “Ciudad fronteriza, compacta y policéntrica constituye por su ubicación geográfica un nodo estratégico y plataforma logística de servicios multipropósito asociados al comercio, industria y turismo” (Municipalidad Provincial de Tacna, 2015), por lo cual el incremento de la actividad productiva, responde al uso de necesidades para comercio y servicios que han favorecido al crecimiento económico de la ciudad y al mayor flujo de turistas.

A partir de ello se genera la pregunta ¿De qué manera el turismo de consumo se relaciona con la transformación del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022, por lo tanto se incide en la perspectiva de la imagen urbana de la ciudad, según Lynch (2015) es por ello que los actores urbanos que poseen su propia percepción de la ciudad, se enfocan en demostrar como las actividades turísticas de consumo alteran la imagen urbana, ya que aún es un tema poco tratado en la literatura y, más aún, de gran interés para la gestión urbana en países subdesarrollados y en ciudades de frontera.

La investigación puede ser utilidad para futuras investigaciones sobre el tema de transformación de la imagen urbana por el turismo de consumo. La estructura de la investigación está organizada por 04 capítulos. En el capítulo I se describe el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación, en el capítulo II se presenta el marco teórico, en el capítulo III la metodología aplicada, en el capítulo IV la presentación de resultados. Finalmente se culmina con la discusión, conclusiones, recomendaciones y propues

1. CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La bibliografía científica ha estimado que los estudios sobre ciudades de frontera han evolucionado y se identifica en las disciplinas como la geografía, ciencias políticas, historia, sociología, antropología, entre otras (Tapia, 2017), sin embargo hay pocos investigadores que estudien específicamente las ciudades de frontera y la influencia del turismo como proceso urbano que causa transformaciones en el territorio, considerando la dimensión física del espacio público y su relación con el impacto en la calidad de la imagen urbana.

Según Timothy y Butler (1995) para las personas que viven cerca de una frontera, el viaje es corto, y tiende a estar orientado al ocio, mientras que aquellas que viven lejos, cruzan la frontera en viajes de compras; por lo tanto, hay algunos patrones espaciales, basados en la motivación y la duración de la estancia, como Hardi (2001), que menciona que la motivación más común e intensa de las relaciones sociales transfronterizas es el turismo de compras. El turismo de consumo según el modelo de desarrollo espontáneo, planificado o extensivo, adquiere un rol fundamental en el espacio configurado, siendo el espacio público un lugar de todos para todos, de uso social colectivo y multifuncional (Fonseca, 2015), este espacio se transforma en las condiciones físicas desde la funcionalidad como lo plantea Carrión (2007), en la medida que las condiciones de las dimensiones físicas y espaciales avalen el uso o actividades para la satisfacción del espacio público, los elementos que lo componen debido al estado de sus elementos, se genera el deterioro de la calidad de lo construido (Aldana, 2015).

Ciudades de frontera comprensibles como legibles, crean las bases para una ciudad con calidad de vida y controlable para el resto de las experiencias urbanas,

por lo tanto, existe una relación entre el edificio y la calles, desde las distintas propiedades características como por ejemplo la separación del edificio y la calle, la transparencia de la planta baja, la proporción de los frentes de las fachadas a la calle, sección de las vías y calles, perfiles y alturas de los edificios, lo atractivo del edificio, la apertura hacia la calle, el uso del edificio, son aspectos que definen la confortabilidad de la calle, el interés visual del recorrido y la seguridad del espacio (Lynch, 2015) a pesar de ser una teoría criticada por muchos, existe un impacto de la imagen urbana desde la dimensión física. Según Pascual y Peña (2012) indicadores de permeabilidad, vitalidad, variabilidad y legibilidad, expresan las cualidades espaciales de la trama urbana, y con ello la capacidad de aceptar cambios en el tiempo; mientras que según Doménech (2013) una ciudad carente de legibilidad y coherencia no refleja un sustento o planeación para una mejor dinámica espacial.

El análisis del espacio público considerando la dimensión perceptual a nivel de calle, reconoce las características físicas como la vitalidad del espacio en entornos urbanos transformados, que modifican las dinámicas urbanas, es por ello que al estudiar la vida urbana de un espacio público transformado en la dimensión calle, se evalúa los indicadores de vida pública relacionados con la actividad económica, el uso social y la imagen percibida como resultante.

Por consiguiente, el espacio público según Jordi Borja y Zaida Muxí (2003) es el dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad, conceptos que reflejan la complejidad del comportamiento social de las ciudades que en el análisis de la transformación por las prácticas diversas en un “espacio de convergencia interdisciplinaria” (Capel, 2002); puesto que la realidad del espacio público es tan compleja que nadie, desde una posición disciplinaria determinada, es capaz de abordarla y responder de forma eficaz” (Remesar 1997). Por lo tanto, la presente investigación pretende demostrar como las practicas del turismo de consumo alteran la imagen urbana del espacio público de las ciudades de fronteras, y considera como estudio de caso la ciudad de Tacna (Perú), considerando que de

acuerdo a la condición que adquiere por su naturaleza de frontera, ya que Tacna está situada en la costa sur occidental del Perú, cuyas coordenadas están entre 16°58' y 18°20' de latitud sur, y 69°28' y 71°02' de longitud oeste; y es limítrofe con la Ciudad de Arica.

Por lo tanto se producen procesos urbanos únicos que afectan la dimensión física de la calle, en este caso en ejes comerciales donde se han establecido las actividades turísticas de consumo, y que a su vez se han ido adaptando como intervenciones físicas de la calle que ha generado una imagen percibida de la zona por los residentes y visitantes consecuentemente, lo que influye sobre la legibilidad, diversidad y confort del espacio, investigación que será instrumento para para los profesionales a cargo de las futuras intervenciones.

En el caso de Latinoamérica, desde fines de la década de los 80, mayoría de ciudades han adoptado los principios de la teoría neoliberal, produciendo efectos territoriales en las dinámicas urbanas que se evidencian en los espacios públicos, es el caso de la ciudad de frontera de Tacna de Perú, que han ocurrido cambios por la aceleración de las transformaciones percibiéndose modificaciones continuas, por el modelo neoliberal que asumen las prácticas de consumo del contexto; por lo tanto el interés de la presente investigación es abordar desde la perspectiva de teoría urbana crítica para aportar al conocimiento.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Interrogante principal

En tal sentido con lo expresado se sintetizó la siguiente pregunta:

¿De qué manera las prácticas turísticas de consumo se relacionan con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022?

1.2.2 Interrogantes secundarias

- a) ¿De qué manera la dimensión económica del turismo de consumo se relaciona con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022?
- b) ¿Cuál es la relación de la dimensión social del turismo de consumo con la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022?
- c) ¿De qué manera la dimensión ambiental del turismo de consumo se relaciona la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna?
- d) ¿De qué manera la dimensión cultural del turismo de consumo se relaciona con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es pertinente, oportuna y conveniente, porque a pesar que la literatura considera el estudio de los fenómenos que suceden en las ciudades de frontera, solo tienden a centrarse en las dimensiones sociales y económicas relacionadas a un mundo globalizado, sin embargo, no se aborda investigaciones respecto a la participación del espacio público en el turismo y como contribuye a la percepción de la imagen urbana por la transformación del espacio; siendo el aporte de la presente investigación demostrar como el turismo de consumo ha transformado la imagen urbana del espacio público, en ciudades de frontera, investigación que contribuirá en la mejora de la práctica de la profesión como urbanistas en el diseño del espacio público, y como reflexión para la toma de decisiones en la gestión urbana en países en vías de desarrollo.

La relevancia de la investigación está vinculada al tema de ciudad de frontera, específicamente en Tacna al ser ciudad trifronteriza como la describe Cabrera (2021), por tal razón tiene características únicas que la diferencian de otra naturaleza de ciudad, ya sea de frontera o ciudades dentro de un territorio por lo tanto la relevancia social, se define en las aportaciones que el trabajo ofrece para la solución de las demandas producidas por las prácticas de turismo de consumo que transforman el espacio físico, considerando que estas ciudades deben ser comprensibles como legibles, para crear las bases para una ciudad con calidad de vida controlable entre el vínculo directo entre el edificio y la calle, lo que permitirá la mejor calidad de vida de los habitantes y visitantes del lugar quienes tiene experiencias concretas y socialmente significativas, ya que el espacio es abordado por la epistemología de las ciencias sociales y por la filosofía que asume que el espacio (y el tiempo) como una construcción socio-cultural, una espacialidad concebida como un contenedor natural que delimita la vida social; para contribuir a construir relaciones sociales distintas (Stavrídes, 2016), como contenedores de lo social lo que permite presentar como elementos formativos de prácticas sociales.

La justificación teórica de esta investigación será aporte al conocimiento individual y colectivo, ya que brindará la oportunidad de conocer las teorías que sustentan la importancia de los procesos urbanos derivados de las actividades turísticas de consumo que alteran la imagen urbana de las ciudades de fronteras, debido a la intensidad del comercio y turismo de diferentes tipologías como de salud, servicios, compras, recreación, gastronomía entre otros. Siendo la imagen urbana importante en la legibilidad, diversidad y confort del espacio público de una ciudad, y específicamente como las personas perciben una ciudad, para ubicarse en el desarrollo de sus necesidades, así como en la legitimidad de los espacios a recorrer y cómo los impacta emocionalmente; es por ello que se pretende con esta investigación, ejercer una influencia no solo en los campos académicos y profesionales, sino que será extensivo a las autoridades que toman decisiones en las ciudades de frontera.

La justificación práctica está dirigida para instituciones públicas y empresas que forman parte de la cadena del turismo como fuente de desarrollo económico, y que contribuye a la planificación del territorio con sus fortalezas que favorecen la inversión en infraestructura de bienes y servicios turísticos, así mismo esta infraestructura inmersa en un territorio determinado, debe considerar la imagen urbana, la cual es transformada a nivel de espacio público y donde se establece el turismo de consumo, por lo tanto estudiar el espacio público y la transformación de la calle, se define y se evalúa a través de indicadores de las actividades económicas en la edificación; el uso social del espacio proyectado; y la imagen percibida resultante, siendo parte de la literatura no estudiada a la fecha, que contribuirá al nuevo conocimiento para docentes y estudiantes, y para futuras investigaciones que aporten a la dinámica urbana de ciudades de frontera, cuyos resultados obtenidos servirán de reflexiones y debate académico en base al tema planteado en la investigación.

Se hace importante dentro del presente estudio conocer la justificación legal que sustenta el turismo a escala internacional, a través de la Organización Mundial del Turismo (OMT); y a escala local con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, las Direcciones Regionales del sector y Promperú. Cabe mencionar que se cuenta con la Ley N° 29408 Ley General de Turismo, la cual sustenta el marco general del turismo, que servirá de soporte en los resultados del presente análisis.

A través de documentos técnicos establecidos en el Plan de Desarrollo Urbano 2015-2025 de la Municipalidad Provincial de Tacna, así como la normatividad vigente decretada, que establece parámetros urbanos, sistemas catastrales, caracterización de los predios en base a expedientes urbanos basados en la zonificación y su relación con el sistema vial, así como el aporte en la data de diagnóstico y propuesta en base al rol de la ciudad de Tacna.

La justificación a nivel social, permitirá conocer en directo las reacciones y el sentimiento producido en la población turística y en la población local directamente afectada por un movimiento cotidiano que alcanza cifras espectaculares en los fines de semana, como se puede apreciar en las estadísticas de incremento del turismo en la ciudad de Tacna, y que a pesar que se han modificado, servirá como base lo extraído del pasado, es decir antes de la pandemia 2020 a la fecha, es por ello que se representa a través de la población, que es quien hace uso del espacio público, por lo cual lo transforma y lo percibe por la focalidad urbano turística que genera atractivos, y que contribuye a la óptima calidad de vida, asimismo hace uso de la infraestructura apropiada y al entorno, generando las tipificaciones del turismo de consumo y es quien incide positiva o negativa en el espacio público y son parte de la estructura social.

La investigación presentada bajo el paradigma científico del post positivismo, ha sido elaborada con los procedimientos metodológicos de investigación mixta, bajo el diseño secuencial explicativa, con una estrategia no experimental observacional, se usaran métodos para la recolección de la data como observación no participativa, análisis documental, mapeos, entrevistas, cuestionarios entre otros mediante la recopilación de data en relación a una muestra de estudio, por lo tanto de esta forma se logrará medir y relacionar las variables en la etapa cuantitativa y una cualitativa de aporte al conocimiento de la responsabilidad de la disciplina de la arquitectura y sus profesionales, teniendo como objetivo demostrar como el turismo de consumo transforma la imagen urbana del espacio público de la Avenida Bolognesi de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Analizar la relación del turismo de consumo con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de Tacna al 2022, para articular intereses, valores e imágenes que son atributos materiales del lugar y son parte de la naturaleza única de las ciudades de frontera.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Identificar la relación de la dimensión económica del turismo de consumo con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.
- b) Reconocer la relación de la dimensión social del turismo de consumo con la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.
- c) Analizar la relación de la dimensión ambiental del turismo de consumo con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.
- d) Analizar la relación de la dimensión cultural del turismo de consumo con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO REFERENCIAL

Para Arriaga (2010), en el artículo científico denominado “La cooperación transfronteriza: significado y método para su análisis”, define a la frontera a través de dos acepciones, la primera como límite territorial y la segunda como adyacente al límite territorial en el cual hay una interacción social y cultural intensa (Arriaga, 2010). Según el libro “Ciudades de frontera: dinámicas locales y plataformas regionales”, considera que la ciudad de frontera, posee características que tienen relación con la historia y la configuración morfológica que determinan la naturaleza de la ciudad, las cuales responden a características particulares y pueden ser de tres tipos: a) ciudades limítrofes, b) ciudades fronterizas; y c) ciudades transfronterizas (Llusgha, 2015).

Autores como Carrión (2001), en el artículo científico denominado “Espacio Público: punto de partida para la alteridad”, nos indica que las ciudades de frontera son visibles y en función a la economía de capitales externos, de preferencia comerciales, las ciudades de frontera asumen el rol de polos de atracción habitacional y que aporta al desarrollo económico dentro de un sistema fronterizo (Carrión 2001). Y en el artículo científico “Real Exchange Fluctuations and the Dynamics of Retail Trade Industries on the U.S. Canadá Border” nos indica que existe una relación entre el fenómeno del consumo transfronterizo y la ciudad debido a los bienes y servicios que ofrece (Beverly & Campbell, 2004)

En el artículo científico “Metrópolis transfronteriza: revisión de la hipótesis y evidencias de Tijuana, México y San Diego, Estados Unidos”, nos describe que al analizar las ciudades de frontera desde la geografía económica clasifica cinco tipos de relaciones como mercado transfronterizo de trabajo, mercado transfronterizo de consumo, mercado transfronterizo turístico, mercado transfronterizo de vivienda y tierra y manufactura global transfronteriza (Gutierrez,

2012). Por lo cual Paasi (2004), en el artículo científico *Boundaries as social processes: Territoriality in a world of flows*, en *Boundaries, territory and postmodernity*, nos menciona que esta geografía económica influye en la movilidad, la migración, el reasentamiento y la búsqueda de refugio, que son producto de procesos sociales, políticos y culturales que son teorizados (Paasi, 2004).

Uno de los procesos urbanos que se desarrolla en la ciudad de frontera es la dinámica urbana por el consumo transfronterizo, la literatura internacional como el artículo científico “Using alternative methods to estimate the determinants of cross-border trips”, describe este fenómeno de varias formas diferentes: en modelos de economía fronteriza (DiMatteo, 1999), en estudios que analizan las diferencias en tributación y administración pública (Lucas, 2004), en trabajos de autores enfocados en marketing, en trabajos centrados en el comercio minorista (Ilbery & Maye, 2006), o en investigaciones realizadas en el marco del turismo (Timothy & Butler, 1995).

Autores como Timothy (2005), en el artículo científico “Cross-Border Shopping a North American Perspective”, nos manifiesta que el fenómeno del consumo transfronterizo desde la perspectiva del turismo y la geografía, aparece en muchas formas, sin embargo, el llamado turismo de compras, es una de las actividades más comunes y agradables que realizan las personas durante las vacaciones y, en muchos casos, constituye un gran atractivo y una motivación básica para viajar. En tal sentido el proceso urbano que se desarrolla en la ciudad de frontera es el turismo, y en el libro digital “Tourism Mobilities. Places to play, places in play”, nos menciona que para el turismo de compra es la movilidad temporal que implica el flujo de personas de su lugar de residencia hacia un lugar de llegada, el cual moldean e incluso llegan a transformar las características del lugar donde el turismo se desarrolla (Sheller & Urry, 2004). Según la Organización Mundial del Turismo, las formas están influenciadas por el lugar de origen y el ámbito del flujo efectuado, y por factores directos e indirectos, los cuales a su vez son estructurales y dinámicos, porque determinan la práctica de la visita turística.

El turismo desde una perspectiva urbanístico- geográfica, en el libro digital “*Teoría y técnica del turismo*”, estudia lugares que, según un periodo determinado de acuerdo a las actividades turísticas, características son distintas y que se implantan en el territorio y que a su vez presenta transformaciones (Fernández, 1988). Ello conlleva a afirmar que el espacio turístico es más dinámico en las ciudades de frontera, sin embargo, estas dinámicas se enfatizan por las propias atracciones históricas y físicas existentes en el territorio (Gallegos & López., 2004). Asimismo, el libro digital “*Trois types d’intervention du tourisme dans l’organisation de l’espace litoral*”, nos explica como el turismo se implanta en el territorio y define tipos de prácticas turísticas como el espontáneo, el planificado y localizado; y el extensivo, ello se determina en función al tamaño y población (Barbaza, 1970).

Para entender el desarrollo turístico en el artículo turístico “*Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*”, menciona que el turismo inserta en las dinámicas de la perspectiva construida a partir de las prácticas turísticas de los sujetos y de esta manera un modo de abordaje con base en tres elementos: prácticas, espacio y sujetos, y su interrelación (Linares & Morales, 2014). Las prácticas turísticas en la ciudad de frontera, aborda el fenómeno de las transformaciones en el espacio público y su influencia para la mejora de la calidad de vida (Páramo y García, 2010). Es por ello que la transformación de la dimensión física del espacio público produce la pérdida de las facilidades de las personas que se desplazan, e implica la afectación de las condiciones de socialización, jugando un papel crucial en la sostenibilidad social de las ciudades, que es base de la convivencia para la mejora de la calidad del espacio (Daudén, 2011).

La calidad de vida urbana de la imagen urbana está conformada por elementos que lo identifican, como público y de la buena imagen que aportan los elementos y con ello se dará una mejor legibilidad al espacio urbano (Lynch, *La imagen de la ciudad* , 2015). Además, nos menciona que el diseño de ciudades vivibles es

considerado como ciudades comprensibles como legibles, cuyas bases hacen que sea una ciudad humanamente controlable para el resto de las experiencias urbanas del ciudadano; por lo tanto, las estrategias de organización espacial llevan al ciudadano o turista a sentirse bajo control y dedicarse a sus tareas.

Al analizar los elementos que aportan a las condiciones físicas y espaciales, a través de la medición de indicadores y la forma del territorio como objeto de estudio, permite aproximarse a la dimensión física donde el espacio público y su incidencia influye en la mejora de la calidad de vida, para las decisiones oportunas en los procesos de ordenación territorial (Berrocal & Caldera, 2013).

La ciudad materializa los recuerdos y significados los cuales son socialmente contruidos y desempeñan un papel dinámico (Ríos, 2019) asimismo el espacio público es el componente más relevante materializado en la ciudad, como un sistema que engloba el territorio urbanizado y que son parte de una experiencia colectiva como componente del espacio público, desde lo perceptivo y simbólico.

2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Revisada la literatura en los últimos años, se consideran antecedentes internacionales y nacionales, los cuales describo a continuación:

Sofield (2006), en el artículo **Border tourism and border communities: An overview**, nos menciona que, el turismo fronterizo y las comunidades fronterizas, se ven influenciadas por la forma en que los avances en las tecnologías de movilidad y modos de transporte han influido en la expansión de las fronteras territoriales. Por lo tanto, la atención se centra en el turismo internacional: las visitas que implican viajar a través de las fronteras de los estados soberanos. Con estos fundamentos teóricos esbozados, este artículo considera elementos específicos de las fronteras del turismo, como los principios de la movilidad humana (de los cuales los flujos turísticos son un componente), las tipologías de las relaciones políticas que afectan los flujos turísticos transfronterizos y las alianzas turísticas, particularidades del desarrollo del turismo transnacional, con énfasis en la subregión del Gran Mekong del sudeste asiático. Este artículo considera elementos específicos de las fronteras del turismo, como los principios de la movilidad humana (de los cuales los flujos turísticos son un componente), las tipologías de las relaciones políticas que afectan los flujos turísticos transfronterizos y las alianzas turísticas, y particularidades del desarrollo del turismo transnacional, con énfasis en la subregión del Gran Mekong del sudeste asiático.

En términos generales, las fronteras y los límites son un componente poco estudiado de la movilidad turística. Tal comprensión, sin embargo, es fundamental para comprender la naturaleza globalizada de los flujos turísticos contemporáneos y los diferentes grados de permeabilidad o impermeabilidad fronteriza a medida que afectan la movilidad turística.

Mihály Tömöri (2010), en el artículo **Investigating shopping tourism along the borders of hungary – a theoretical perspective**, se ha investigado el comercio minorista transfronterizo en las zonas fronterizas del suroeste de Eslovaquia desde las perspectivas de la economía, la geografía y el comercio minorista. Los autores afirman que el análisis de los procesos comerciales transfronterizos en las zonas fronterizas se ha vuelto especialmente importante, porque desde la adhesión de Hungría y Eslovaquia a la Unión Europea y al espacio Schengen, el comercio transfronterizo ha sido determinado en lugar de las condiciones administrativas por las circunstancias del mercado, así como las condiciones geográficas y de infraestructura. Concluyen que la mejora del sector del comercio minorista en el suroeste de Eslovaquia afecta no solo a la población local, sino también a las compras transfronterizas. Según los resultados de su investigación, existen diferencias notables entre los compradores transfronterizos húngaros y eslovacos con respecto a la frecuencia y las motivaciones de sus compras. Existe una relación asimétrica, ya que los compradores que viven en el lado eslovaco de la frontera cruzan la frontera con más frecuencia y en mayor número que los húngaros. El turismo de compras es un fenómeno extendido y científicamente estudiado en todo el mundo. Aunque el turismo de compras es conocido por casi todo el mundo, el estudio y la interpretación científicos son bastante complejos. Este artículo intentó presentar los antecedentes teóricos generales del turismo de compras principalmente desde la perspectiva de la geografía turística.

Para entender los fenómenos urbanos en el espacio público a nivel de calle autores como Zhang, Zhu, y Liu (2019), con el artículo **Social sensing from street-level imagery: A case study in learning spatio-temporal urban mobility patterns**. A través de estudio, demuestran el uso potencial de imágenes a nivel de calle para descubrir espacios espacio-temporales a través de patrones de movilidad urbana. Aplicando un método que asume que el paisaje urbano representado en imágenes a nivel de calle refleja funciones y que las calles urbanas de funciones similares exhiben patrones de movilidad temporal similares.

Las imágenes a nivel de calle describen los entornos urbanos desde el punto de vista humano, perspectiva y contiene información física y social detallada. Varios estudios han demostrado las ventajas de esta nueva fuente de datos en la extracción de información de un entorno urbano físico. Sin embargo, percibir la movilidad humana y socioeconómica urbana el medio ambiente sigue siendo difícil debido a la falta de factibilidad métodos para extraer representaciones de alto nivel de imágenes a nivel de calle. En este trabajo, presentamos un enfoque para inferir propiedades del entorno urbano en lugar de simplemente examinar los objetos presentes en una escena. Se propone un método basado en estimar el espacio-temporal patrones de movilidad urbana utilizando imágenes a nivel de calle sin la necesidad de que los vehículos aparezcan en las imágenes. Las contribuciones y la importancia de este trabajo se enumeran a continuación.

Además, las imágenes a pie de calle pueden complementar imágenes tradicionales de detección remota de alta resolución en observación del entorno urbano y detección social. Son funcionalmente similar en la observación del entorno físico, pero describen la superficie de la tierra con una escala, alcance y vista diferentes. Incorporando imágenes a nivel de calle e imágenes de detección remota juntas para mejorar modelar y comprender la separación espacial y la forma urbana es una emocionante avenida para futuras investigaciones. Encontramos que, con respecto a la comprensión el entorno físico urbano, las características visuales aprendidas en nuestra tarea de clasificación de calles diseñada superó en gran medida la visual característica aprendida en la tarea de detección de objetos de ImageNet. Este trabajo proporciona una herramienta computacional lista para usar para extraer conceptos visuales y conocimiento visual de alto nivel de un paisaje urbano para facilitar los estudios utilizando imágenes a pie de calle.

La movilidad urbana refleja el grado de desarrollo y vitalidad de una ciudad, según Jacobs (1961), la vitalidad de una ciudad y la diversidad se puede promover mediante el uso mixto de la tierra y la densidad de bloques (Jacobs, 1992). Se anticipan trabajos futuros para abordar regiones con condiciones del entorno físico

inconsistentes a los flujos de tráfico al centrarse en las regiones con un residuo mayor en las predicciones. Los resultados potencialmente tendrán implicaciones para mejorar la movilidad de ciudad y podría informar el futuro diseño urbano y planificación del tráfico. En este trabajo existe sesgo en la aproximación de la movilidad urbana utilizando taxi recogidas y devoluciones. Se pueden lograr resultados más prometedores si aplicando el método general y escalable propuesto a más representativos conjuntos de datos o conjuntos de datos de viajes urbanos de múltiples fuentes para investigar movilidad urbana. En segundo lugar, la generalidad de la propuesta el método ha sido probado localmente (en Beijing). Considerando la geografía heterogeneidad, la relación entre el paisaje urbano y la movilidad urbana puede ser diferente en una ciudad diferente. Empleando a los pre capacitados, se espera que el modelo para medir las diferencias entre ciudades sea un enfoque prometedor. Además, integrar información externa (días laborables / fines de semana, festivos / ordinarios, condiciones climáticas, etc.), patrones de movilidad en diversas condiciones y para diferentes áreas.

Respecto al tema de espacios turísticos de consumo los autores Bernardo, E., Jorge, Mota, G., Bordonaro, L., Belo, M., Losada, y Pereiro, X. (2018) en el artículo científico **Para um enfoque territorial do turismo no Douro**, explican como el turismo, como actividad humana complementaria, confiere nuevos significados, formas y significados de espacios y destinos turísticos. A través de la valoración, apropiación y turismo de los recursos y la aplicación de técnicas de producción de la relación local-global, la conveniencia turística territorios en espacios de consumo turístico visual, sensual y vivencial.

El turismo ha promovido las divisas en muchos territorios, y de manera intensa durante los últimos 50 años (Rebollo, 1997) y, en este sentido, se puede pensar en cómo técnica de producción espacial local (Appadurai, 1995), mediante el cual se convierten ciertos elementos de un territorio en cédulas de identidad y productos culturales “para que los turistas vean”. Turismo es un mecanismo de flujo, de personas, información, ideas, productos y capital (Appadurai, 1990;

1996). Según John Urry (1995), los espacios de consumo turístico, son consumidos en su aspecto visual y también experiencial (Bruner, 1989; 1995; 1996; 2004).

Para entender el comportamiento del consumidor visitante, con el artículo científico **“El impacto del senderismo en el comportamiento de consumo de los visitantes en las costas francesas”**, permite comprender la diversidad, bajo el conocimiento fragmentado sobre los consumidores, y como el impacto territorial del senderismo es un tema relativamente sin explotar con datos particularmente limitados sobre senderos que están equipados con información disponible digitalmente para los visitantes (Czegledi, Arjona, Paget, Rech, & Gourin, 2022). El estudio forma parte del proyecto IMTERPED (Impactos territoriales de las actividades peatonales) financiado por la “Fondation de France”. El proyecto se centra en las innovaciones en el sector del turismo costero a pie y sus impactos socioeconómicos y socioecológicos en cinco zonas costeras francesas. La perspectiva interdisciplinaria del proyecto proporciona una comprensión cruzada de las actividades de ocio peatonal costero mediante la adopción de enfoques científicos diferentes pero interrelacionados, como perspectivas históricas, sociológicas, geográficas, legales, políticas y artísticas. En este contexto,

Los datos se recopilarán durante el período primavera / verano de 2018 utilizando una metodología mixta: (1) los visitantes de los “senderos digitales” deben completar un cuestionario sobre sus experiencias y consumos en relación con el sitio, la visita y la actividad peatonal en la que están involucrados. Los datos cuantitativos deben ser completados por (2) semi -Entrevistas estructuradas con excursionistas y (3) observación participante de los sitios y visitantes utilizando “camino digitales”. El instrumento de la encuesta comprende cuestiones sobre las variables antes mencionadas, incluidas preguntas sobre planificación previa a la visita, cogniciones y comportamiento, experiencias y actividades en el lugar y evaluación de la experiencia y el destino. Las preguntas de la entrevista deben especificarse después de los primeros resultados de la encuesta con el objetivo de ampliar nuestro conocimiento sobre los problemas emergentes. Para cada estudio de campo se utiliza una guía de observación que incluye ítems sobre el entorno

espacial, particularidades del sitio y la visita y particularidades sobre las poblaciones observadas.

En el artículo denominado **Transformación urbana y difusión de prácticas turísticas: visitar Alcántara a principios del siglo XX**, este artículo examina los efectos del turismo en la transformación de la percepción del mundo urbano, siendo el objetivo explorar el papel que han jugado las prácticas turísticas en la evolución de la organización y usos de los espacios urbanos o, en otras palabras, en la forma en que se ha vivido y vivido la ciudad (Vidal F. , 2014). El desarrollo de prácticas y situaciones turísticas ha contribuido a enmarcar el avance discontinuo de la urbanización. Para comprender mejor este proceso, propongo ir más allá de la exploración de específicos contextos y lugares turísticos, y reflexionar sobre la compleja relación entre, por un lado, los arreglos materiales y sociales de la ciudad, y por otro, los discursos y representaciones que se producen en torno a ella. La transformación de las representaciones del barrio de Alcántara en la Lisboa de principios de siglo, de un suburbio industrial a un barrio popular y 'urbano' lugar, tiene una historia social que durante el cambio al siglo XX, Alcántara se convirtió en 'visible' y 'visitable'.

En el artículo **“Impacto del Turismo de Compras para el Comercio Minorista como Estrategia para el Desarrollo Local de las Ciudades”**, se menciona el tema de turismo de compras que se define como una forma contemporánea de turismo realizado por personas para quienes la adquisición de bienes, fuera de su lugar de residencia, es un factor determinante en su decisión de viajar (Muro, Perez, & Sánchez, 2020). Implica un importante impacto económico y laboral para las ciudades y países en los que se desarrolla, y favorece la desestacionalización y la diversificación, el impacto que tiene este turismo comercial tiene sobre el empleo y el crecimiento económico de los países es considerable, convirtiéndolo en una industria estratégica

El artículo **¿De quién es ese cuadrado? Movilidades de los turistas de cruceros y negociación del espacio público en Barcelona**, este artículo investiga cómo diferentes movilidades humanas negocian el espacio público y con qué resultados. El caso en cuestión es el del turismo de cruceros en Barcelona, una ciudad donde el incesante crecimiento de visitantes y la expansión de pasarelas de accesibilidad como el puerto de cruceros bien pueden estar detrás del auge del “antiturismo en los círculos sociales y políticos (Brandajs & Russo, 2019). El trabajo se centra en los tránsitos de grupos de cruceristas en dos espacios públicos ejemplares de la ciudad, analizando cómo llegan a cercar, comprometerse o alimentar la movilidad de otros colectivos. Esta investigación proporciona nuevos conocimientos sobre los procesos que pueden generar desafección entre los diferentes “usuarios del lugar”, provocando una revisión de las expectativas sobre la calidad del espacio público. En un nivel más técnico, este documento presenta una metodología compleja pero rentable, que involucra una combinación de métodos geo analíticos y cualitativos, que logra rastrear el “choque de movilidad” en el espacio público y dar sentido a las tácticas de respuesta. Finalmente, desde el punto de vista político, este trabajo contribuye al debate sobre la necesidad de acomodar diferentes movilidades en la ciudad y especialmente en su espacio público como una estrategia para lugares más resilientes.

Más allá de las futuras decisiones de "planificación estricta" tomadas por agencias no locales, como la expansión adicional del puerto de cruceros, nuestros conocimientos podrían influir en las decisiones de gestión a corto plazo, por ejemplo, en el ámbito de la ruta y la movilidad de los pasajeros de cruceros en la ciudad, la negociación sobre la oferta de productos para empresas organizadoras de excursiones fuera del barco, y las estrategias de promoción de espacios centrales específicos para el turismo de masa.

2.3 BASES TEÓRICAS

2.3.1 VARIABLE INDEPENDIENTE TURISMO DE CONSUMO

2.3.1.1 APROXIMACIONES DEL TURISMO

Esta variable de estudio se ha analizado desde concepto de “turismo” que está relacionado con conceptos afines tales como ocio, recreo, viajes o tiempo libre, siendo las investigaciones del fenómeno turístico desde un enfoque sociológico, como lo mencionan Hunziker y Krafp ¹(1990), y lo definen como:

“conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”. (p. 39)

Desde el punto de vista económico Figuerola (2000), define el turismo como:

“un acto que supone el desplazamiento, que exige gasto de renta, que satisface la necesidad de servicios ofrecidos mediante una actividad productiva generada por una inversión (p. 17)”

Viajar es una actividad relacionada a los turistas y relativizado a ellos y los empresarios del área según Castrogiovanni (2004), también se destaca que la motivación del ser humano de viajar y lo define como:

“Los factores de motivación que propician ese movimiento por el mundo son incontables. Así, ya no parece posible que veamos el turismo de forma genérica, aunque históricamente haya sido visto por varios campos profesionales, como un conjunto de actividades o transacciones financieras gracias a los índices de crecimiento

¹ En Muñoz Escalona (1992, p. 39)

económico, lo que parece ser como mínimo una mirada reduccionista”. (p. 14)

La infraestructura del destino, es un aspecto fundamental para emprender un viaje, considerando que la práctica del turismo tiene como fundamento el hecho o motivo, que posee un valor por el uso y es responsable de la configuración por la práctica humana, siendo esencial para las experiencias que directamente actúan en las relaciones vinculadas al turismo y su contribución a la humanidad, lo cual genera efectos los cuales son los siguientes:

Efectos económicos del turismo

- El turismo influye en la economía de los países ya que depende del nivel de desarrollo y la diversidad de la economía del sitio.
- El desarrollo de la economía puede estar diversificada o depender de un sector, estas características hacen que sea relevante o irrelevante en la economía (Timothy, 2011).

Efectos socioculturales

- La mejora de infraestructura para el destino turístico, son mejoras que la población local disfruta porque mejora su calidad de vida.
- Se recupera y conserva los valores culturales, que ayuda a estimular el interés de la población por sus costumbres y cuidado a su patrimonio.
- El turismo acelera los cambios sociales positivos por la tolerancia, bienestar entre los habitantes.
- La convivencia con otras culturas hace que cambie la percepción del visitante por las formas de vida y aumenta la tolerancia y comprensión (Timothy, 2011).

Efectos físicos del turismo

- El desarrollo turístico facilita medidas de conservación y mejora de calidad ambiental, ya que el entorno se preserva para los visitantes y la población local.
- Los destinos turísticos culturales, la restauración y la preservación de edificios y lugares históricos están muy estrechamente relacionadas (Timothy, 2011).

El turismo como contexto tiene un punto de partida a partir del conjunto de prácticas y dispositivos sociales que facilita a los individuos de ciertos grupos sociales realizar actividades de ocio que se reconoce los espacios físicos y virtuales, y los ritmos y movibilidades de la sociedad global (Pedregal, 2020), por lo tanto las prácticas turísticas con dinámicas de carácter local tienen un enfoque trasfronterizo por su naturaleza , asimismo la atención en los condiciones económicas son receptores de las expectativas de los grupos para el disfrute del viaje.

La aparición de la triada deseo-consumo-territorio, se reivindica con la materialización del valor económico en la satisfacción del turismo como la construcción del lugar (Dumont,1987), por ello el estudio de las prácticas turísticas forma parte de las prácticas locales que resulta del efecto globalizador que impacta en los territorios y que resulta imposible desligar de la cultura e identidad del lugar, autores como Gaviria (1974), que describe al turismo como como “el neocolonialismo de los espacios de calidad”, dando referencia a todo lo que el turismo consume, siendo los territorio el carácter superestructural del turismo (Nash, 1981), lo que condiciona los modos de relación social, económica, cultural y medioambiental, cuyo efecto final es lo que lo convierte en un destino turístico y por ende los estudios de impacto desde la cualidad constructiva (habilitante) y constrictiva (estructurante). Siendo el turismo la expresión más afectada del sistema de valores capitalistas y su orden global (Böröcz 1992; Nogués, 2019), y que a su vez trasciende fronteras los cuales consume lugares y territorios

produciendo significados en la manera que se relaciona con lo comercial tanto tangible como intangible por lo tanto debemos reconocer tres características:

- Las prácticas turísticas generan escenarios particulares en el marco de los espacios utilizados en función a modelos neoliberales.
- Las leyes del mercado sustituyen los elementos de la sociabilidad histórica y surgen nuevos recursos que alteran el patrimonio y paisaje.
- En tiempo y espacio el denominado espacio turístico es el mediador de la producción de valores y significados tanto en turistas y los residentes, por lo tanto, se entiende las relaciones del destino con sus agentes que los habitan y pueden gestionar e imaginar su futuro.

2.3.1.2 Impactos del turismo

Diferentes disciplinas y áreas del conocimiento vienen contribuyendo en la experiencia turística asociada al viaje y en las actitudes de las poblaciones locales respecto a las actividades relacionadas al turismo, actitud de la población que es influenciada por la forma como percibe los impactos del turismo se su naturaleza (Liang & Hui, 2016), estos impactos derivados de las decisiones de los turistas que distingue impactos positivos y negativos siendo los impactos los siguientes:

- Impacto social
- Impacto cultural
- Impacto ambiental
- Impacto económico.

Estos impactos a su vez son por su naturaleza directa o indirecta, que afectan de distintas formas la actividad del turismo relacionada con su demanda de manera directa, y de manera indirecta en las multiplicaciones de las generadoras de actividades intermedias al desarrollo de la actividad turística. Siendo la percepción local según Donna y Mohd (2015), que los impactos del turismo pueden verse en

función de los grados de contacto y su masificación, por ello se generan impactos negativos y positivos del turismo siendo las actitudes positivas de los residentes, por ello se muestra a continuación los estudios que abordan la valoración de impactos tanto negativos como positivos en la zona de destino según la actividad turística.

Tabla 1. *Estudios sobre impactos en áreas de la actividad turística*

Impactos negativos	Estudios
Incremento de costo de vida	Saveriades (2000); McGhee y Andereck (2004); Jurkowski y Gursoy (2004); Kwan y McCartney (2005); Andereck et al. (2005); Haley, Smith y Miller (2005); Bujosa y Rosselló (2007); Gutiérrez-Taño (2010); Frauman y Banks (2011); Rasoolimanesh, Jaafar, Kock y Ramayah (2015).
Incremento del valor y precio de suelo	Saveriades (2000); Williams y Lawson (2001); Fredline (2002); Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004); Deery, Fredline y Jago (2005); Haley et al. (2005); Antón-Clavé y González-Reverté (2008); Tovar y Lockwood (2008); Gutiérrez-Taño (2010).
Incremento de los impuestos municipales	Lord, Greenidge y Devonish (2011)
Temporalidad y desempleo	Cerezo y Lara de Vicente (2005); Bujosa y Rosselló (2007).
Impactos positivos	
Generación de empleo	Chen (2000); Mason y Chynne (2000); Saveriades (2000); Yoon, Gursoy y Chen (2001); Williams y Lawson (2001); Gursoy, Jurkowski y Uysal (2002); Horn y Simmons (2002);

	Besculides, Lee y McCormick (2002); Andriotis y Vaughan (2003); McGehee y Andereck (2004); Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004); Andereck et al. (2005); Choi y Sirakaya -Turk (2005); Dyer, Gursoy, Sharma y Carter (2007); Bujosa y Rosselló (2007); Gu y Ryan (2008); Diedrich y García -Buades (2009); Vargas-Sánchez, Plaza-Mejía y Porrás-Bu eno (2009); McDowell y Choi (2010); Andereck y Nyaupane (2011); Fernández -Fernández (2015).
Mejora de infraestructura	Mason y Cheyne (2000); Saveriades (2000); Andereck y Vogt (2000); Yoon et al. (2001); Andereck et al. (2005).
Oportunidades de negocio	Chen (2000); Yoon et al. (2001); Lee, Kim y Kang (2003); McGehee y Andereck (2004); Aguiló et al. (2004); Fredlin e (2002); Bujosa y Rosselló (2007); Kwan y McCartney (2005); Dyer et al. (2007); Huh y Vogt (2008); Diedrich y García -Buades (2009); McDowell y Choi (2010).
Ingresos para el Estado	Saveriades (2000); Haley (2005); Bujosa Bestard y Rosselló- Nadal (2007); To var y Lockwood (2008); Andereck y Nyaupane (2011).
Atracción de la clase media alta	Go tham (2005); Lian g y Bao (2015).
Fortalecimiento de la economía	Sharpley y Telfer (2002); Gursoy y Rutherford (2004); Choi y Sirakaya -Turk (2005); Huh and Vogt (2008); Sharma, Dyer, Carter y Gursoy (2008).

Atracción de inversiones	Sheng y Tsui (2010).
Mejora de la calidad de vida	Saveriad es (2000); To sun (2002); Andereck y Nyaupan e (2011); Xu, Barbieri, Anderson, Leun g y Rozier-Rich (2016).

Nota. Adaptado de Almeida, Balbuena y Cortés (2015).

Además del impacto económico, otra perspectiva es el impacto del turismo en la cultura el cual está relacionado al patrimonio del destino, temas que la literatura académica lo analiza desde enfoques analíticos e históricos por estudios de caso (Forster, 1964), por lo tanto, destacar los impactos negativos de la actividad en la cultura local es temática de estudio por algunos autores, sin embargo otros autores sostiene que el impacto cultural tiene la capacidad de recuperar elementos olvidados y a su vez sean valorados y apreciados por sus residentes y turistas, este volumen organizado según Boissevain (1996) demuestra que la identidad cultura es única para sus habitantes locales, y el flujo turístico como destino tiende a generar una pertenencia del grupo social; en este sentido Medina (2003) menciona que estudios de caso han demostrado que los elementos culturales de la localidad y el interés de los turistas influye en la noción de identidad cultural afectando a los siguientes factores:

- Desvalorización social.
- Disminución de patrimonio edificado.
- Pérdida de fuentes internas de conocimiento de la identidad.

Desde la perspectiva de lo edificado al ser el turismo una actividad que interviene en lo social y económico, estos cambios que se producen son parte del paisaje cultural de un territorio (Miranda, 2006), siendo el turismo un hecho socio cultural que intervienen sectores sociales como parte de la motivación del viaje que como resultado es el cumplimiento de factores de satisfacción, de la expectativa del viaje, por lo tanto, el destino turístico dentro de sus componentes provee de insumos como el patrimonio monumental, artesanías, costumbres, gastronomía o paisajes

construidos, siendo el paisaje una imagen de lo el turista tiene en su memoria como paisaje visitado, desde su patrimonio y atractivos que definen al impacto del turismo cultural que si no se protege o promueve su conservación este puede ser modificado, transformado o alterado. Este paisaje construido es producto de lo cultural mantiene una identidad por lo tanto desde la arquitectura, el urbanismo o el paisaje adquiere una relevancia, autores como Miranda (2006) manifiesta:

“El término paisaje al ser utilizado en sentido común, origina diferentes líneas de investigación, a veces alejadas de la explicación científica como: entorno construido, atractivo, arquitectura urbana, estética, historia, imaginarios, etc. Sin embargo, todas ellas forman parte del cuerpo de métodos y técnicas que actualmente constituyen la ciencia del paisaje, particularmente el paisaje cultural es de interés no sólo por estudiosos del fenómeno turístico sino por pintores, poetas, filósofos, urbanistas, entre otros” (p. 203).

Por lo tanto, el turismo es un fenómeno sociocultural que por su complejidad se estudia de diferentes formas: por la práctica o su organización, siendo el turismo convencional el que reconoce la dinámica de la actividad turística y estimula las inversiones mejorando lo existente, pero se debe dar énfasis a la protección del patrimonio lo cual contribuye al desarrollo y por ende a la nueva fisonomía de ciudad.

El turismo al ser un hecho sociocultural en el que los sectores sociales se manifiestan por las motivaciones del viaje y por lo tanto los escenarios que ofrece, y por ende las expectativas son variadas, este destino turístico debe prepararse en los gustos y motivaciones de los visitantes preparando insumo como el patrimonio, servicios, infraestructura, cultura local entre otros, proporcionando una imagen presente en el viajero o conllevando a percepciones negativas como que la actividad turística genera dificultades en la disponibilidad y calidad de los servicios o positivas como que la actividad turística amplía la oferta cultural de la ciudad.

Diversos son los impactos que el turismo genera sobre el medio ambiente, en la cumbre de Río de 1992, se extendió la importancia de la corriente de renovación turística que incorpora pautas sostenibles, por lo tanto, según la Organización Mundial del Turismo desde el orden ambiental de la planificación turística se debe reconocer y fortalecer el desarrollo turístico acciones relacionadas con el medio ambiente, por lo tanto, es imprescindible para el turismo sostenible, Brundtland (1987) sostiene que “Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras”, por lo cual cuando se analiza la sostenibilidad ambiental es necesario analizar como el crecimiento económico ilimitado ha generado el agotamiento y la degradación de los recursos naturales, basados en ello el desarrollo sostenible del turismo influye en:

- Uso de los recursos ambientales, manteniendo sus procesos ecológicos y conservar sus recursos naturales y la biodiversidad.
- Respetar la conservación del patrimonio cultural y sus valores tradicionales para contribuir a la interculturalidad.
- Asegurar que las actividades económicas sean bien distribuidos y estables.

González, Pérez y Zicumbo (2009) afirma que:

La actividad turística puede propiciar diversos impactos ambientales de carácter positivo, considerados como beneficios a partir del fortalecimiento de una conciencia para el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales por parte de los visitantes, mientras que la concentración masiva de turistas en determinado espacio, indudablemente impactará de forma negativa de acuerdo con la capacidad de carga del sitio y la biodiversidad existente.

De manera que los impactos ambientales se clasifican según la tabla 2.

Tabla 2. *Clasificación de impactos ambientales*

Criterios	Clases
Por el carácter	Positivos: generan beneficios ambientales. Negativos: deterioran el ambiente.
Por su relación causa - efecto	Primarios: efectos que causa inmediatamente la acción. Secundarios: cambios indirectos o inducidos en el ambiente.
Por el momento en que se manifiestan	Latente: se manifiesta al cabo de cierto tiempo del inicio de la actividad. Inmediato: el tiempo entre el inicio de la acción y el de manifestación. Momento crítico: tiene lugar el más alto grado de impacto.
Por la interrelación de acciones o alteraciones	Impacto simple: cuyo impacto se manifiesta sobre un solo componente ambiental. Impactos acumulativos: resultantes de acciones pasadas, presentes y esperadas en el futuro.
Por la extensión	Puntual: produce una alteración muy localizada. Parcial: incidencia en el área estudiada. Extremo: se manifiesta en una gran parte del territorio considerado Total: se presenta de manera generalizada en todo el entorno.
Por la resistencia	Temporal: alteración no permanente en el tiempo.

	<p>Permanente: alteración indefinida en el tiempo.</p>
Por la capacidad de recuperación	<p>Irrecuperable: es imposible de reparar.</p> <p>Irreversible: imposibilidad o dificultad extrema de retornar a la situación anterior a la acción que lo produce.</p> <p>Reversible: la alteración puede ser asimilada por el entorno.</p> <p>Fugaz: la recuperación es inmediata y no precisa prácticas de mitigación.</p>
Por su periodicidad	<p>Continuo: su efecto se manifiesta a través de tiempos regulares.</p> <p>Discontinuo: a través de alteraciones irregulares en su permanencia. -Periódico: con un modo de acción intermitente y continuó en el tiempo.</p> <p>Aparición irregular: se presente de forma impredecible en el tiempo.</p>
Por la necesidad de aplicación de medidas correctoras	<p>Crítico: cuya magnitud es superior al umbral aceptable, produce una pérdida permanente de la calidad de las condiciones ambientales sin posible recuperación.</p> <p>Severo: La recuperación exige la adecuación de medidas correctoras o protectoras en un prolongado periodo de tiempo.</p> <p>Moderado: cuya recuperación no precisa medidas correctoras, preventivas</p>

Nota. Adaptado de Espinoza (2001) & Conesa (2003)

El turismo como agente de cambio en relación a las actividades económicas, sociales, ambientales y culturales, obedeciendo a posturas en las cuales la literatura

académica, ha generado diversos enfoques, así podemos comprender definiciones en torno al turismo, Hall y Lew (2009) resaltan que los elementos vinculantes de un fenómeno impactan en la sociedad y las culturas, originado por la complejidad de la interacción por las relaciones entre los elementos económicos, sociales, ambientales y culturales. Por lo anterior, se considera que la actividad turística es propiciada por el encuentro de residentes y turistas que conduce a transformaciones que destaca los componentes básicos del turismo como menciona Wall y Mathieson (2006):

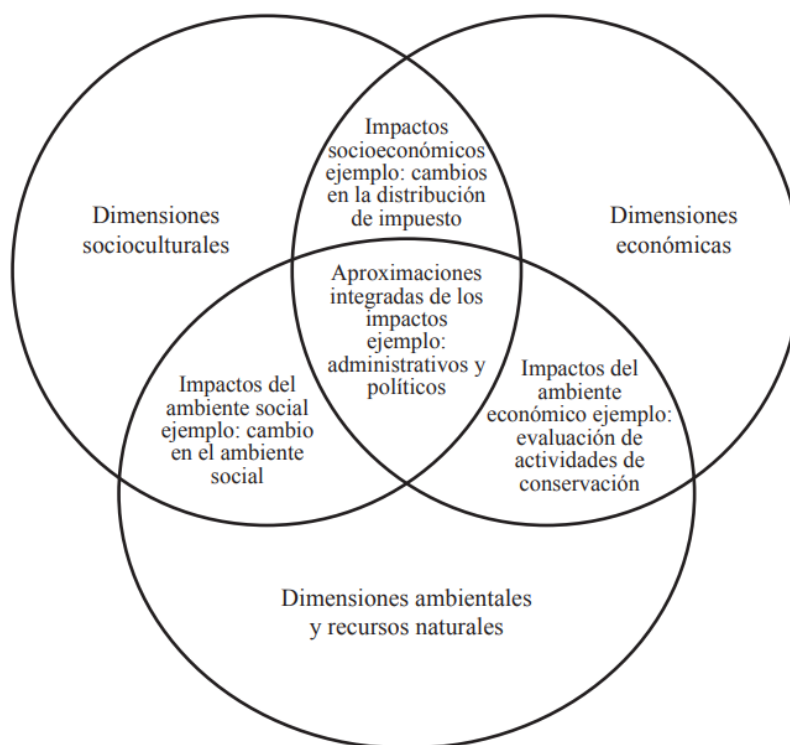
- a) Un elemento dinámico, el cual incluye la decisión de viajar a un determinado destino (o destinos), así como una multitud de factores sociales, económicos e institucionales que afectan dicha decisión.*
- b) Una estancia en el destino, que incluye interacción con el sistema social, ambiental y económico del lugar.*
- c) Un elemento consecencial, resultado de los aspectos anteriores. Este se relaciona con efectos en el subsistema económico, ambiental y social, con el cual el turista está directa o indirectamente en contacto (p. 19).*

Reconocer la complejidad de ello define los “impactos del turismo”, como agentes de cambio desde lo conceptual y con los cuales se comprende las transformaciones que se provocan o aceleran, siendo el turismo un generador de impactos económicos, sociales, ambientales y culturales, es así que Ryan (2003) plantea que la fuente de cambio surge de la presencia constante de turistas con llevando a la construcción de infraestructura para necesidad de demanda, siendo la significancia en los costos y beneficios de la población receptora, que ocasiona consecuencias en las relaciones sociales, a partir de ello se considera a turismo como un fenómeno de masas cuyos impactos son agentes de cambio que en su mayoría se categorizan en los siguientes:

- Económicos, correspondientes, en su mayoría, a impuestos, creación de empleos, inflación, deudas gubernamentales.
- Ambientales, respecto a los elementos que destruyen la flora, la fauna, el aire, el agua.
- Sociales y culturales, que abarcan el resurgimiento o la transformación de tradiciones, el incremento o decremento de la delincuencia, cambios en la cultura (Andereck, 1994).

Hall (2000) identifica y clasifica los impactos de acuerdo con su origen y establece tres dimensiones: económica, ambiental y sociocultural. Así mismo, estas dimensiones son agentes de cambio que permite reconocer al turismo y sus efectos, los cuales han sido ampliamente discutidos en reconocer e identificar si las transformaciones son positivas o negativas, siendo explicado en la siguiente figura.

Figura 1. Dimensiones del impacto del turismo



Nota. Adaptado de Hall (2000).

2.3.1.3 Turismo de consumo

El consumo tiene una conducta en la cual predomina el conocimiento sociológico del consumo, y está ligado al comportamiento del consumidor, donde hace uso del dinero y su tiempo para el consumo, a través de la elección del producto turístico, interactuando por la influencia y atributo del producto.

El consumo como necesidad de los rasgos externos de jerarquías externas de los rasgos culturales de cada territorio que consideran las fronteras tienen una observación científica de la forma y necesidades (Malinosky, 1975), por ello que el consumo es inherente al hombre y de las relaciones de producción de vida social y que es parte de una estructura económica condicionada por la producción, el consumo y de las diferencias sociales, que son distintas producto del consumo, la mercancía y quien la compra.

El espacio de consumo, es un espacio global, donde los fenómenos económicos se cruzan con la sociedad y la cultura (Sorkin, 2010), produciendo un urbanismo estándar donde el espacio público es para el consumo, el aumento sin precedentes en el consumo deliberado de lugares y eventos como consecuencia de la dramática expansión y dominación de las clases medias en los países desarrollados. Un fenómeno que se ha multiplicado en los últimos años se refiere al deseo del ciudadano común de tener experiencias interesantes.

El consumo turístico se mide a través del desplazamiento de los turistas, considerando datos económicos que relacionan el comportamiento del contexto y la particularidad del ser humano, considerando el descanso en el contexto biofísico, las necesidades de desarrollo personal como lo recreativo, cultural, que desde la práctica turística se ve condicionada por la conducta del consumidor y temática que es explicada por Gómez Nieves que el desarrollo turístico imaginario es un fenómeno social que engloba muchas disciplinas.

El consumo turístico, depende del comportamiento que motiva al turista por ejemplo comprar bienes y servicios turísticos, este comportamiento se ve influenciado por la fragmentación de las ofertas de los consumos específicos y es generado por grupos dominantes empresariales, que proporcionan inversiones, infraestructura, entre otros (Guzmán, Garduño, & Zizumbo, 2009).

Parte del consumo turístico se considera a las atracciones de un lugar turísticamente adecuado tienen tres etapas la primera identificar la atracción, la segunda convertirla en un producto turístico y la tercera ofrecerlo a los turistas potenciales (Bigné, Alcañiz, Font, & Andreu, 2000). Por lo tanto, se debe identificar las necesidades y motivaciones básicas de los turistas, para determinar las características principales de los servicios que se ofrecen o se desean ofrecer. Los turistas requieren de una atracción inicial para visitar el lugar, esto debe estar acompañado de la accesibilidad y servicios con infraestructura básica, estas atracciones deben ser accesibles, como la señalización adecuada que transmita la información de las atracciones para orientar al turista en sus recorridos (Santana, 2003).

Turismo y espacio público

Existe relación entre el turismo y el espacio público que presentan modelos teóricos del comportamiento en el territorio, desde la geografía se tiene en cuenta lo ambiental, social y económico que integran los siguientes (Beita & Alvarez, 2015).

- Oferta en los patrones de distribución espacial.
- Demanda en los patrones de distribución espacial.
- Geografía de los centros vacacionales.
- Movimiento y flujos turísticos.
- Impacto del turismo.

Figuroa Sterquel (2010), describe que desde el aspecto territorial el consumo está fijado por la inmovilidad in situ, por lo tanto, es el consumidor debe desplazarse para disfrutar de él (Soriano, 2015). Razón por la cual la distancia física como componentes y escalas, evidencia la diversidad de las relaciones, por lo que la Organización Mundial del Turismo, plantea que al homogeneizar el fenómeno turístico se comprende que está relacionado al ocio, sistemas productivos y que tiene sentido estadístico, asimismo en los límites físicos donde los individuos se desplazan y se produce la relación producción-consumo-reproducción, frecuentemente a través de dos ámbitos: distancia y frecuencia.

Desde la producción del espacio turístico Figuroa Sterquel (2010) realiza un análisis sistemático de los actores que configuran el espacio turístico, donde se atribuye funciones en un mismo territorio, bajo el principio de multifuncionalidad, en el contexto de una sociedad capitalista, donde la actuación de los agentes sociales en la ocupación del suelo establece sus intereses particulares.

Tabla 3. *Actores que participan en la producción del espacio turístico*

Agentes	Funciones en el espacio	Funciones en el territorio	Valor del territorio
Propietarios del suelo	Producción	Capitalización	Cambio
Promotores urbanos (Productores de espacio)	Producción	Medio de producción	Cambio y producción
Empresarios turísticos (Agentes de sector)	Producción	Soporte de la actividad	Uso/ Producción
Consumidores directos	Atribución de valor	Objeto de consumo	Uso
Intermediarios de consumo	Atribución de valor	Recurso productivo	Uso/ Producción
Estado/Administración	Atribución de valor	Marco de producción	Uso, cambio y producción

Nota. Adaptado de Lopez Palomeque (1984), Sanchez (1995)

Los destinos turísticos se ven plasmados por las actuaciones espaciales extensivas o intensivas, tiene relación con el suelo y el espacio como valor de uso, es por ello que la utilización extensiva del suelo está ligada a la producción del espacio que le da un valor en ocio particular o privatizado, esta utilización concentra y atrae al turismo.

Comportamiento del consumo

Para estudiar el comportamiento del consumidor se puede analizar a través de modelos tradicionales, como el análisis de las acciones de los habitantes al comprar o usar los servicios, como procesos mentales y sociales que pretenden explicar o predecir la compra del consumidor, uno de los modelos es de Engel, Kollat y Blackwell (1968) reconocido como EKB model (Serra, 2002), este modelo comprende cuatro etapas como se muestra en la figura.

Figura 2. Modelo de EKB del comportamiento del consumidor.



Nota. Adaptado de Engel, Kollat y Blackwell (1968).

El turismo es un fenómeno social, a través de un movimiento de dinámicas que buscan resolver necesidades que incluyan confort, bienestar, calidad entre otros, lo que lo hace relevante y se considera motor de crecimiento y desarrollo de cada mercado, por lo tanto transforma la economía local convirtiéndola en la mayor aportante del producto bruto interno, pero que se debe mencionar que el turismo en la etapa de pandemia por el Covid 19, se produjo un panorama desastroso para el sector turismo, y que en transcurso de la pandemia se dieron restricción y disposiciones para el uso del espacio, por lo tanto se tuvo que asumir una nueva realidad para el consumo y que trae consigo que en el futuro tengamos que asumir nuevas realidades con contingencias, ello en reactivación del sector turístico.

Según Boullon (1985), a través de los años ha variado la consecuencia de las condiciones económicas y sociales del turismo no solo la tecnología sino que también los avances de la humanidad que ha generado mejoras en aspectos de relaciones, servicios y calidad de vida, generando por ejemplo en el 2020 ante la pandemia COVID – 19, el empobrecimiento de la demanda del turismo generando una disminución en los efectos de la pandemia y la disminución del consumo llevó a frenar el círculo de consumo que poco a poco se ha venido estabilizando el consumo a través del gasto público.

Se concluye que la actividad turística es parte del modelo del neoliberalismo, que produce transformaciones por las oportunidades que la sociedad plantea a través del consumo, desde el proceso de ocupación territorial que impone alineación a través del consumo, por ello es fundamental que el turismo redefina los espacios del pasado para adecuar la combinación entre los imaginarios deseados y el producto generado.

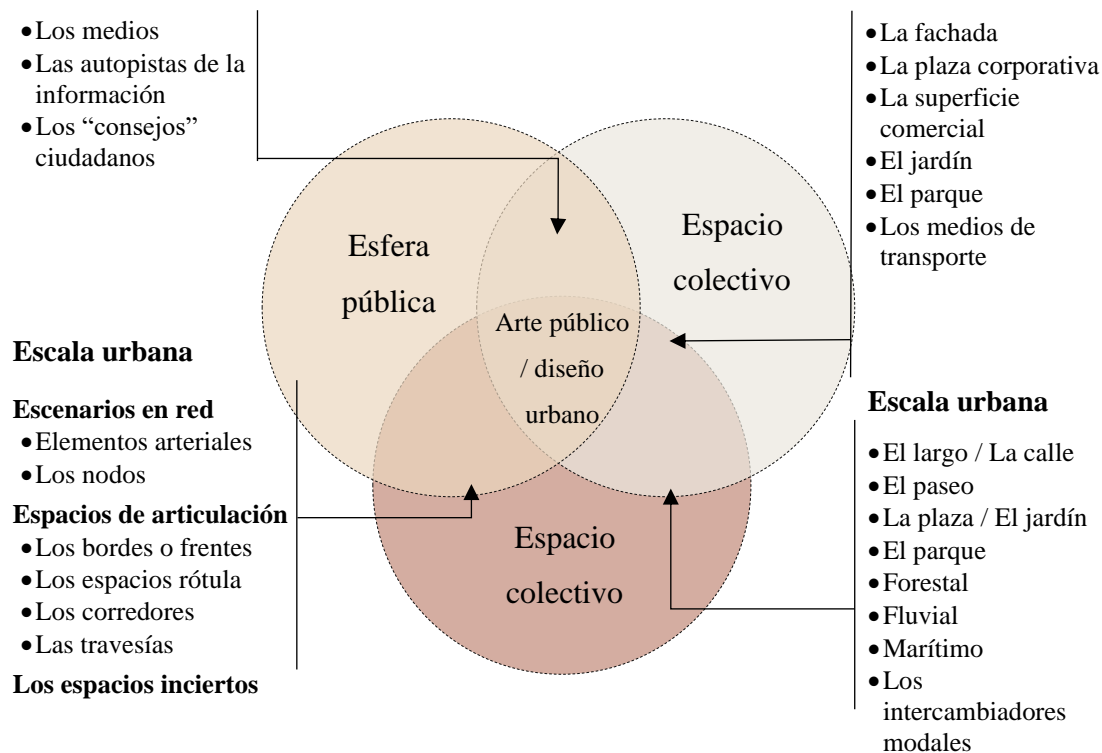
2.3.2 VARIABLE DEPENDIENTE IMAGEN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO

Para conocer la ciudad debemos entender que el espacio es social y simbólico, según Lefebvre (1974) nos menciona que, desde lo percibido, lo vivido y lo apropiado cada actor tiene un papel en la forma, estructura y actividades. En el presente capítulo se referencian aproximaciones teóricas que resultan del desarrollo de la investigación, con la revisión documental de autores que determinan la pertinencia, desde el estudio de teorías fundamentales como las prácticas turísticas de consumo, el uso del espacio público y la imagen urbana, estos tres temas explorados desde los elementos fundamentales del espacio urbano, además que se contrasta las percepciones actuales y dinámicas urbanas frente a la configuración urbano arquitectónica del espacio público.

2.3.2.1 La nueva concepción del espacio público

El concepto de Henri Lefebvre, de que toda persona puede participar en la creación de las ciudades, y que con ello las ciudades son accesibles para todos como un derecho de disfrutar de la vida urbana y que puede ser adaptado a las necesidades de cada ciudadano (Benitez, 2019). Si contemplamos lo que nos establece la nueva concepción contemporánea de espacio público, desde el punto de vista urbanístico que se vincula con la política, nos define que el espacio público compuesto por propiedades de carácter público, que desde la esfera pública, nos remontamos a la historia del ágora en la Atenas clásica, como un elemento urbano que funcionaba como plaza pública donde se llevaba a cabo la discusión política de los ciudadanos, y la relación de identidad entre espacio urbano y esfera política (Harvey, 2006), hoy en día en las ciudades con enfoque neoliberal se establece un principio ideológico sobre la existencia de un espacio abierto a todos.

Figura 3. Dimensiones del arte público en el diseño urbano.

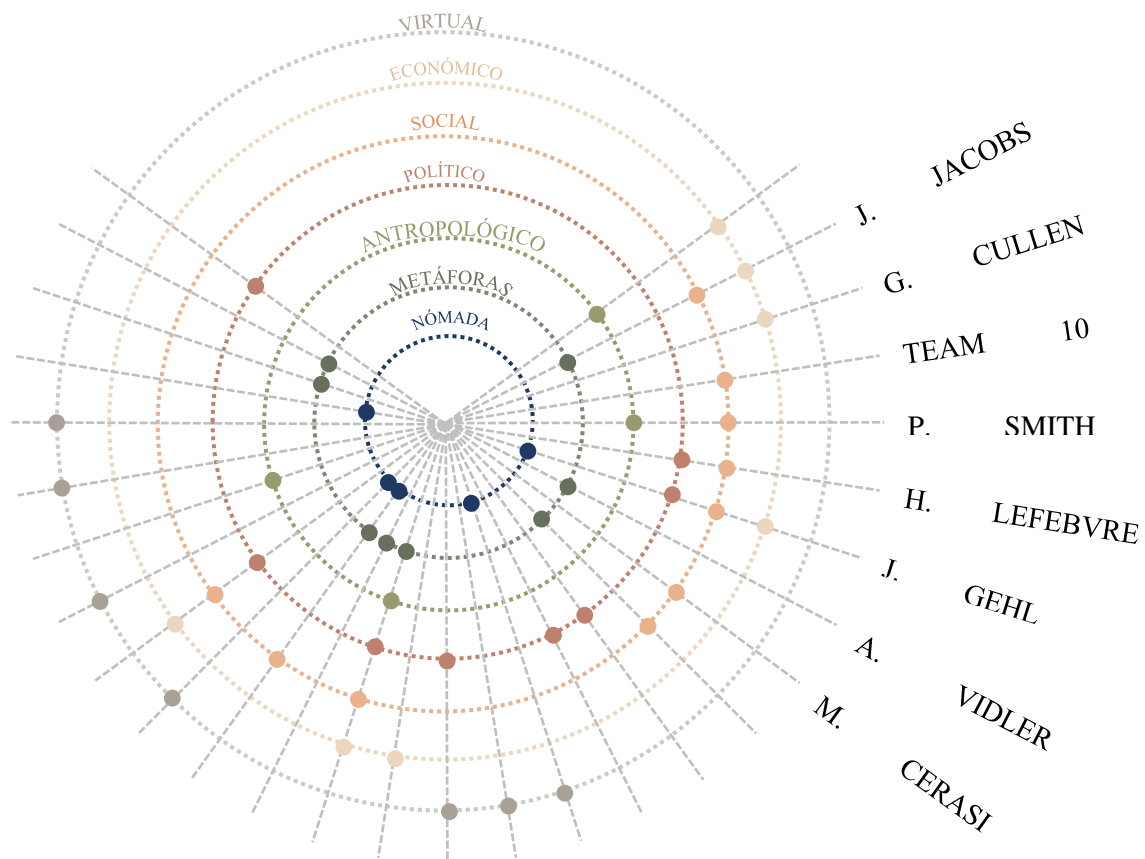


Nota. Adaptado de (Ricart & Remesar, 2009).

Asimismo, el principio definitorio del espacio público concebido en la esfera pública que, desde la sociológica según su uso y condiciones de acceso, les da a los espacios la titularidad de pública. (Borja & Muxí, 2003), entendiendo que históricamente los enfoques social y humano se clasifica con diferentes interpretaciones conceptuales (Carmona & Calvo, 2013):

- *El espacio público como espacio nómada*
- *El espacio público como espacio social*
- *El espacio público como espacio económico*
- *El espacio público como espacio político*
- *El espacio público como espacio antropológico*
- *El espacio público como espacio de metáforas*
- *El espacio público como espacio virtual*

Figura 4. Esquema de autores y vertientes teóricas del espacio público.



Nota. Adaptado de (Carmona & Calvo, 2013)

El espacio público de la esfera pública

Desde la dimensión territorial del espacio público se concibe el concepto de esfera pública, para analizar a profundidad el marco de la modernidad con una teoría que evoluciona y que ha ido profundizando y otorgando sentido pleno de la sociedad civil profundiza y otorga el sentido pleno que esté ligado a lo económico y de representación de una ciudad.

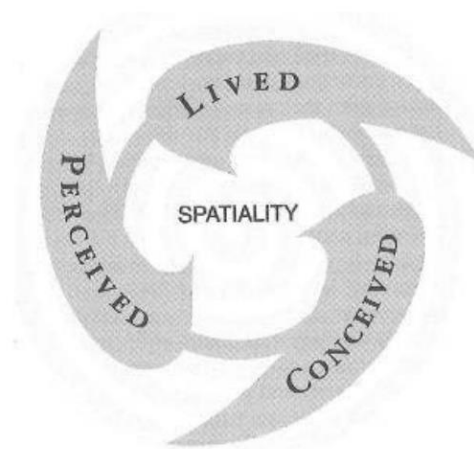
El espacio colectivo tiene un dominio privado que algunos ciudadanos buscan en la dinámica de políticas urbanas que se privilegian entre sí, por lo cual no todo es territorial ya que lo público tiene relación con las condiciones de

propiedad y uso (Ricart & Remesar, 2009); razón por la cual se debe distinguir que los espacios públicos según propiedad o por uso se diferencian de aquellos de propiedad privada en los espacios colectivos.

Desde el conflicto de la diversidad de la construcción del espacio público de puntos de vista e intereses, se ve influido por la morfología urbana, donde se articulan un conjunto de elementos como planos que dan forma y que aportan al significado (Lefebvre, 1974), a partir de esta premisa las tres dimensiones: la simbólica, la paradigmática, y finalmente la sintagmática. La trilogía de Lefebvre y Soja que denominan “trialectics of spaciality” en los vínculos entre la noción de espacialidad vivida, concebida y percibida, las cuales describo a continuación:

- *La Espacialidad Percibida, tiene que ver con el espacio construido y con la "Práctica Espacial" o los usos cotidianos del espacio.*
- *La Espacialidad Concebida es explicada por él como "representaciones del espacio", es decir, es una construcción mental del espacio.*
- *La Espacialidad Vivida, tiene que ver con la forma en que se usa el espacio, y con el tipo de espacio usado en la vida cotidiana. Estos espacios se llaman "espacios como representación".*

Figura 5. *Trialectica del espacio*



Nota. Adaptado de The Trialectics of Spaciality. Esquema de Edward W. Soja.

Entender el sistema de esquemas triádicos desde las propuestas de Lefebvre y Soja, son un modelo de referencia que estudia la organización multidimensional del territorio y por lo tanto configura seis dimensiones para observar, analizar y evaluar el espacio público ², estos aspectos son vinculantes entre el espacio público sociedad, los cuales se presentan en la siguiente tabla 1.

Tabla 4. *Dimensiones de observación, análisis y evaluación del espacio público.*

Dimensiones	Definiciones
<i>Dimensión morfológica</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definida por la configuración urbana de la arquitectura. - Definida por los usos del suelo, las volumetrías reglamentadas y la permeabilidad de las tramas urbanas. - Definida por la red de espacio público. - Definida por la red vial.
<i>Dimensión perceptual</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definida por la actividad humana que organiza, estructura, evalúa los estímulos que provienen del entorno construido. - Definida por el significado y el simbolismo otorgado al entorno construido. - Definida por el sentido de lugar (fruto de la estructura formal, el significado social y la actividad que se desarrolla).
<i>Dimensión social</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definida por las relaciones entre espacio y sociedad. - Definida por las relaciones entre dominio público y esfera pública. - Definida por la noción de barrio. - Definida por la noción de seguridad. - Definida por la noción de accesibilidad.
<i>Dimensión visual</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definida por las relaciones entre espacio y sociedad. - Definida por las relaciones entre dominio público y esfera pública. - Definida por la noción de barrio. - Definida por la noción de seguridad. - Definida por la noción de accesibilidad.

² Parámetros para el análisis del espacio público como: Brandão, P; Carrelo, M; Águas, S. (2002) / Remesar, A. (2004)

<i>Dimensión funcional</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definida por los usos del espacio público. - Definida por aspectos de densidad y multifuncionalidad. - Definida por el diseño del entorno. - Definida por el funcionamiento de toda la red urbana.
<i>Dimensión temporal</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definida por los ciclos temporales y por los tiempos de las actividades. - Definida por los criterios de continuidad, sostenibilidad y estabilidad. - Definida por la dicotomía entre los elementos que se mantienen y los elementos que se transforman o se degradan. - Definida por los diferentes tiempos entre políticas y proyectos de diseño urbano.

Nota. Adaptado de N. Ricart (2009).

Para caracterizar el espacio público se debe considerar el uso social colectivo y la multifuncionalidad teniendo en cuenta la accesibilidad por el factor de centralidad para evaluar la intensidad de las relaciones sociales desde la calidad que facilita la mezcla de grupos o comportamientos que estimulen lo simbólico, lo expresivo y lo cultural (Borja & Muxí, 2003), razón por la cual el espacio público a través de las cualidades de la continuidad del diseño desde las formas, materiales y adaptación de los usos diversos en el tiempo.

Manuel Castells (1977) en la evaluación del espacio público hay una organización de flujos de la sociedad y lo define como:

“altera de manera esencial el significado y la dinámica de las localidades. La experiencia, en relacionarse con los lugares, abstrae del poder y el significado se separa cada vez más del conocimiento. Si no se construyen deliberadamente puentes culturales, políticos y físicos entre estas dos formas de espacio, quizás nos dirigiremos hacia una vida de universos paralelos, con tiempos que no pueden coincidir porque se encuentran situados a diferentes niveles de un hiperespacio social” (Ricart & Remesar, 2009).

El espacio público y sus dimensiones

El espacio público desde la dimensión física como visible corresponde a procesos que dan forma y función a una significación social (Soriano, 2015), razón por la cual espacio físico se estructura de procesos sociales que se llevan a cabo en tiempos históricos o ideológicos que se plantea como “constructo social” (Silva, Garcés, López, & Cueva, 2017), en tal sentido comprender como lo social permite que los procesos claves tengan efectos en los aspectos físicos. Borja (2003), plantea que la sociedad urbana en un sistema de valores, normas y lo social puedan ser parte de una especificidad histórica y una organización de transformación.

Para Lefebvre (1974), el espacio público es la producción social que se basa en las interacciones y que desde lo contemporáneo tiene una expresión más física, que tiene un carácter múltiple en la socialización que lo define como “lugares”:

- Lugar de la identidad: los individuos se reconocen en él y se definen en virtud de él.
- Lugar de relación: los individuos, siempre los mismos entienden la relación que los une.
- Lugar de historia: los ocupantes del lugar se encuentran en antiguos edificios.

Carrión (2009), aporta teóricamente que el espacio público se organiza a partir de conceptos dominantes vertidos en el urbanismo moderno, por lo tanto, hacer referencia de que sus componentes son exclusivos de la gestión de la propiedad, desde las teorías del urbanismo se plantea que existe una especulación inmobiliaria desde el sentido funcional la estructura urbana vincula los usos de suelo por medio de la vialidad a otros usos como el comercio, ferias o centros donde las centralidades se convierten en hitos simbólicos como los monumentos. Otra concepción del espacio público proviene de la apropiación que hace el espacio vacío

y el construido, lo individual y lo colectivo, en tal sentido los espacios públicos como construyen una instancia colectiva.

Caracterización de una intervención urbana moderna

Los espacios públicos comienzan a asentarse desde las comunidades sedentarias, desde el neolítico que comienza el ser humano a relacionarse y comienza a gestarse lo que hoy llamamos espacio público y que ha ido adquiriendo complejidades que reconocemos en los caminos que luego se convirtieron en calles, concebidas para delimitar y organizar la propiedad privada y dividirla de lo público (Lezama, 2014). La aparición del comercio es un hecho trascendental en el uso de los espacios públicos, ya que las ciudades comienzan a diversificar sus espacios y a las nuevas demandas que desarrolla una ciudad (Omar, 2013) las transformaciones en la trama urbana crean los espacios libres como en la historia lo representan el ágora y el teatro, que fueron grandes espacios e infraestructura que demuestra como la sociedad tuvo la intención de crear escenarios de expresión.

En Europa Occidental, los espacios públicos en plazas centrales de las ciudades fortificadas se priorizaban alrededor de edificios religiosos (Gonzalez & Mireles, 2010), por ello son parte de una expresión ciudadana con la presencia del comercio y otras actividades que diversificaban los usos que se llevan a cabo en la plaza. A fines del siglo XIX, en la Revolución Industrial los espacios verdes fueron concebidos para la promoción de la salud por las condiciones insalubres que generaron las actividades industriales y el crecimiento acelerado de las ciudades con los barrios obreros de alta densidad (Gonzalez & Mireles, 2010), a mediados del siglo XX, los espacios públicos resaltaron lo social y estético de las áreas verdes dentro de la trama urbana. Autores contemporáneos mencionan que el espacio público en ciudades tradicionales y modernas se han transformado, por los intereses de un contexto socioeconómico donde lo individual prima sobre lo colectivo.

Figura 6. Línea de tiempo de la evolución del espacio público.



Nota. Elaboración propia.

La caracterización del urbanismo moderno se debe concebir desde ocho complejas interdependencias en la intervención urbana, según Aguilar (2016):

- Edificación abierta; como la disposición de la independencia del viario, denominada calle corredora, donde las manzanas se proyectan de la edificación y la calle.
- Espacios verdes; cumplen la función de introducir las áreas verdes entre los edificios.
- Salubridad; las edificaciones deben tener el suficiente espacio para luz, asoleamiento y ventilación y disponer de una orientación adecuada.

- Racionalidad funcional; equilibrio y distribución racional de los servicios y equipamientos.
- Separación de tráfico; diferenciar lo vehicular de la circulación peatonal según la jerarquía.
- Geometría, orden y composición; composición urbana de la geometría como pauta de orden en los trazados de la ciudad
- Tipologías mixtas; el equilibrio de las densidades, en función a las alturas de la edificación.
- Coherencia histórica; como un testimonio vivo y respeto por la ciudad existente.

Espacialidad y comportamiento

La relación entre el espacio público y espacio social, es el significado de los caracteres espaciales clásicos como el grado de accesibilidad y la diferencia entre el carácter privado y el público que cumplen la función de distanciamiento social (Fester, Kraft, & Metzner, 1983) y se definen como:

Espacios institucionales-mono funcionales, donde hay reglas especiales de comportamiento y donde se superponen los espacios de carácter público y privado.

Espacios difusos, son aquellos donde las reglas de conducta no están claras.

Los espacios anónimos, que son espacios no controlados socialmente, son espacios privados no ocupados.

El comportamiento en el espacio descifra el carácter del lugar, de lo contrario a los conflictos por usos o comportamientos inapropiados generan conflictos sociales que se producen espontáneamente (Heno & Córdoba, 2007). Las actividades en el espacio público se pueden categorizar según Jan Gehl en necesarias, opcionales y sociales. Desde el espacio social se debe distinguir cuatro dimensiones (Tyszler,

2006) el sustrato físico material, las estructuras sociales de interacción, el sistema reglamentario y el sistema espacial de símbolos.

2.3.2.2 Prácticas en el espacio público

Ciudad y espacio público

Según Bazant (2008) el termino ciudad en su construcción, lo material, como entidad geográfica que alberga a una comunidad y sus actividades, por ello la ciudad es donde habitamos “un lugar con mucha gente”. Por lo cual se define como:

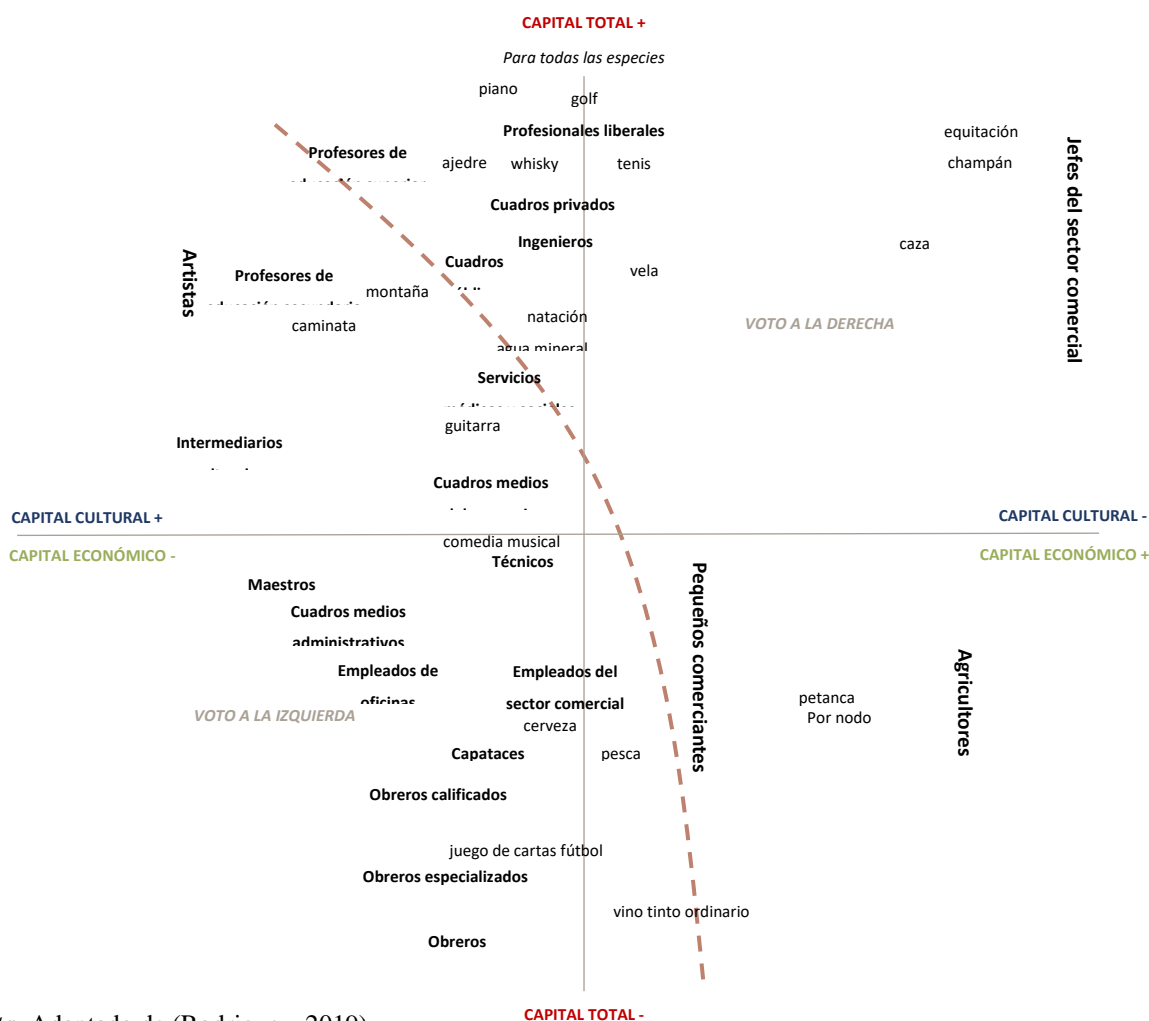
... un tejido de componentes heterogéneos como lo son la sociedad, la arquitectura, la relación de los usuarios con los objetos (mobiliario urbano) inseparablemente asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple; es el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones que constituyen nuestro mundo fenoménico; de ahí que se presenta con los rasgos inquietantes de lo enredado, el desorden, la ambigüedad, la incertidumbre, de allí la necesidad de poner orden a los fenómenos rechazando el desorden, de descartar lo incierto, de clarificar, distinguir, jerarquizar, para inducir, influir en las relaciones sociales y la formación de un sentido de pertenencia.

Según Borja (2009) en las ciudades modernas actuales es posible observar el detrimento por la desaparición de espacios tradicionales por la globalización que ha conllevado a una privatización, que a partir de nuevas formas imponen centros comerciales como espacios públicos polarizando la sociedad.

Pierre Bourdieu fundamenta la teoría de la dualidad de la estructura social que las personas que tienen mayor poder adquisitivo pueden tener más y esto ocurre entre la acción social y el subjetivismo, ya que toda estructura tiene reglas que orientan las conductas y comportamiento que determinan las prácticas sociales

(Jiménez, 2014). Desde la estructuración de los principios generadores de prácticas distintas y distintivas, la sistematización del consumo o de las actividades correspondientes,

Figura 7. Esquema de Habitus del espacio y prácticas sociales según Pierre Bourdieu.



Nota. Adaptado de (Rodríguez, 2019).

Según Giglia (2012) el habitus se define como las personas comparten un entorno social con estilos parecidos de vida, la práctica de una actividad cotidiana, esto se traduce en la forma de cada persona al caminar, hablar, sentar y como el entorno se encarga de reafirmar que se producen las diferencias entre lo bueno y lo malo (Bourdieu, 2002).

Bourdieu (2002), define campo por la existencia de un capital común que lucha por su apropiación, como el lugar establece un conflicto entre los actores desde diferentes posiciones, desde la esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente entorno al tipo de relaciones sociales, intereses y recursos (Gimenez, 2021), por lo tanto, existe una relación entre el habitus y el campo, no pueden separarse uno no funciona sin el otro y se hace referencia a lo material, lo simbólico, lo cultural y lo social que se exploran a través de las prácticas sociales.

Apropiación del espacio público

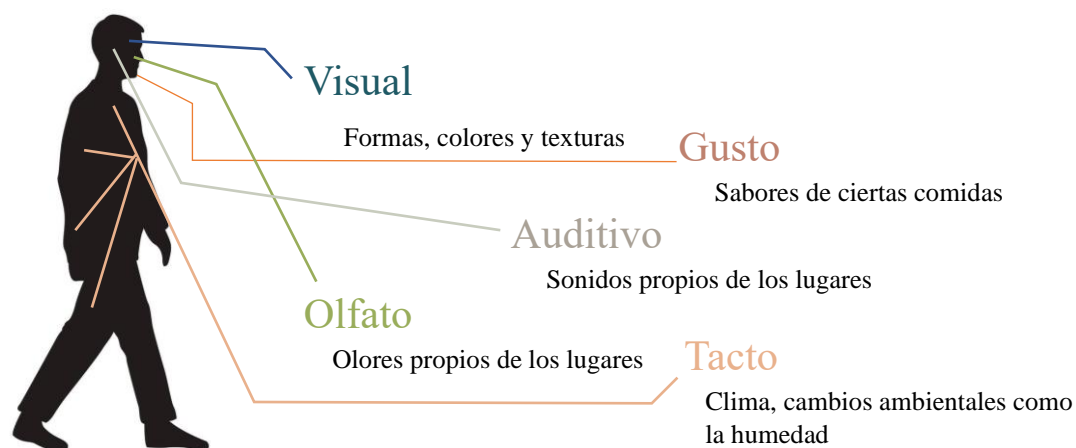
La apropiación es la forma en como las personas de la ciudad mediante las manifestaciones interactúan por medio de procesos afectivos, cognitivos e interactivos y generan un vínculo simbólico del lugar, como lo menciona Giménez (2004):

La apropiación del espacio se puede manifestar en dos vertientes: “utilitaria funcional” y “simbólico-cultural”. A partir de la apropiación de un espacio público se logra fortalecer el vínculo con la ciudad y se establecen nuevas posibilidades de expresiones urbanas ya sean individuales o colectivas, así se afianzan las dinámicas sociales para recuperar el sentido de la ciudad, es así como se puede mencionar que el sujeto y el espacio público están vinculados directamente y que los espacios públicos, su formulación y posterior realización deben ser girar en torno a los ciudadanos, en la consecución de espacios públicos es fundamental que sean los ciudadanos quienes acojan, resistan o se apropien del espacio físico o de la cualidad simbólica que pueda transmitir el lugar, estos espacios deben ser abiertos, dispuestos a sujetos de cualquier etnia, raza, color o condición social, los ciudadanos son, en ciertas ocasiones, los encargados de asignar a los espacios el uso y las dinámicas sociales así este, no haya sido planificado para estas actividades.

Bazant (2008), nos menciona que el comportamiento de los habitantes depende del mapa cognitivo de cada individuo sobre el espacio que habita o visita, esta cotidianeidad de actividades, crea una relación con los lugares que interactúan y de esta forma resulta la percepción como la representación propia desarrollada de las sensaciones y la memoria del lugar que construimos por los atributos de las ciudades. A través del mapeo mental, como mecanismo que permite desarrollar la relación de los lugares de la ciudad con lo que habita y como se apropia en un tejido que no abraza solo material, sino que también lo sociocultural urbano y lo define como:

la acción sobre el entorno que las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su huella, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente, mediante la acción, la persona incorpora el entorno en sus procesos cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada”

Figura 8. Representación del modelo sensorial de Bazant



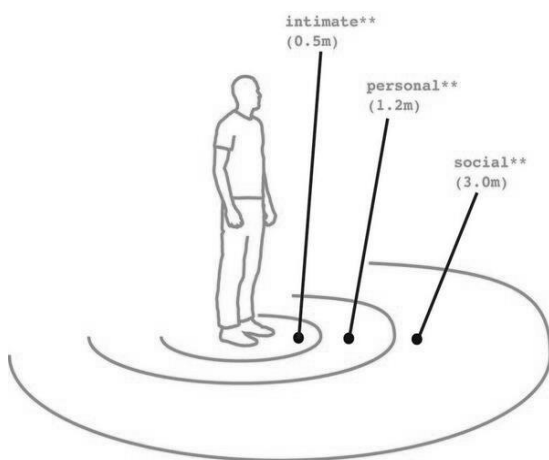
Nota. Adaptado de (Bazant, 2008).

El espacio público demuestra que el arraigo según la percepción de la ciudad está relacionado con la pertenencia e identidad de los ciudadanos, que es fundamental para la vida y que debe brindar condiciones óptimas de habitabilidad

para la calidad de vida de los ciudadanos. El apego a lugar, desde lo simbólico son conceptos que aportan a los procesos de interacción de las personas con los entornos. El fenómeno de la apropiación del espacio permite concebir conceptos según que lo definen:

Las personas y los espacios establecen un vínculo y este se fortalece a través de la apropiación del espacio, el apego al lugar, la identidad que logra la persona con el lugar, la acción de transformación, la identificación simbólica, la territorialidad y el espacio personal respectivamente, esta identificación está relacionada con los procesos afectivos e interactivos, a través de la acción o interacción por medio del reconocimiento del entorno al cual le asignan cualidades, de esta forma las personas hacen suyo determinado espacio le asignan significados y características según las necesidades y deseos, así como existen espacios que son vinculantes con las personas que son adoptados y apreciados, también están los lugares sumidos en el descuido y abandono ya que no son propios de los sentimientos y sentido de las personas estos espacios terminan siendo espacios perdidos. (Vidal & Pol, 2005).

Figura 9. El espacio personal en el diseño del espacio público



Distancia íntima: es la zona que va desde el tacto físico hasta los 42 cms.

Es el área reservada para las prácticas amorosas, confidenciales y deportes de contacto.

Distancia personal: es la zona que va desde los 42 cms hasta los 1.20 mt

Es la distancia adecuada para la interacción entre amigos y conocidos.

Distancia social: es la zona que va desde los 1.20 mt hasta los 3.60 mt.

Usado para contactos de negocios o asuntos más distantes

Distancia pública: es la zona que va desde los 3.60 mt hasta los 7.20 mt

Se da para contactos muy superficiales tales como los que se dan entre un orador y el público

Nota. Adaptado de (Bazant, 2008).

2.3.2.3 Imagen urbana de las ciudades

La forma urbana de las ciudades

Las ciudades modernas en la definición del espacio público han ido evolucionando por la sensibilidad del ser y a la calidad del del espacio antiguo (Rodríguez, 2019). El sentido simbólico de la forma urbana expone funciones de las actividades humanas tanto en lo público como en lo privado donde las edificaciones en áreas públicas adquieren su función característica de acuerdo a su tipología (Alarcón & Gonzalez, 2018).

Las plazas públicas son espacios que tiene importancia para las ciudades ya que en ellas se lleva a cabo actividades comerciales, de culto o de reposo y son punto de referencia en la ciudad, por el significado colectivo y que en la era moderna se empezó a perder la función y el sentido simbólico original por las nuevas necesidades (Gehl, 2006). La plaza dentro del contexto urbano, da origen a la traza fundacional, como elemento simbólico y el lugar donde se llevan a cabo diversas actividades actividades comerciales, administrativas, gubernamentales, recreativas, de culto y de participación popular., por ello genera de forma intencional y sistemática una simbología social y ordenamiento del espacio físico.

La calle, como elemento fundamental del espacio público que en la estructura tiene una manifestación morfológica de la ciudad y que expresa una intensa dinámica social de intereses individuales y colectivos, Gehl prioriza a las personas por encima del espacio y la forma, y reconoce el diseño planificado porque fomenta las actividades sociales y fortalece los principios de localización de usos cercanos, que los usos sean variados y produzcan seguridad, diseña para los peatones y ciclistas, elimina las barreras entre edificios y espacio público, aumenta la vida en el espacio para las personas (Gehl, 2014).

Urbanísticamente Krier, 1979, con el libro *Urban space* describe a la calle como un espacio público de movimiento y de juego, accesible para todos y que integra el movimiento peatonal con lo vehicular, y se centran en las formas geométricas en las cuales los procesos de transformación dan lugar a nuevas configuraciones regulares, irregulares, abiertas y cerradas.

La teoría de la Forma Urbana

Se ha clasificado la estructura espacial urbana como “espacios adaptados” y “flujos de personas y bienes”³. Por ello Lynch menciona que la estructura física tiene categorías analíticas de tipos, cantidad, densidad, que permiten caracterizar los patrones de forma, con lo cual de este modo el enfoque normativo nos da un patrón de forma urbana deseable, estas categorías propuestas tienen limitaciones traducidas en los planes de desarrollo urbano, ya que buscan eficiencia en el sistema urbano y las necesidades de los involucrados (Lynch & Rodwin, 2018).

La organización del espacio asigna actividades como resultado de procesos de transacciones en un mercado, donde interactúan vendedores y compradores, de esta forma se define el valor del suelo, conllevando a que las demandas de los individuos o empresas, tengan predilección por localizaciones y la oferta de lugares usados como destino. Este proceso se desenvuelve en el tiempo y mediante la teoría de la localización adopta una ciudad en su crecimiento⁴. La concepción económica de la estructura urbana, considera en los componentes como familias, locales, productivos de bienes y servicio, de acuerdo a la proposición de Lowry (1965), que analiza modelos descriptivos; de explicación y de planificación.⁵

³ Distinción de categorías de Webber, de los elementos componentes del sistema urbano en dos pares de variables, esquematizadas por Chapin: a) orientada hacia la conducta humana como patrones localizados de interacción, actividades entre lugares y patrones de interacción entre distintas localizaciones b) orientado hacia la estructura física en espacios adaptados para el uso de actividades y espacios canales para el desarrollo de movimientos.

⁴ La teoría de localización explica por qué una ciudad crece y no el cómo crece. Una típica teoría de crecimiento urbano es, entonces, la teoría de Base Económica (Tiebout, 1956).

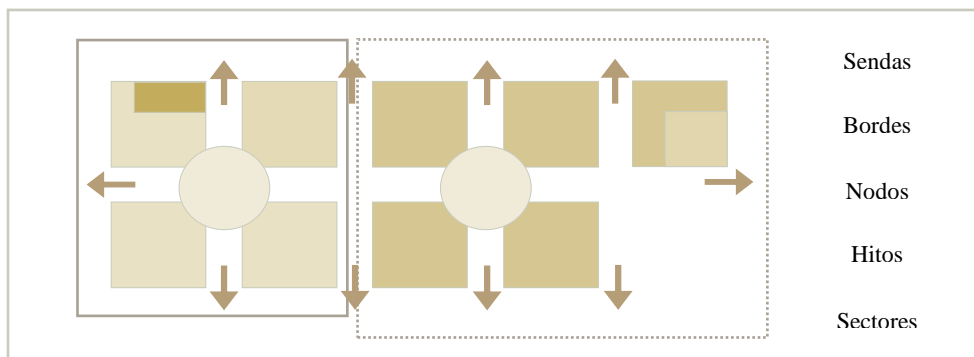
⁵ La ubicación de los distintos modelos en cada uno de estos grupos puede no coincidir con diferentes proposiciones clasificatorias.

Teoría de imagen urbana de Kevin Lynch

Considerar a la ciudad en el modelamiento como una dinámica urbana que reconoce los límites del territorio y que al intervenir se fundamenta en la composición y diseño de acuerdo al análisis de identidad y de la estructura de la imagen urbana, ya que con ello la forma como se reconoce y se distribuye tiene relación con la forma del espacio y sus componentes. Elementos que son considerados como físicos espaciales y naturales, tienen relación con el entorno y que se identifican y estructuran y son percibidos por cada habitante, y directamente se vinculan entre grupos sociales y culturales que se constituyen como un lugar identificable y sé que se relaciona con un sistema de relaciones tridimensionales entre objetos significativos. Lynch considera primordialmente tres componentes de la imagen urbana como la identidad, la estructura y el significado. A partir de ello existe una relación entre imagen urbana y la percepción del lugar que le da un sentido al sitio, como el grado de asentamiento y diferenciado según el tiempo como se ha estructurado y como el espacio por sus habitantes es percibido en que grado se valora por su entorno y las capacidades perceptivas, sensoriales y construcción cultural que produce y es percibido (Lynch, 2015).

Articular como el entorno y las actividades humanas que perciben el espacio, entienden el sentido del lugar generado de la relación de la forma espacial y la identificación del sector, la imagen que las personas tienen considerando los elementos tales como nodos, sendas, bordes y barrios, a partir de ello se obtiene la aproximación de la imagen urbana, que tiene una relación que los vincula, por ello esta estructura son elementos que componen un todo a través de un mapa cognitivo que interconecta para elaborar un diagrama mental que configura la geografía del espacio.

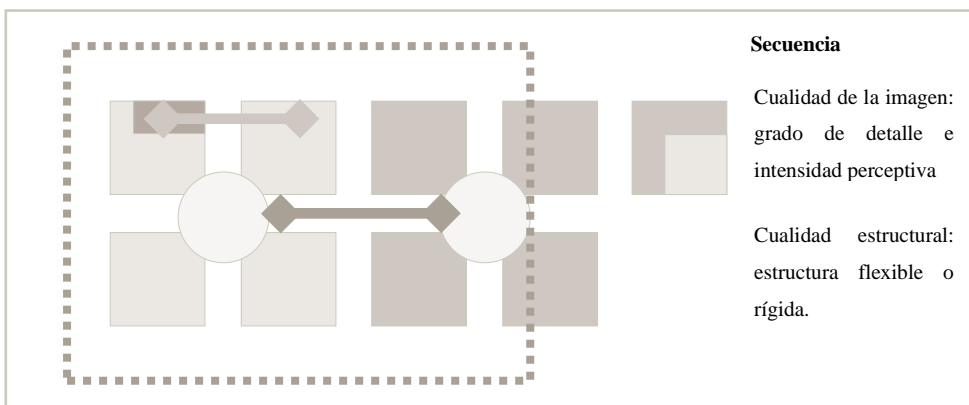
Figura 10. *Elementos de la imagen urbana.*



Nota. *Adaptado de Ciudad, imagen y percepción.*

Esta conexión, distancia y dirección tienen una relación como elementos con el observador, por ello hay un grado de integración y conexión entre los elementos que forman el espacio urbano, e influyen en el sentido de orientación del habitante; es decir, percibe como se acoplan las partes, sin importar la escala grande o pequeña, siendo así una conexión entre lugares de acuerdo a la jerarquía de los elementos del espacio.

Figura 11. *Estructura de la imagen urbana.*



Nota. *Adaptado de Ciudad, imagen y percepción.*

La identidad tiene a su vez que ser mencionada con la estructura de la imagen urbana, para representar la relación de conexión o integración de los elementos de la imagen, estos componentes, están basados en tres elementos como la congruencia, transparencia y legibilidad, estas son cualidades que interrelacionan

el entorno con los demás usos, siendo un contraste que abstrae las partes, conecta e intensifica un lugar y como estas abstracciones son semejantes de la función y los procesos naturales del lugar. Asimismo, la transparencia percibida en la relación entre actividades y procesos sociales, la legibilidad como grado de comunicación entre ellos, por rasgos físicos o simbólicos, siendo la propiedad, las funciones, y el nivel de vida los hacen a un espacio legible porque no solo se circula, sino que se recuerda la calle. Por ello se dice que un espacio urbano es percibido como significativo porque relaciona el tiempo y el espacio, con aspectos funcionales, sociales, políticos y económicos de parte de una idiosincrasia de la población (Bazant, 2008)

El confort en la imagen urbana es el grado de satisfacción visual que tiene una aceptación por su diversidad de sensaciones y como el medio ambiente ofrece placer y experiencia visual que ordena y organiza las imágenes entre sí que son distintas, pero logran unidad, en tal sentido existe confort y diversidad por la construcción de una imagen de criterios sensoriales; que da un significado al lugar, según los habitantes y las culturas, indirectamente se relaciona con viviendas, paisajes o el comportamiento y relaciones que estructuran la imagen urbana, por valores formales, espaciales o visuales y son considerados en las siguientes categorías (Ávila & Scheuren, 2005).

- Por secuencia: trazado urbano de influencia por pautas básicas.
- Por Calidad de la imagen: grado e intensidad perceptiva.
- Por Calidad estructural: los elementos en conjunto tienden a adoptar dirección, orientación y relación con la existencia de otros elementos de interés.

La estructura urbana es flexible, y vinculante teniendo en cuenta al número de población y como se integran al espacio público teniendo relaciones débiles o intensas. El elemento que se percibe ya sea rígido o en oposición tienen interrelaciones y que se perciben en conjunto al poseer grados de flexibilidad o

rigidez, por lo tanto, la estructura de la imagen urbana tiene valor estableciendo zonas de jerarquía, a partir de una centralidad o núcleo, en función a las sendas y nodos (Briceño & Gil, 2003).

Lynch y los usos turísticos

Según Boullón (1995) la lectura de una ciudad es la suma de imágenes que se llevan a cabo en el espacio público y que se perciben por el observador, que tiene en cuenta elementos formales que son retenido en la memoria que aporta a construir una imagen, lo cual evidencia la relación con el turismo y que permite orientar e identificar la ciudad.

Mientras que Le Corbusier (1960) plantea que para reconocer la ciudad se debe dar en tres dimensiones desde la observación, la psicología ambiental y el paisaje urbano, las cuales permiten percibirla y valorarla, ya que la ciudad posee variables que facilitan la percepción y grado de atracción a través del tamaño de la ciudad, mientras más habitantes sean hay mayor dificultad en la construcción de la imagen, el trazado y morfología es diferente en ciudades concéntricas y en las policéntricas por las condiciones diferentes para su referencia y percepción.

La imagen urbana en una ciudad desde las prácticas culturales expresa un esquema de comunicación entre comunidades que integran y proyectan un lenguaje público, ya que los habitantes desarrollan de forma distinta las condiciones del entorno en elementos naturales y contruidos, y en comunidad a escala urbana existen elementos socialmente compartidos en cómo donde se vive, consume o circula por ello Wurth (2014) define:

“Cada conjunto urbano representa una comunidad integrada por referentes socioculturales los cuales indican las formas de vida; por lo tanto, la imagen urbana es un conjunto de constructos simbólicos que se abstraen del ambiente urbano arquitectónico para expresarse de un lenguaje

subjetivo en el espacio público. Términos como imagen de la ciudad, imagen pública, imagen ambiental, paisaje urbano, entorno urbano, ambiente urbano, se refieren a la esencia de todo aquello que lo rodea al habitante desde cualquier punto de la ciudad, lo cual radica en la percepción espacial del individuo y del tipo de información visual que difiere según su origen, desarrollo o transformación, y desaparición; desde puntos de vista como el formal, histórico, sociocultural e ideológico, a la vez cada aspecto debe abordar parámetros como el estructural, estético, conductual y semiótico” (p. 311).

Por lo tanto, la imagen es la representación mental, percibida a través de los sentidos, factor fundamental para la interpretación de imágenes que construyen la identidad, siendo el aspecto psicológico como Boulding explica que la imagen urbana es guía conductual de un lenguaje simbólico, cuya imagen es un campo de comunicación interactivo entre el habitante y su ciudad. Los elementos relacionados a la imagen urbana son objetos físicos naturales y artificiales y que se incorporan a los espacios abiertos que resuelven los requerimientos sociales y culturales, dentro de las políticas urbanas entorno a símbolos de la imagen urbana, que encuentran la conexión con las identidades colectivas.

2.3.3 Perspectiva del Caso de Estudio: Ciudad de frontera de Tacna

Evolución histórica de la Ciudad de Tacna

Tacna, dispone una configuración longitudinal de noreste a suroeste, a través del eje de la Avenida Bolognesi, en el cual se reconoce a la Alameda Bolognesi espacio público que fue construido sobre el cauce del río Caplina y que actualmente está sobre él la alameda, en este gran espacio público destacan las palmeras, en cuanto a la diversidad de usos en las primeras doce cuadras se encuentran edificaciones comerciales y de servicios orientadas al comercio

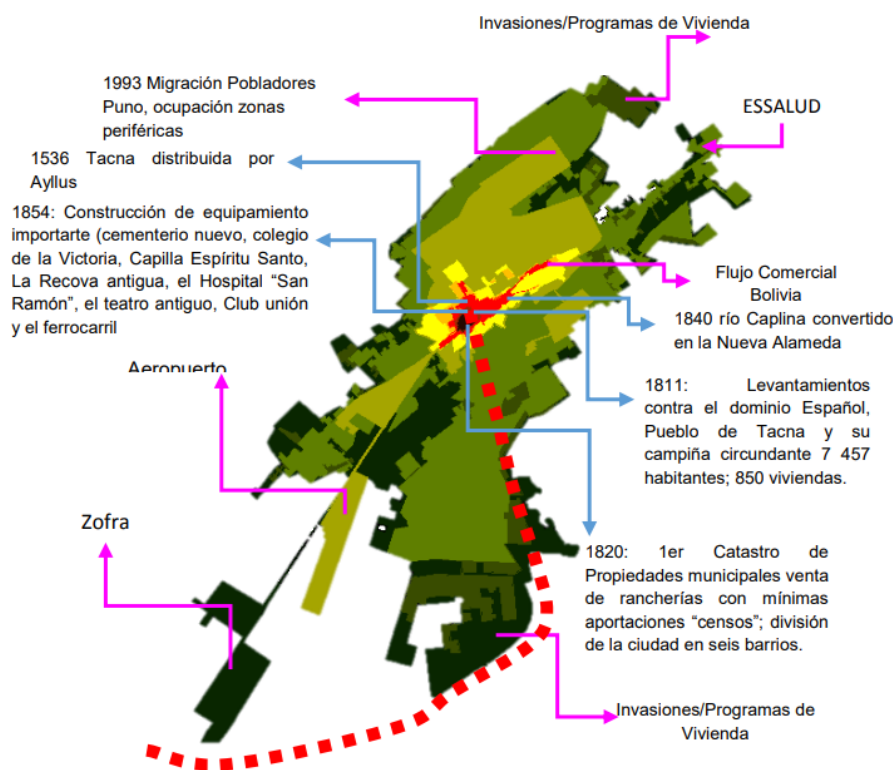
transfronterizo. Otro de los ejes de la ciudad que destacan es la avenida San Martín, calle principal de la zona histórica de la ciudad y parte de la zona monumental donde se encuentran los principales monumentos patrimoniales y cívicos como la catedral de Tacna, el paseo cívico, entre otros.

Por su emplazamiento de condición limítrofe la ciudad de Tacna ha tenido transformaciones a lo largo de los años, en 1948 en el gobierno de Bustamante promulgó la llamada Ley 10459, con obras de envergadura regional (Plan Director de Tacna , 2001-2010), pero éstas no llegaron a ejecutarse, pero posteriormente, con el presidente Odría se promulga la Ley 11837, y se da el auge económico con un plan de obras públicas por razones de seguridad nacional.

El año 1953 se edificaron equipamientos como las unidades escolares, los agrupamientos de viviendas, el hospital, el hotel de turistas, el estadio y se prolongaron nuevas avenidas. (Tapia, 2015), asimismo el inicio de las actividades de la empresa norteamericana *Southern Perú Copper Corporation*, conllevó a generar mayores fuentes de empleo que aportaron al desarrollo de Tacna (Plan Director de Tacna , 2001-2010), esta denominada modernización de la ciudad en 1991 a 1993 incrementó el fenómeno migratorio de pobladores provenientes de Puno, atraídos por la intensificación de la actividad comercial (Plan de Desarrollo Urbano Tacna, 2015-2025).

La ciudad de Tacna se ha convertido en un centro dinamizador de actividades administrativas, flujos económicos y servicios, debido a que el paso terrestre entre Perú y Chile, es el segundo cruce internacional más transitado de Sudamérica (Ladino, Liberona, & Contreras, 2017). Esto ha conllevado a que hoy día Tacna sea reconocida como una ciudad de frontera que ha intensificado sus actividades comerciales y de consumo por la migración de la población chilena asumiendo un rol de ciudad fronteriza.

Figura 12. *Evolución de la transformación de la ciudad de frontera de Tacna.*



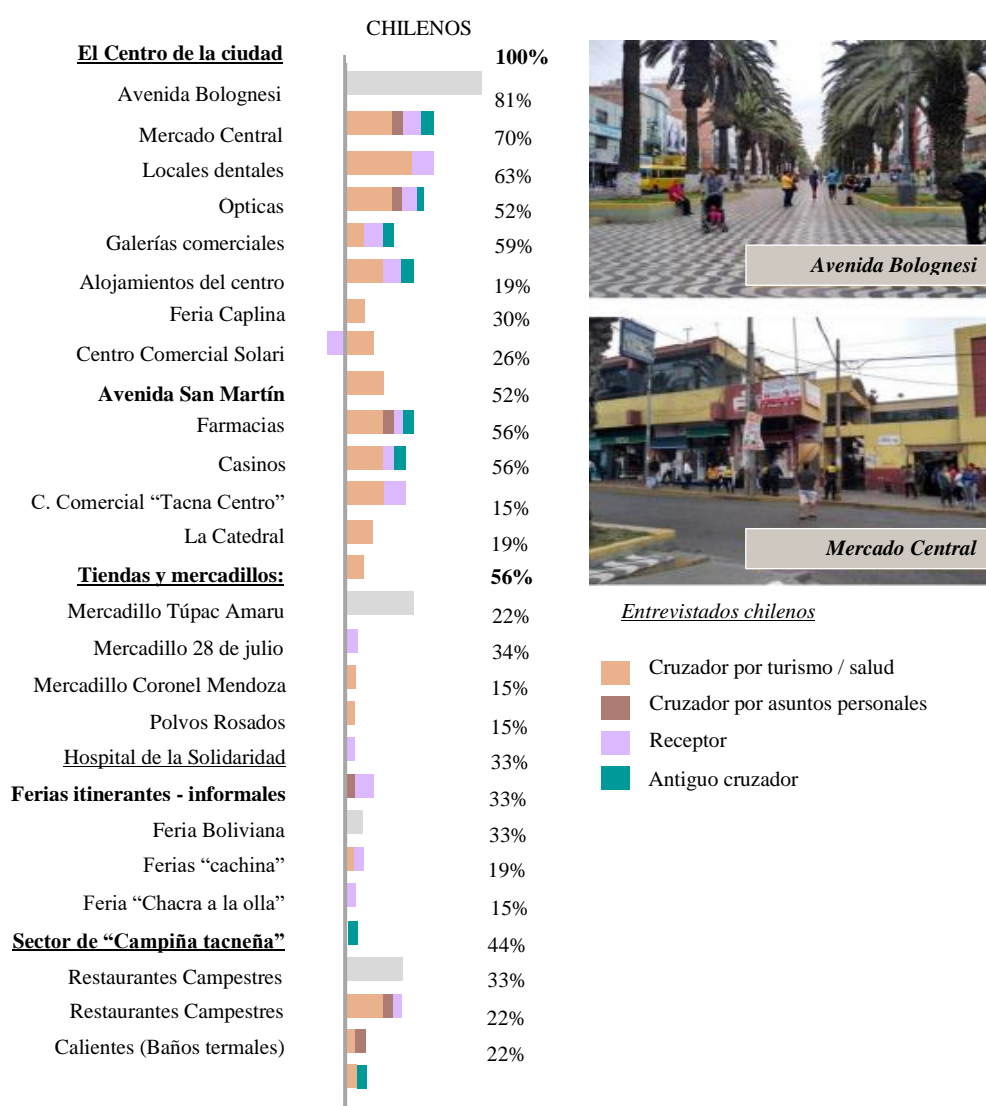
Nota. Extraído de Cavagnaro (2000) y PDU 2015.

Prácticas turísticas de consumo en el espacio público de Tacna

Las motivaciones de la población chilena a visitar la ciudad de Tacna, es por las actividades de turismo en comercio y atención médica, y que los instrumentos de planificación han coincidido en reconocer que se muestra una dependencia de ariqueños por los servicios que ofrece Tacna (Chavez, 2022). Revisado el informe económico y social de la Tacna, el turismo es una actividad que demanda bienes y servicios y que a su vez contribuyen a nuevas divisas para la ciudad, por ello el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, indica que Tacna cuenta con atractivos turísticos y con los cuales busca captar turistas de Chile, el mismo que ha aumentado consistentemente con una tasa promedio anual de 8%. En el 2019 la Cámara Regional de Turismo de Tacna, menciona que, en temporada alta de cada diez visitantes, ocho se quedan en Tacna y dos visitan otros lugares del país,

lo que consolida a Tacna como destino turístico por su naturaleza de ciudad de frontera. Debido a que la ciudad de Tacna tiene la ventaja de contar con una zona franca, la cual beneficia al comercio del sector por la gran cantidad de productos importados a bajo precio, siendo factores que llevaron a que la ciudad sea lugar de tránsito de muchos turistas, producto de ello es el incremento de centros comerciales (Contreras, Tapia, & Liberona, 2017).

Figura 13. Lugares donde concurre la población chilena

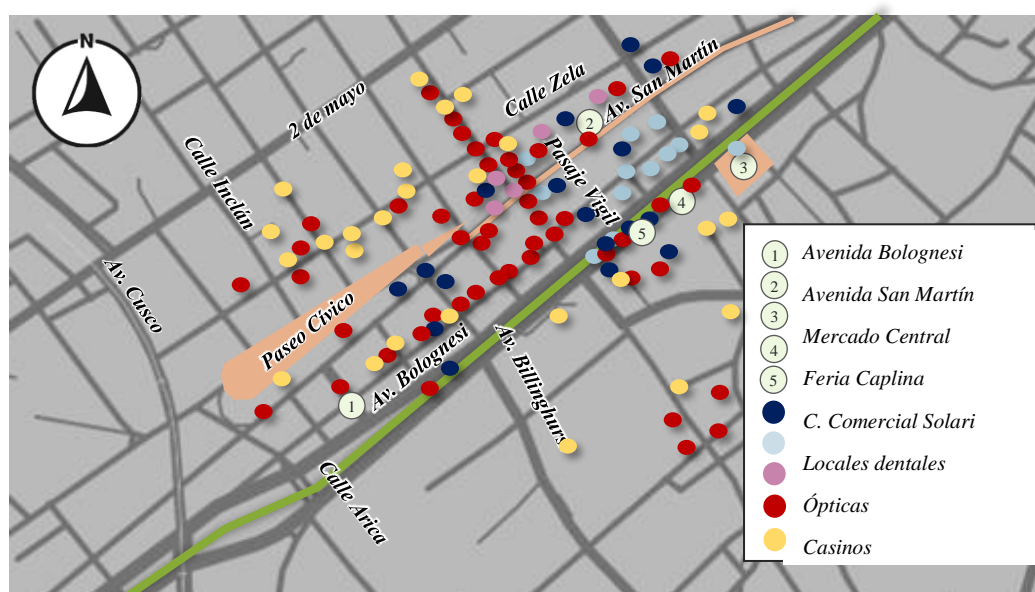


Nota. Extraído de Chávez Vargas, M. C. (2020).

Los lugares donde más concurre la población chilena a partir de las motivaciones, es específicamente al turismo comercial, recreacional y de atención médica (Dilla & Alvaréz, 2018), este flujo de consumidores constituye se tipifica como prácticas socioespaciales reproductivas (Contreras, Tapia, & Liberona, 2017), por lo tanto esta movilidad ha traído consigo transformaciones como el aumento de locales comerciales, de servicios médicos, hoteles entre otros lo que suma la “*superespecialización comercial*” referente a la oferta tacneña dirigida a sus principales compradores (Valdebenito, 2017)

La localización de los lugares más concurridos son el centro de la ciudad, siendo la Avenida Bolognesi, en la cual hay la mayor confluencia de personas y movimiento comercial que congrega al Mercado Central, las galerías comerciales como la Feria Caplina, Solari Plaza, y la variedad de ópticas, locales dentales y hospedajes en los alrededores. Asimismo, la conexión paralela a través del pasaje peatonal Vigil, con la Avenida San Martín, donde se ubican los casinos, farmacias, restaurantes y bares y que culmina con el Paseo Cívico, cuyos elementos característicos son el Arco Parabólico y la Catedral.

Figura 14. Localización de lugares de estancia de población chilena en Tacna.



Nota. Extraído de Chávez Vargas, M. C. (2020).

Por lo tanto, en la ciudad de Tacna hay una centralidad según la síntesis del diagnóstico del Plan de Desarrollo Urbano 2015-2025, por ser la zona con mayor densidad comercial de la ciudad, adquiriendo la denominación según el PDU:

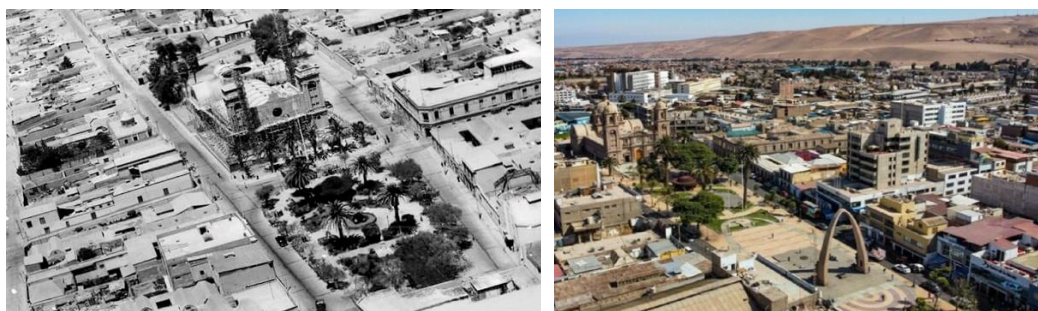
“Centro Urbano Multifuncional” por este instrumento, sin embargo, las prácticas espaciales de la población chilena en Tacna no solamente abarcan el centro de la ciudad, se han extendido por otros sectores de la ciudad, como la visita a mercadillos y diversos centros comerciales por las avenidas Pinto y Coronel Mendoza, como la Feria Lima, la Feria 28 de julio, las Galerías Coronel Mendoza, el Mercadillo Bolognesi, Túpac Amaru y Polvos Rosados” (Municipalidad Provincial de Tacna, 2015).

Con ello se concluye que los ejes comerciales y de servicio de Tacna conformado por la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín, Avenida Coronel Mendoza, Avenida Patricio Meléndez, Avenida Pinto, Avenida Leguía entre otras, son consideradas como ejes de las actividades comerciales, como el ámbito céntrico de la ciudad como lo son la Avenida Bolognesi y la Avenida San Martín donde se encuentran los principales inmuebles de valor cultural y algunos sectores son parte de la zona monumental y donde culturalmente representa nuestra identidad e historia, asimismo el ámbito que comprende desde la Av. Patricio Meléndez, hasta la Av. Coronel Mendoza, la cual es soporte para los mercadillos. Asimismo, la presente denominación es consecuencia de la caracterización que se le da al sector, en el PDU vigente, las actividades que más destacan en la economía es en primer lugar la minería con 21.3%, servicios 20,1%, comercio 12,8% y construcción 11,9%, por lo tanto el rol de Tacna primero como ciudad fronteriza, físicamente quiere ser considerada compacta y poli céntrica, y que por su ubicación debería ser un nodo estratégico y plataforma logística de servicios multipropósito, asociados al comercio, industria y turismo.

Histórico fotográfico de transformación del imaginario urbano

Se realizó una revisión fotográfica a través de la historia para identificar elementos significativos de la imagen de la ciudad de Tacna, ello permite reconocer la articulación de los elementos de composición de la imagen urbana, para ello se incorpora imágenes de Tacna de Antaño donde se identifican los primeros elementos y se contrasta con las fotografías actuales que evidencian la consolidación urbana, y la incorporación del espacio público sobre las vías y el proceso de densificación.

Figura 15. *Fotografías aéreas de Tacna de antes y después.*



Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

Elementos recurrentes en las imágenes: como lo son los hitos de la Catedral, Arco Parabólico y pileta, que se localizan en la Avenida San Martín en el Paseo Cívico, como los espacios públicos en los cuales están ubicados con el transcurrir de los años han sufrido modificaciones como en el entrecruce de la vegetación, árboles y jardines, cuyos elementos construyen planos visuales de lo público hacia lo privado, apareciendo espacios entre lo abierto público y lo cerrado-privado.

Las modificaciones de lo que daba prioridad al vehículo, ha sido priorizado para el recorrido del peatón desde una visión de que este espacio que tiene un carácter cívico pueda tener una variedad de usos como para desfiles, actos protocolares, eventos artísticos entre otros, todo ello aportando al imaginario de ciudad que congrega a turistas que recorren el lugar como para de la legibilidad lo reconocen.

Figura 16. *Fotografías de antaño y actual del Paseo Cívico*

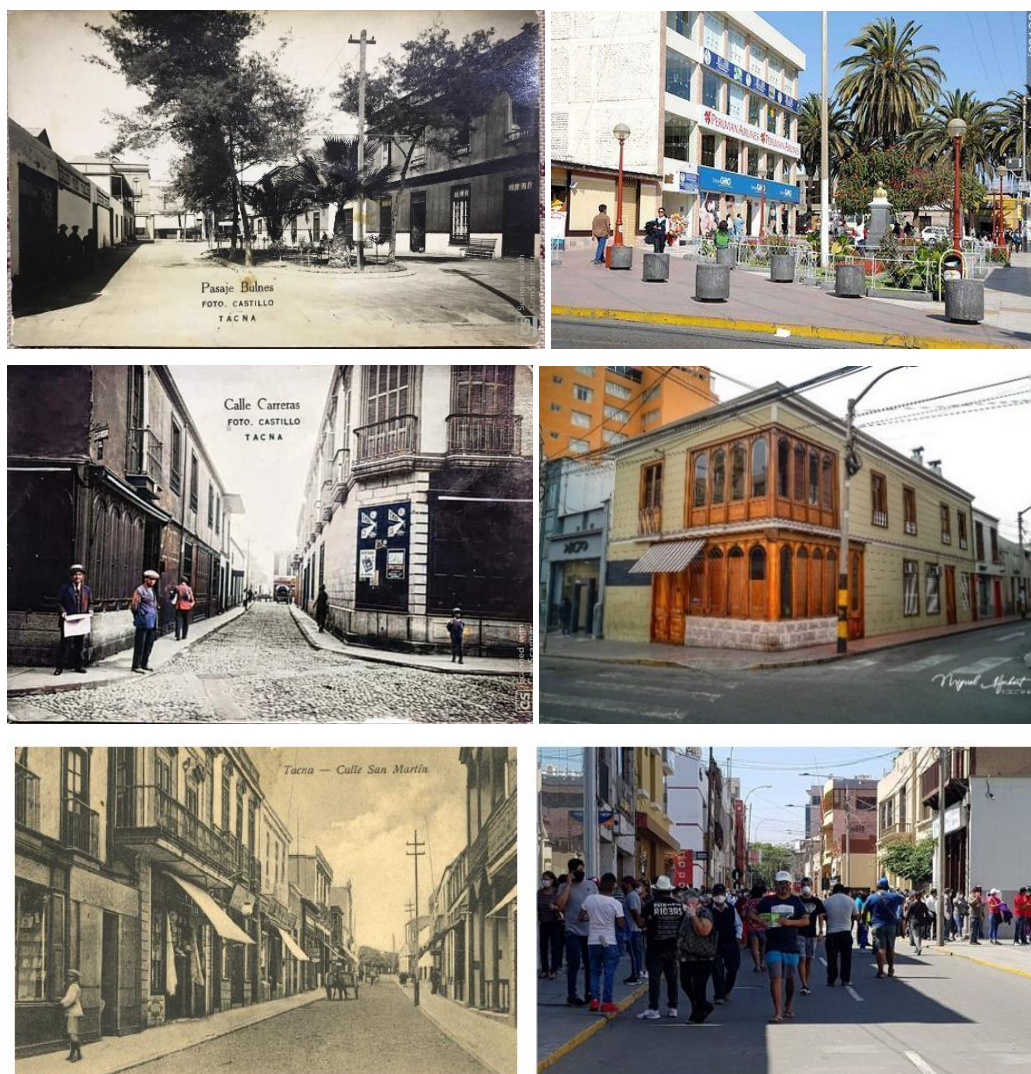


Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

Los elementos encontrados no se establecen como las únicas tipologías de bordes públicos-privadas, en fotografías generales que observamos en párrafos anteriores, esto hace evidente la diversidad de tipologías de elementos coexistentes de tipo continuo (edificado sobre eje lineal), donde se aprecian como en las pocas vías donde existen árboles públicos consolidados en el paisaje, como el conocido Pasaje Vigil transversal a la Avenida San Martín y que en tiempo ha ido

modificando los elementos urbanos que lo componen para favorecer la estancia de los visitantes y como el entorno construido dentro de lo visual ha incorporado diversidad de usos que visualmente han transformado la imagen urbana del sitio, calles como la misma Avenida San Martín o la esquina de Calle Arias y Araguéz, que aún permanecen edificaciones con valor cultural que se han ido conservando como patrimonio y han sido transformadas en nuevos usos de consumo turístico.

Figura 17. Fotografías de Pasaje Vigil, Av. San Martín y calle Arias y Araguéz, antes y después.



Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

Reconocer que algunos de los paisajes han sufrido transformaciones con una significancia en función al cambio de usos de las edificaciones, las nuevas edificaciones que se han ido modificando en función a la arquitectura moderna y que con ello sectores como el Ex Miculla que han sido modificados y que hoy en día continúan variando por las nuevas gestiones que dan lugar a nuevos elementos arquitectónicos que se insertan en un paisaje urbano.

Figura 18. *Fotografías de Ex Miculla, antes y después.*



Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

Desde la predominancia de elementos urbanos concebidos en espacios de comercio como el Mercado Central que ubicándose en un eje comercial y de servicios como la Avenida Bolognesi que con el transcurrir de los años se convirtió en un nodo de la ciudad que concentra población y actividades económicas a su alrededor.

Figura 19. *Fotografías antes Mercado de abastos la Recova y ahora Mercado Central*



Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

La Alameda Bolognesi construida por Manuel de Mendiburu en 1840 y que por debajo transcurre el Río Caplina, considerado uno de los espacios públicos más reconocibles de la ciudad de Tacna, destacando las centenarias palmeras, los jardines de la berma central y el primer tramo donde se encuentra el ambiente urbano monumental del parque Colón, siendo una de las avenidas que con el transcurrir de los años y en función al aumento de las prácticas de turismo de consumo , ha tenido un auge comercial, en el cual se han insertado elementos urbanos y estéticos que han transformado la imagen del lugar, pero que permanece en el imaginario de cada visitante.

Figura 20. *Fotografías Avenida Bolognesi antes.*



Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

Figura 21. *Fotografías Avenida Bolognesi actualidad.*



Nota. Adaptado de página web (Tacna Fascinante, 2022).

2.4 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

a) **Ciudad de frontera**

Históricamente, los límites de los territorios nacionales, son denominados las ciudades de frontera siendo concebidas según Acosta, Solis & Alonso (2012) que la definen como:

“puertas de entrada a otro territorio..., una de las funciones urbanas más importantes de estos asentamientos de población ha sido la de servir como lugar de tránsito, con la consecuente conformación de relaciones sociales fugaces y sin arraigo. No obstante, el perfil de las ciudades fronterizas ha cambiado en los últimos años, se ha constituido como corredores de desarrollo económico y en espacios de múltiples intercambios socioculturales. Sea como fuere, lo transitorio sigue siendo parte de la condición fronteriza de estos espacios urbanos”(Acosta, Solis, & Alonso, 2012).

Asimismo, Gehl (2016) nos menciona que “la ciudad es el lugar de encuentro por excelencia, más que cualquier cosa”, la imagen urbana en una ciudad se concibe a través del espacio público que es un lugar de expresión y apropiación del habitante, por ello existe un déficit de espacios que cumplan con las necesidades según actividades del sitio que haga que ellos estén integrados como sistema, conllevando al no integrarse a la pérdida de la dinámica urbana espacial.

b) **Turismo de consumo**

El turismo de consumo según Alvarado & Romero (2019) se define como las decisiones y comportamientos del turista para diversificar el consumo. El turismo de consumo, está relacionado con el comportamiento de lo que estimula la motivación para adquirir o comprar bienes y servicios (Rubio, 2019), por lo cual el consumo por turismo refleja lo que un grupo dominante les provee, existiendo tipos y categorías como consumo interno que se da por turistas residentes del mismo país, y el consumo dentro de las fronteras que se da por turistas extranjeros. Posee características por la diversidad del fenómeno social del turismo de consumo, clasificándose por criterios de procedencia, frecuencia de la visita, edad del visitante, motivo, situación económica, tiempo de permanencia y la forma de viajar.

c) **Imagen urbana**

El entorno físico espacial y natural constituye la imagen urbana y que a la vez son identificados y percibidos por los habitantes, ello permite la actuación del lugar específico, como condición primordial de la imagen urbana como un lugar identificable (Ávila & Scheuren, 2005), que a partir del concepto de imagen urbana que sugiere componentes como la identidad, estructura y significado, ello incluye una relación espacial entre el significado, emotivo y del uso, que genera una relación entre la imagen

urbana y el sentido del lugar, como un grado de asentamiento percibido y diferenciado para la estructura del espacio, que a la vez conecta con sus valores y conceptos, lo que hace un ajuste entre el entorno, las capacidades mentales y sensoriales por las construcciones sociales (Lynch, 2015).

La imagen urbana de la ciudad, según Lynch, indica que cada ciudad es percibida por los usuarios y peatones de una perspectiva; que le da un significado al espacio, lo que define lo colectivo y propio, es así que se facilita la identidad de la ciudad, esta definición se categoriza e identifica a cada uno de los espacios donde los habitantes interactúan y desarrollan actividades, por lo tanto, la ciudad tiene factores edificados o naturales que van configurando el punto visual de los habitantes que perciben en el sector. La imagen de la ciudad considera criterios como sendas que son conocidos como conductos que orientar al observador, estos a su vez son calles o senderos, bordes como elementos lineales y que por lo tanto el habitante los considera como puntos de la ciudad que son reconocidos por el transeúnte.

d) **Espacio público**

El espacio público en la ciudad es un indicador de calidad urbana ya que mantiene y produce nuevas centralidades, que los tejidos urbanos dan un valor ciudadano a las infraestructuras.⁶ Según Fernando Carrión (2019), el espacio público es “*un lugar*” donde se identifica, la relación con la historia y el espacio y tiene una identidad, que se relaciona y se define, pero al no definirse ni como relacional, ni histórico como no lugar, por lo tanto este espacio público tiene sentido en la forma y la vida colectiva y es elemento que representa a una colectividad (Carrión, 2019). Es un espacio que ocupa, por reglamento, circulaciones abiertas como plazas, calles, vías y edificio público, que en un escenario genera un dinamismo social, que

⁶ Jordi Borja y Zaida Muxí. Espacio Público. Ciudad y Ciudadanía

tiene funciones cuyo fin es satisfacer las necesidades urbanas, y que trasciende a los intereses de los habitantes.

e) **Oferta turística**

La oferta turística desde una perspectiva funcionalista tiene una noción respecto al conjunto de bienes y servicios para las actividades relacionadas al turismo, con ello se busca satisfacer estas necesidades, a través de un conjunto de factores que provocan el desplazamiento para satisfacer sus necesidades (Peñaloza & Medina, 2011), además que son el conjunto de productos, servicios garantizan la oferta turística, definida como conjunto de productos y servicios que están a disposición del turista en un destino, para el placer y consumo (Pasquotto & Monfort, 2012).

f) **Demanda turística**

El conjunto de consumidores de acuerdo a la oferta de bienes o servicios turísticos, que está determinada por los que están dispuestos a adquirir en un determinado destino, siendo elemento fundamental del sistema turístico (Alatorre & Perez, 2011), el sistema turístico sobre la demanda tiene a su vez propias prácticas de consumo, que corresponden a situaciones financieras, en la posesión y accesibilidad a los equipamientos, que aportan a la percepción, de factores cognitivos, respecto al conocimiento y aprendizaje, ya que de ellos se determina el comportamiento de las emociones, necesidades que caracterizan un compromiso percibido y de valores.

g) **Perfil del turista**

Turista es quien viaja a un lugar diferente de su origen o residencia, en cual va a pernoctar por lo menos una noche donde visita y tiene como principal objetivo ocupar su tiempo libre, para realizar actividades o prácticas turísticas. Asimismo, para el perfil del turista se considera los datos de las características sociodemográficas como sexo, edad, ocupación, aspectos previos al viaje, características del viaje y actividades realizadas en el viaje, información consignada por PromPerú.

h) **Estacionalidad de la demanda**

La estacionalidad de la demanda se caracteriza por ser inherente al turismo, ya que se desarrolla en un tiempo determinado que le da una periodicidad que a su vez hace que la demanda turística se concentre, se explica con la estacionalidad en el volumen la distribución de los desplazamientos del flujo turístico, en un tiempo y distancia, que relaciona los factores ambientales y de gestión de la ciudad de origen (Carruitero, 2011), *“la tendencia de los flujos turísticos que se concentran en períodos relativamente cortos del año”*.

i) **Motivación turística**

Es la cual se influencia sobre el turista y por la cual se produce el desplazamiento, como respuesta (Baker & Crompton, 2000), *“la motivación es una necesidad para llevar al individuo a que actúe de una forma para satisfacer algo deseable”*, ya que los modelos de comportamiento del consumidor o turista, a partir de motivaciones turísticas, conducen a la compra o elección del producto o destino (Pons, Morales, & Díaz, 2007), por lo tanto, la motivación es por lo cual viaja el turista o la razón.

j) **Focalidad urbana**

El concepto de focalidad urbana, se aborda a partir de un análisis del espacio turístico de una ciudad determinada, esta focalidad urbana conjuga la actividad y el espacio por condiciones de atractividad, singularidad, relevancia, que son atributos potenciales para constituir la significación o referencia en el sistema urbano (Dosso, 2005), es decir que este foco urbano turístico debe tener las características necesarias para ser un potencial atractivo, que para la influencia de turistas a la ciudad, está relacionado con proximidad espacial, similitud, identidad, la parte funcional e institucional y el paisaje urbano o ambiental.

Una focalidad urbana al agrupar los atractivos de carácter urbano se denominan unidades nucleares que al agruparse conforman un área específica con funcionalidad (Rebollo, Fernando, Dávila, & Manuel, 1995), por lo tanto, se define como punto de atracción que aporta a nuevas actividades convirtiéndose en elemento dinamizador en áreas urbanas, por lo cual reconstruye el espacio público y lo recupera para la regeneración del entorno y sus actividades económicas.

k) **Atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos son consumidos por ser puestos en valor por la oferta de actividades turísticas de un mercado dispuesto a satisfacerlos, con ello se da un valor funcional específicamente al uso, que con la implementación de infraestructura posibilita la oferta de servicios a partir de ellos. Los recursos turísticos por el acto de uso son consumidos y producen que se adquiera un papel por las actividades turísticas que produce el espacio y que se generan a partir de los atractivos que son consumidos, por lo tanto, existe una jerarquización por los atractivos en función de su capacidad para atraer, según CICATUR/OEA (1983), y su clasificación es la siguiente:

- Atractivos Jerarquía IV: atraen al mercado internacional.
- Atractivos Jerarquía III: atraen al mercado interno y en menor porcentaje al internacional.
- Atractivos Jerarquía II: son capaces de interesar al mercado interno por otras motivaciones turísticas.
- Atractivos Jerarquía I: forman parte del patrimonio turístico.

l) **Configuración morfológica**

La morfología urbana, estudia la forma urbana, con un enfoque sistémico desde el punto de vista del planeamiento, este sistema relaciona la unidad como un conjunto de elementos⁷, que es un sistema espacial complejo que a su vez como sistema de ciudad es dinámico, asimismo constituye actividades que en ellos espacios adaptados que han sido localizados hay interrelaciones entre ellos, para poder establecer canales de comunicación⁸.

La ciudad presenta distintos puntos de vista por lo económico, social, político y físico, que en conjunto es una estructura de materiales sobre componentes⁹, además depende del enfoque, que las relaciones espaciales entre actividades se extienden a relaciones más dinámicas centrándose en patrones de interacción y uso del espacio, en un sentido evolutivo en el tiempo, este tipo de sistemas busca estados de equilibrio entre los componentes y las relaciones espaciales.

⁷ Mc. Loughlin, J. B., Planificación urbana y regional. Un enfoque de sistemas. 1971- pág. 77.

⁸ Meda R., Vigliocco M. A., Estructura urbana y uso del suelo Aplicación a Ciudades Bonaerenses. 1991- pág. 22/24.

⁹ Meda R., Vigliocco M. A., Estructura urbana y uso del suelo Aplicación a Ciudades Bonaerenses. 1991- pág. 17/20.

La forma o paisaje urbano, son estudiados en la interacción del soporte de suelo, como trazado de calles, que es lo más difícil de modificar una estructura urbana, asimismo la edificación como forma y disposición dentro de la trama, esto responde a los usos que albergan las actividades predominantes, que caracterizan zonas residenciales, comerciales, industriales entre otras, y se adecuan a espacios que albergan actividades que a partir de las calles como espacios públicos, son de circulación para actividades comerciales con accesibilidad peatonal y vehicular, por lo tanto, la forma y traza de calles y edificios, está relacionado a las funciones por la morfología espacial.

m) **Características funcionales**

Considera a las características funcionales del espacio público es identificar el potencial de interacción mediante los aspectos de conectividad como elementos de unión y continuidad, la permeabilidad como la capacidad de interactuar en el espacio, y la relación espacial con los tejidos circundantes relacionada con el contexto.

La calidad espacial está relacionada a lo eficiente y lo funcional entre los edificios y el contexto urbano, como permeabilidad, condición indispensable para lograr la receptibilidad, además que sean accesibles para los usuarios en sus recorridos vistas desde el entorno e interior, es necesario que en el proceso de diseño se tenga el concepto de la importancia del aporte de la vitalidad de un espacio (Sanchez, Gonzalés, Pablo, Aja, & Mora, 2012), por lo tanto a través del sistema urbano se ofrece alternativas para ser visible a los usuarios y sean aprovechadas por personas que conocen el espacio, siendo la permeabilidad visual importante. La permeabilidad física y visual enriquece la propiedad pública entre el espacio interior y el público.

n) **Entornos vitales**

Los entornos vitales, se relaciona al espacio con el contexto inmediato y conjuga la relación interior y exterior, esto genera variedad en la función de maximizar la diversidad de actividades en el entorno, analizando la demanda de usos existentes para la viabilidad económica y funcional y aporten al sector, este espacio con la variedad de usos y actividades origina tipologías en la forma de la diversidad por razones de formas y usos por ello se mezcla percepciones de dinámica y flexibilidad (Bentley, Alcock, Murrain, Green, & Smith, 1999).

Para el diseño de un lugar en el aspecto exterior, la imagen que da el entorno, está afectada por la interpretación y percepción de los habitantes de los espacios, ya que las personas recorren espacios para encontrar un significado en ellos (Ávila & Scheuren, 2005), la diversidad es un conjunto de sensaciones que se ofrece a los habitantes en sensaciones de placer al visualizar gratamente, esta interrelación de elementos considera criterios sensoriales que construyen la imagen que otorga significado al lugar según las personas y culturas. Los valores que se incorporan en el medio por viviendas, actividades y relaciones, es la clave de estructurar una imagen urbana clara que, basada en cualidades, aportan y expresan valores formales, espaciales y visuales, estos criterios sensoriales se construyen a partir de aspectos como la identidad y la estructura.

3 CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación adopta una postura POSTPOSITIVISTA, porque es realista y estudia lo que existe y es manejada por leyes naturales y mecanismos. Los problemas estudiados muestran la necesidad de estudiar las causas que se relacionan y que influyen en los resultados, y se basa en la observación y medición de la realidad objetiva (Creswell, 2007). Este paradigma enfatiza la crítica múltiple permitiendo conocer los escenarios a través de datos, la descripción y comprensión de lo particular del fenómeno estudiado, por lo tanto, permite comprender desde los significados de las personas implicadas.

El enfoque metodológico de la investigación es MIXTA, porque involucra estrategias cuantitativas y cualitativas, a través de procedimientos secuenciales; se medirá e identificará las variables, para que los datos cualitativos complementen los hallazgos cuantitativos (Creswell, 2007), *“la meta de la investigación mixta no reemplaza a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino ambas se fortalecen y se potencian”* (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis general

“El turismo de consumo se relaciona con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022”.

3.1.2 Hipótesis específicas

- a) Hipótesis 1: La dimensión económica del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

- b) Hipótesis 2: Existe una relación positiva de la dimensión social del turismo de consumo y la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

- c) Hipótesis 3: La dimensión ambiental del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

- d) Hipótesis 4: La dimensión cultural del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

El presente estudio cuenta con dos variables: turismo de consumo y la imagen urbana del espacio público.

Tabla 5. Operacionalización de la variable independiente

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
<p>Variable independiente: Turismo de consumo.</p> <p>Según Alvarado y Romero (2018), el turismo de consumo se engloba dentro del estudio de las decisiones y comportamiento del turista, como la elección del destino vacacional, la segmentación de turistas y el consumo turístico de los espacios.</p>	<p>Esta variable ha sido operacionalizada a través de 05 dimensiones del impacto económico, social ambiental, cultural y político, que permitirán identificar decisiones y comportamientos del consumo turístico del espacio público en los ejes comerciales y de servicio de la ciudad de frontera de Tacna al 2020.</p>	Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Vocación turística - Diversificación de la Oferta - Estacionalidad de la demanda 	<p>Escala ordinal Escala Likert (1- 5) de 5 muy de acuerdo, 4 acuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 en desacuerdo y 1 muy en desacuerdo.</p>
		Social	<ul style="list-style-type: none"> - Relación visitante/ residente - Grado de percepción de la comunidad y el turismo - Grado de satisfacción respecto al turismo 	
		Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Deterioro de estructuras de interés turístico - Nivel de cobertura vegetal alterada - Expansión de espacio turístico construido 	
		Cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Tasa de pérdida de patrimonio construido - Variación de estructuras o cascos históricos amenazados - N°. de edificios reutilizados para fines turísticos. 	

Nota. Elaboración propia a partir de Alvarado y Romero (2018).

Tabla 6. Operacionalización de variable dependiente

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Variable dependiente: Imagen urbana del espacio público Según Ávila y Scheuren, (2005), la imagen urbana son elementos tanto físico espaciales como naturales que constituyen un entorno, los cuales son identificados y estructurados en la mente de cualquier persona.	Esta variable ha sido operacionalizada a través de 04 dimensiones morfológica, funcional, perceptual y visual, lo que permitirá la relación de las variables en la ciudad de frontera de Tacna.	Funcional	<ul style="list-style-type: none"> - Variedad de usos - Recorrido - Porosidad 	Escala ordinal Escala Likert (1-5) de 5 muy de acuerdo, 4 acuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 en desacuerdo y 1 muy en desacuerdo.
		Perceptual	<ul style="list-style-type: none"> - Elementos urbanos legibles - Elementos de significado y simbolismo del entorno construido - Valoración de la calidad del espacio 	
		Morfológica	<ul style="list-style-type: none"> - Densidad edificatoria - Relaciones Volumétricas - Red de espacio público 	
		Visual	<ul style="list-style-type: none"> - Fondo escénico - Interrupción visual - Diversidad de elementos 	

Nota. Elaboración propia a partir de Ávila y Scheuren, (2005).

3.2.1 Identificación de la variable independiente

Denominación: Turismo de consumo

3.2.1.1 Dimensiones e indicadores de la variable independiente

Tabla 7. Dimensiones e indicadores de la variable independiente

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente: Turismo de consumo.	Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Vocación turística - Diversificación de la Oferta - Estacionalidad de la demanda
	Social	<ul style="list-style-type: none"> - Relación visitante/ residente - Grado de percepción de la comunidad y el turismo

	- Grado de satisfacción respecto al turismo
Ambiental	- Deterioro de estructuras de interés turístico
	- Nivel de cobertura vegetal alterada
	- Expansión de espacio turístico construido
Cultural	- Tasa de pérdida de patrimonio construido
	- Variación de estructuras o cascos históricos amenazados
	- N°. de edificios reutilizados para fines turísticos.

Nota. Elaboración propia a partir de Alvarado y Romero (2018).

3.2.1.2 Escala para la medición de variable independiente

Tabla 8. Escala para la medición de la variable independiente turismo de consumo

Dimensiones	Indicadores	Escala Tipo Likert				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Económica	Vocación turística	1	2	3	4	5
	Diversificación de la Oferta	1	2	3	4	5
	Estacionalidad de la demanda	1	2	3	4	5
Social	Relación visitante/residente	1	2	3	4	5
	Grado de percepción de la comunidad y el turismo	1	2	3	4	5
	Grado de satisfacción respecto al turismo	1	2	3	4	5
Ambiental	Deterioro de estructuras de interés turístico	1	2	3	4	5
	Nivel de cobertura vegetal alterada	1	2	3	4	5
	Expansión de espacio turístico construido	1	2	3	4	5
Cultural	Tasa de pérdida de patrimonio construido	1	2	3	4	5
	Variación de estructuras o cascos históricos amenazados	1	2	3	4	5
	N°. de edificios reutilizados para fines turísticos.	1	2	3	4	5

Nota. Elaboración propia a partir de Alvarado y Romero (2018).

3.2.2 Identificación de la variable dependiente

Denominación: Imagen urbana del espacio público

3.2.2.1 Dimensiones e indicadores de la variable dependiente

Tabla 9. Dimensiones e indicadores de la variable dependiente

Variable	Dimensiones	Indicadores
Variable dependiente: Imagen urbana del espacio público	Funcional	- Variedad de usos - Recorrido - Porosidad
	Perceptual	- Elementos urbanos legibles - Elementos de significado y simbolismo del entorno construido - Valoración de la calidad del espacio
	Morfológica	- Densidad edificatoria - Relaciones Volumétricas - Red de espacio público
	Visual	- Fondo escénico - Interrupción visual - Diversidad de elementos

Nota. Elaboración propia a partir de Ávila y Scheuren, (2005).

3.2.2.2 Escala para la medición de variable dependiente

Tabla 10. Escala para la medición de la variable dependiente imagen urbana del espacio público

Dimensiones	Indicadores	Escala Tipo Likert				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Funcional	Variedad de usos	1	2	3	4	5
	Recorrido	1	2	3	4	5
	Porosidad	1	2	3	4	5
Perceptual	Elementos urbanos legibles	1	2	3	4	5
	Elementos de significado y simbolismo del entorno construido	1	2	3	4	5
	Valoración de la calidad del espacio	1	2	3	4	5

Morfológica	Densidad edificatoria	1	2	3	4	5
	Relaciones Volumétricas	1	2	3	4	5
	Red de espacio público	1	2	3	4	5
Visual	Fondo escénico	1	2	3	4	5
	Interrupción visual	1	2	3	4	5
	Diversidad de elementos	1	2	3	4	5

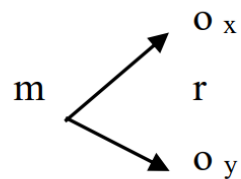
Nota. Elaboración propia a partir de Alvarado y Romero (2018).

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación desarrollada es básica por el propósito de producir conocimiento, lo que ha implicado procesos sistemáticos, con la recolección y análisis de los datos cuantitativos y cualitativos, para integrarlos en la discusión, enfocado a las ciencias sociales, con planteamientos teóricos desarrollados, que aportan a profundizar los conocimientos científicos existentes del fenómeno de estudio (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), el cual aportará en el campo social específicamente en el tema de turismo de consumo y transformación de la imagen del espacio público en ciudad de frontera de Tacna.

3.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, siendo un estudio que observa condiciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), no habiendo una manipulación directa de las variables, cuyo propósito es describir e interpretar el estado actual, identificando las variables y categorías, en un tiempo determinado al año 2022. La tesis tiene un enfoque mixto que se llevó a cabo en dos fases, la primera con enfoque cuantitativo para comprobar las hipótesis con un alcance correlacional, resultados que serán profundizados en la segunda fase de mayor comprensión. El modelo gráfico de saber la relación o grado de asociación de las dos variables es el siguiente:



Donde:

m = muestra de la población;

O x = observación de la variable x.

r = coeficiente de correlación entre las variables.

O y = observación de la variable y

3.5 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El propósito de la investigación es de nivel correlacional se distingue las variables y después, mediante las pruebas de hipótesis correlacionales y aplicación de la estadística, se estima la correlación, porque asocia las variables de estudio cuya información cuantitativa servirá para la manipulación de las variables, siendo no experimental y por el periodo es transversal, siendo la estrategia un diseño mixto (alcance cuantitativo y cualitativo), con el fin de integrar datos que generen un nuevo conocimiento.

a) Cuantitativo:

Se considera el enfoque cuantitativo será correlacional, el cual tendrá más peso utilizando herramientas para la recolección de datos con instrumentos cuantificables, siendo el alcance descriptivo donde se miden o recolectan datos y nos reportan información para describir las características más notorias. Para la correlación se midió el grado de relación que existe entre las variables independiente y dependiente y con el alcance explicativo se manifiesta las condiciones de qué manera se relacionan las variables.

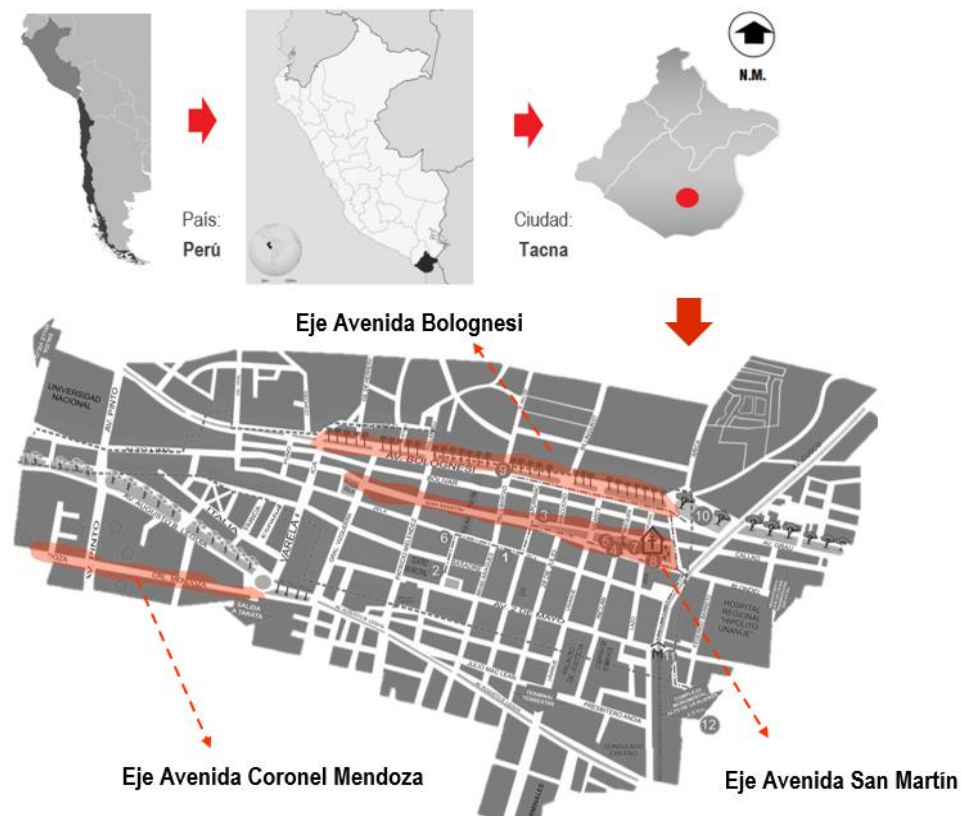
b) Cualitativo:

Se aplicará la fase cualitativa a través del diseño fenomenológico que permitirá describir y explicar la interpretación de la responsabilidad del profesional arquitecto en la transformación de la imagen urbana del espacio público de una ciudad de frontera, a través de la entrevista semiestructurada.

3.6 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Según el Plan de Desarrollo Urbano vigente, la ciudad de Tacna se encuentra ubicada en el sur del Perú, por lo cual en el distrito de Tacna se localizan los ejes urbanos de estudio, por lo tanto, la investigación tiene como ámbito el espacio público de los ejes comerciales y de servicios de la Avenida Bolognesi, la Avenida San Martín y la Avenida Coronel Mendoza.

Figura 22. Localización de ejes comerciales y de servicios estudiados



Nota. Elaboración propia.

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1 Unidad de estudio

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), se debe determinar la unidad de muestreo o unidad de análisis, por ello se recolectarán datos, que dependen del planteamiento del problema, los alcances de la investigación, las hipótesis y el diseño de la investigación. La unidad de estudio para la fase cuantitativa lo conforman los usuarios (turistas, residentes y comerciantes) del sector de estudio de la ciudad de Tacna comprendidos entre las 18 a 55 años entre varones y mujeres, siendo un muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia, serán seleccionados por la conveniencia debido a la accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador considerando las restricciones por la pandemia.

Al ser una investigación de carácter mixto, en la observación no participativa en la selección de calles a ser estudiadas, se utilizará el muestreo probabilístico espacial de área sistemática céntrica (CSAS), seleccionando muestras al azar espacialmente representativas, distribuidas homogéneamente se considerará el tamaño de la muestra y se seleccionará el área de análisis y tomando en cuenta antecedentes de investigaciones en cuyos mapas mentales identifican a las tres avenidas consideradas como significativas para la imagen y el circuito económico del turismo de consumo.

Para la fase cualitativa se inicia con el reconocimiento de las características de las dimensiones de la imagen urbana del espacio público para las fichas de campo; y para la reflexión del conocimiento como unidad de estudio, se tiene a los arquitectos proyectistas de la ciudad de Tacna, considerando el padrón de habilitados en el Colegio de Arquitectos Regional Tacna, siendo un muestreo no probabilístico de tipo intencional.

3.7.2 Población

La población objeto de estudio es la residente y comerciante de la ciudad de Tacna y los turistas nacionales e internacionales que reconocen los ejes comerciales y de servicios de la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza. Para la población se consideró el distrito de Tacna de los datos consignados por el INEI y para los turistas los datos del MINCETUR. Respecto a la recolección de la información, ésta se realizó durante los meses de julio y agosto del 2022. La población es finita, por lo tanto, utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{z^2(p * q)}{N}}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- z = Nivel de confianza
- p = Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
- q = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
- e = Nivel de error dispuesto a cometer
- N= Tamaño de la población

3.7.3 Muestra

Hernández y Mendoza (2018) nos menciona que la muestra es un subgrupo de la población, sobre la cual se recolectarán los datos y deberá ser representativa de dicha población.

Tabla 11. Estadística de población y muestra para encuesta y entrevista

Método	Tipo	Población	Muestra
Encuesta	Turistas	6 000	La muestra fue de tipo no probabilístico.
	Residentes	92 972	
	Total	97 972	
Entrevista	Arquitectos Habilitados CAP – Tacna	650	La muestra será 10 arquitectos proyectistas

Nota. Elaboración propia, en base a información de MINCETUR, INEI y CAP Tacna.

3.7.4 Muestra encuesta

- Tipo de muestreo: conveniencia, no probabilístico
- Comprendidos entre las 18 a 55 años entre varones y mujeres, siendo un muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia, donde los sujetos serán seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

3.7.5 Informantes

Los informantes son arquitectos proyectistas del sector público o privado en los ejes comerciales y de servicios de la ciudad de Tacna, considerando el padrón de habilitados en el Colegio de Arquitectos Regional Tacna, y que aceptaron participar en la fase cualitativa. Se entrevistó a diez arquitectos proyectistas que ejercieron su profesión en Tacna, en la última década a la fecha, de acuerdo al concepto de saturación teórica de Strauss y Corbin (2002); se buscó que se aporte datos significativos por lo tanto el muestreo fue intencional, no probabilístico, por ello al momento que el entrevistado accedía se coordinaba la hora y fecha y al inicio se daba lectura al consentimiento informado. El reclutamiento de los informantes se realizó mediante los siguientes criterios de inclusión:

- Ser arquitecto colegiado
- Tener experiencia en proyectos urbanos y arquitectónicos mínimo 10 años.
- Ser cualquiera de los dos sexos

Los criterios de exclusión que se consideraron son:

- Los arquitectos que no deseen participar
- Menos de 10 años de colegiado.
- No ser proyectistas

3.8 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.8.1 Procedimiento

Los procedimientos, presentación e interpretación han permitido valorar en la primera fase cuantitativamente los resultados mediante el orden, categorías, codificación y tabulación de la estadística para luego desarrollar el procesamiento, interpretación y discusión de resultados. Se aplicó el diseño mixto caracterizándose por las dos fases de alcance cuantitativo y cualitativo, en la primera fase para la recolección de datos se aplicó una encuesta que permitió medir la percepción de los actores que hacen uso del espacio público, a través del cuestionario de medición de las variables aplicándose a una muestra de 218 personas, la encuesta contenía 24 preguntas que fueron validadas por expertos, aplicándose la prueba estadística respecto a la fiabilidad, prueba de normalidad, y las correlaciones de las variables, y con ello se demostró la hipótesis.

Se realizó la caracterización de la variable de imagen urbana del espacio público con el trabajo de campo a través de la observación no participativa, y mapeos de explicación de los fenómenos ocurridos en el ámbito de la investigación. Para la siguiente fase cualitativa se realizó la entrevista semiestructurada a personas expertas y con ello se aporte al conocimiento con la reflexión de los profesionales.

3.8.2 Técnicas

Se utilizaron las técnicas de encuesta, observación no participativa y entrevista.

- a) Encuesta: para la recolección de datos de enfoque cuantitativo, se consideró la encuesta, para ello se aplicó un cuestionario con una serie de preguntas según las variables las cuales fueron cerradas y se desarrolló de manera virtual a través del Google forms.
- b) Observación no participativa: permitirá comprender, los procesos y comportamientos del turismo de consumo, así como los patrones que se

desarrollan en la transformación de la imagen urbana desde la dimensión física del espacio público, a través del trabajo de campo utilizando fichas evaluativas de observación, lo cual se complementó con fotografías y mapas.

- c) Entrevista semiestructurada: para la interpretación del análisis de la fase cualitativa se utilizó la técnica de la entrevista semiestructurada (semi abierta), mediante el muestreo intencional a expertos para conocer las percepciones y comprender de manera más profunda en qué medida es posible reinterpretar la regulación de la imagen urbana por las transformaciones de la dimensión física del espacio público, con el fin de tener conocimiento de las opiniones de arquitectos proyectistas, que junto con la integración de datos anteriores se generará el nuevo conocimiento y conducirá a entender el problema.

3.8.3 Instrumentos

Se aplicó tres instrumentos para cada alcance siendo los siguientes:

Método cuantitativo

- a) Cuestionario

Instrumento cuantitativo aplicado a los actores que hacen uso del espacio público (residentes, comerciantes y turistas), se aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, siendo las preguntas 1 al 12 para determinar la variable independiente de turismo de consumo, para la variable dependiente imagen urbana del espacio público siendo las preguntas del 13 al 24. Este instrumento tiene una escala de valoración de muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo. El instrumento se validó mediante juicio de expertos y la confiabilidad con la fórmula Alfa Cronbach.

Tabla 12. *Ficha técnica del estudio*

Ficha técnica del estudio		
	Unidad de selección	Población usuaria
	Unidad de análisis	Residentes, comerciantes y turistas
	Población total	97972 personas
	Muestra	218 personas
Encuesta	Error de muestra	5%
	Instrumento	Cuestionario con 24 preguntas con escala Likert
	Aplicación del instrumento:	Google forms
	Ciudad	Tacna

Nota. Elaboración propia.

Las variables fueron clasificadas en función a la literatura académica, empleando las dimensiones para la elaboración del cuestionario.

Tabla 13. *Variables en el cuestionario*

Total, de variables del cuestionario		
	Variables de estudio	Nº de los ítems en la encuesta
	Datos generales	03
Cuestionario:	Variable turismo de consumo	
Encuesta:	<ul style="list-style-type: none"> • Económica 	03
“Transformación del espacio público por el turismo de consumo en ciudades de frontera: caso Tacna Perú al 2022”.	<ul style="list-style-type: none"> • Social 	03
	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiental 	03
	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural 	03
	Variable imagen urbana del espacio público	
	<ul style="list-style-type: none"> • Funcional 	03
	<ul style="list-style-type: none"> • Perceptual 	03
	<ul style="list-style-type: none"> • Morfológica 	03
	<ul style="list-style-type: none"> • Visual 	03
	Total	27

Nota. Elaboración propia.

Método visual

b) Ficha evaluativa de observación

Para la caracterización de la variable imagen urbana del espacio público, tiene por finalidad elaborar el análisis para el levantamiento de datos en campo, para aplicar en él o los sectores de estudio. Se incluye planos e imágenes que incluya notas de mayor información y calificación de evaluaciones del desempeño de alto, medio y bajo.

Método cualitativo

c) Guión de entrevista

La técnica de la entrevista semiestructura, mediante el muestreo intencional con el fin de complementar el alcance cuantitativo, la entrevista consta de temas principales relacionados con las categorías de identidad, estructura y significado y cada uno se distribuye en un instrumento compuesto por 09 preguntas de naturaleza abierta, con la finalidad de identificar la opinión de los proyectistas sobre las intervenciones que aporten a la imagen urbana y sirvan de base para una pertinente propuesta de modelo teórico. Este tipo de validación consiste en la opinión de personas que conocen el tema de investigación y por lo tanto sus opiniones son apreciadas.

Tabla 14. *Estructura de entrevista*

Total, de ítems de la entrevista		
Guía de la entrevista sobre la responsabilidad del arquitecto en la transformación de la imagen urbana de una ciudad de frontera.	Categorías de estudio	Números de los ítems en la entrevista
	Datos generales	04
	Temas	
	Identidad	03
	Estructura	03
	Significado	03
	Total	27

Nota. Elaboración propia.

4 CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

Establecidas las escalas de medida y elaborado el cuestionario para la encuesta, se procedió a llevar a cabo el trabajo de campo para obtener la información necesaria para contrastar las hipótesis planteadas en la investigación. El trabajo de campo para la encuesta se realizó durante los meses de julio y agosto del 2022.

4.1.1 Encuestas - Cuestionario

Para la fase cuantitativa, se aplicó la encuesta para comprobar las hipótesis y medir la correlación entre las variables, a través de un cuestionario en una página web¹⁰. Diseñándose en base a las dimensiones de las variables siendo por cada dimensión tres preguntas específicas Siendo las ventajas la amplia cobertura a la que se pudo llegar (incluso a encuestados de otras ciudades y países y al mismo tiempo), y la sinceridad con la que respondieron los encuestados (al no tener la presión directa que supone la presencia del encuestador).

Figura 23. Portada de encuesta por internet



Nota: Elaboración propia extraído del Google forms.

¹⁰ Link del cuestionario diseñado en Google forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQ5S7YAd4n_3_KItZQ8hCqtk-D31f4-aKEmm4_GVxuwiFuRA/viewform

Tabla 15. *Relación de variables, dimensiones y cuestionario de preguntas.*

Variables	Dimensiones	Valor/Escala	Instrumento
Variable independiente: Turismo de consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Económica • Social • Ambiental • Cultural 	<p><u>Likert</u></p> <p>5 Muy de acuerdo</p> <p>4 De acuerdo</p> <p>3 Ni desacuerdo ni en desacuerdo</p> <p>2 En desacuerdo</p> <p>1 Muy en desacuerdo</p>	<p>Cuestionario organizado:</p> <p>Variable 1</p> <p>Dimensión 1, 2, 3 y 4 Sub total: 12 preguntas</p>
Variable dependiente: Imagen Urbana del espacio público	<ul style="list-style-type: none"> • Funcional • Perceptual • Morfológica • Visual 	<p><u>Likert</u></p> <p>5 Muy de acuerdo</p> <p>4 De acuerdo</p> <p>3 Ni desacuerdo ni en desacuerdo</p> <p>2 En desacuerdo</p> <p>1 Muy en desacuerdo</p>	<p>Cuestionario organizado:</p> <p>Variable 2</p> <p>Dimensión 5, 6, 7 y 8 Sub total: 12 preguntas.</p> <p>Total: 24 preguntas</p>

Nota. Elaboración propia extraído de la encuesta aplicada.

4.1.2 Ficha evaluativa de observación

En esta etapa se consideró desarrollar la ficha evaluativa de observación, con la finalidad recoger información académica para la investigación con el levantamiento de datos en campo, para aplicar en él o los sectores de estudio. Su desarrollo contempla la variable de transformación de la imagen urbana del espacio público. La observación no participativa en la selección de calles a ser estudiadas, mediante la selección de las muestras mediante el área sistemática céntrica (CSAS), por lo tanto, los espacios elegidos de acuerdo a varias características referentes a la imagen urbana del espacio público de la ciudad de Tacna, se ha seleccionado los siguientes:

- Eje compuesto por la Avenida Bolognesi: Tramo Calle Arica/Calle Chiclayo – Calle Gil de Herrera/Calle Moquegua.
- Eje compuesto por la Avenida San Martín: Calle Chiclayo/Calle General Vizcarra
- Eje compuesto por la Avenida Coronel Mendoza: Avenida General Varela- Avenida Pinto

Strauss y Corbin (2002) nos menciona que para el análisis de los usos de los espacios públicos que se recolecta de la observación no participativa, se debe elegir el método de codificación abierta, esto se sugiere con el objetivo de categorizar los fenómenos y elaborar gráficas que mejoren los resultados obtenidos a partir de las categorías emergentes.

4.1.3 Entrevista – Guía de entrevista semiestructurada

Las entrevistas se llevaron a cabo a través de videollamadas por el Google meet, las mismas que fueron grabadas y con un promedio de duración de 20 a 30 minutos aproximadamente. La entrevista se realizó a diez expertos a través de la técnica de bola de nieve que sean arquitectos habilitados, y proyectistas con más de 10 años de experiencia profesional en sector público y privado.

4.1.4 Validez y confiabilidad del instrumento

a) Validez

Para la validación de los instrumentos se contó con la evaluación del juicio de expertos del instrumento por 04 docentes con el grado de doctor que laboran en universidades de prestigio, siendo el resultado favorable sin observaciones.

Tabla 16. *Validación de instrumento de expertos*

Indicadores evaluados	Valoración			
	Jurado 01	Jurado 02	Jurado 03	Jurado 04
1. Claridad	5	5	4	5
2. Objetividad	5	5	5	5
3. Consistencia	5	5	4	5
4. Coherencia	5	5	4	5
5. Pertinencia	5	5	4	5
6. Suficiencia	5	4	5	5
Sumatoria total	30	29	26	30

Nota. Elaboración propia de formato de juicio de expertos.

b) Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se obtuvo mediante el Alfa de Cronbach con el que se obtuvo un valor de 0,80; por lo tanto, determina una magnitud muy alta para los instrumentos, que garantiza la confiabilidad.

4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Para la fase cuantitativa en el análisis de los resultados, se ha elaborado tablas que presentan los resultados de las respuestas de las preguntas, las mismas que están agrupadas por dimensiones y variables, lo que permite analizar el nivel de percepción de las variables de estudio, por ello se complementa con tablas y gráficos de barras, para el análisis de la normalidad de los datos en ambas variables, con ello se determinó el estadístico paramétrico para comprobar las hipótesis.

- a) Resultados de las tablas de las 12 preguntas de la variable independiente turismo de consumo con sus cuatro dimensiones.
- b) Resultados de las tablas de las 12 preguntas de la variable dependiente imagen urbana del espacio público con sus cuatro dimensiones.
- c) Pruebas estadísticas
- d) Verificación de hipótesis
- e) Discusión de los resultados

A través de los métodos visuales con las fichas de evaluación de campo se complementa con tablas y gráficos tipo mapeos.

- a) Mapeo de áreas de dominio privado y público.
- b) Mapeo viario
- c) Mapeos conectores de consumo
- d) Mapeo jerarquización de centros de consumo
- e) Mapeo de cobertura vegetal

En la fase cualitativa se ha desarrollado la codificación de temas emergentes a través de redes que luego se interpretan analíticamente en la descripción de hallazgos y de las proposiciones teóricas.

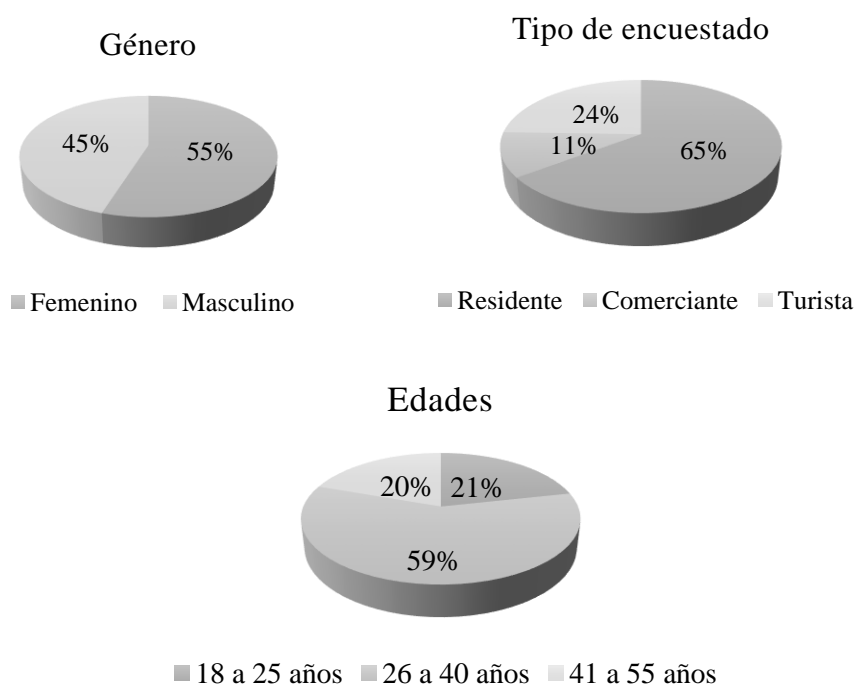
- a) Matriz de categorías y códigos
- b) Análisis sistemático de la codificación

4.3 RESULTADOS

4.3.1 Resultados de encuesta

Aplicación de la Muestra tipo sociodemográficos: los resultados de la primera sección permiten conocer el perfil socio demográfico está basado en: Tipo de encuestado: del total de 265 encuestas, los residentes representan el 65 %, comerciantes el 11 % y turistas que representa el 24 %, de los cuales el 55 % son mujeres y el 45 % son varones, las edades se tomaron en cuenta los estratos siendo el rango de 18 a 25 años el 21 %, de 26 a 40 años corresponde el 59 % y el 20 % en el rango de 41 a 55 años.

Figura 24. Gráficos de resultados sociodemográficos de encuesta.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

4.3.1.1 Análisis descriptivo de la variable independiente “turismo de consumo”

El estudio de la variable independiente turismo de consumo se realizó en función a sus dimensiones: económica, social, ambiental y cultural.

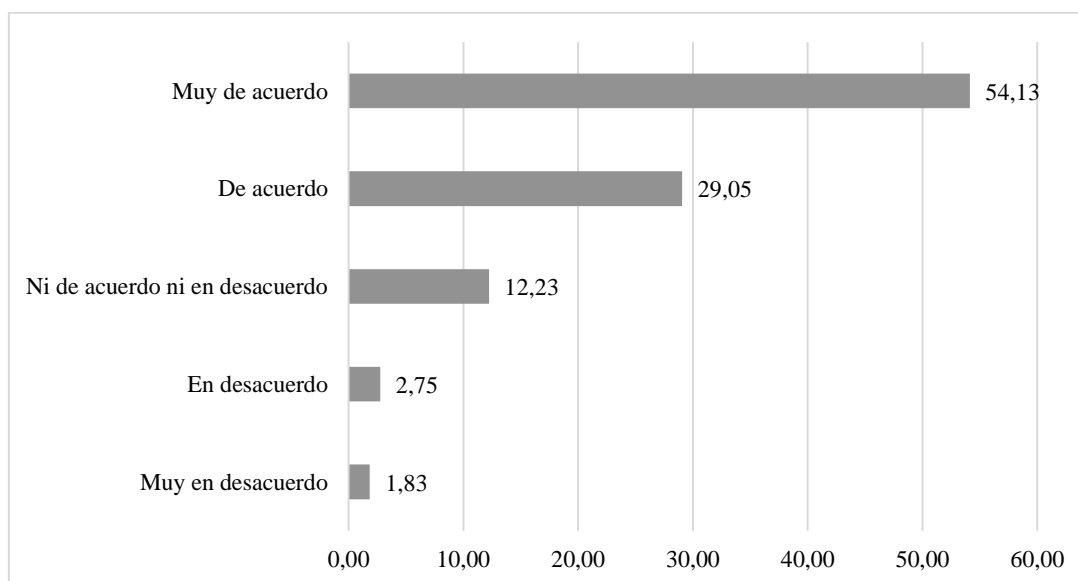
a) Dimensión económica

Tabla 17. Frecuencia y porcentaje de dimensión económica

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Muy en desacuerdo	4	1,83
	En desacuerdo	6	2,75
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	12,23
	De acuerdo	63	29,05
	Muy de acuerdo	118	54,13
Total	218	100,00	

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 25. Gráfico de dimensión económica



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 17 y figura 25 muestran el nivel de impacto económico, como se observa que más de la mitad de los encuestados con el 54,13% consideran estar muy de acuerdo, mientras que el 1,83% consideran estar muy en desacuerdo, los resultados reflejan que tanto la Avenida Bolognesi como la Avenida Coronel Mendoza tienen porcentajes altos de estar muy de acuerdo que el turismo de

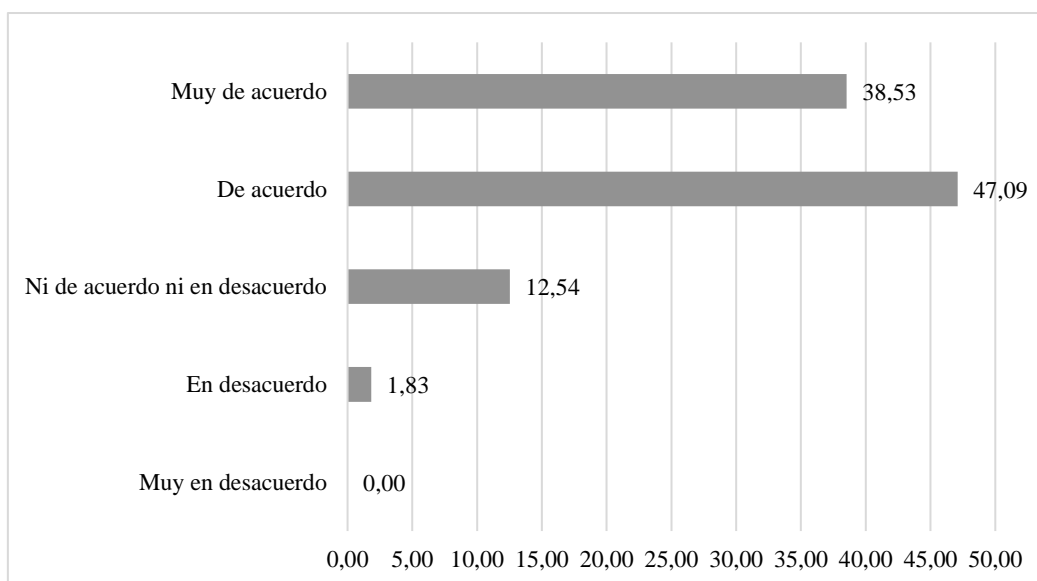
consumo, es la principal actividad económica; por ello se concluye que tanto los residentes como turistas perciben que los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza tienen mayor impacto económico para la región por la vocación turística, por la existencia de circuitos económicos que inciden en la zonificaciones y usos de suelo. Asimismo, estas actividades económicas han incrementado con la aparición de edificaciones comerciales y de servicio, a pesar del cierre de la de la frontera en el 2020, la demanda del capital, ha ido materializando un espacio urbano que integra actividades económicas especializadas o de consumo de masas, que se complementan entre sí.

b) Dimensión impacto social

Tabla 18. *Frecuencia y porcentaje de dimensión social*

		Frecuencia	Porcentaje
	Muy en desacuerdo	0	0,00
	En desacuerdo	4	1,83
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	12,54
	De acuerdo	103	47,09
	Muy de acuerdo	84	38,53
	Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 26. *Gráfico de dimensión social*

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 18 y figura 26 muestran el nivel de impacto social, como se observa el 47,09% consideran estar de acuerdo, mientras que el 1,83% consideran estar en desacuerdo, ello conlleva a concluir que el impacto social en los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza se basa en la relación visitante y población residente; ya que existe un balance positivo a partir de los beneficios materiales económicos, sino que también de los beneficios simbólicos que se procesan de la interacción inmaterial entre locales y turistas, existiendo la relación Tacna-Arica por su relación transfronteriza, lo que ha conllevado a que interactúan, edifiquen proyectos de vida o simplemente se diviertan, lo que ofrece una imagen de cordialidad y solidaridades; ello complementa las fuertes implicaciones para la convivencia comunitaria, que supone una reciprocidad en base a la interacción entre culturas.

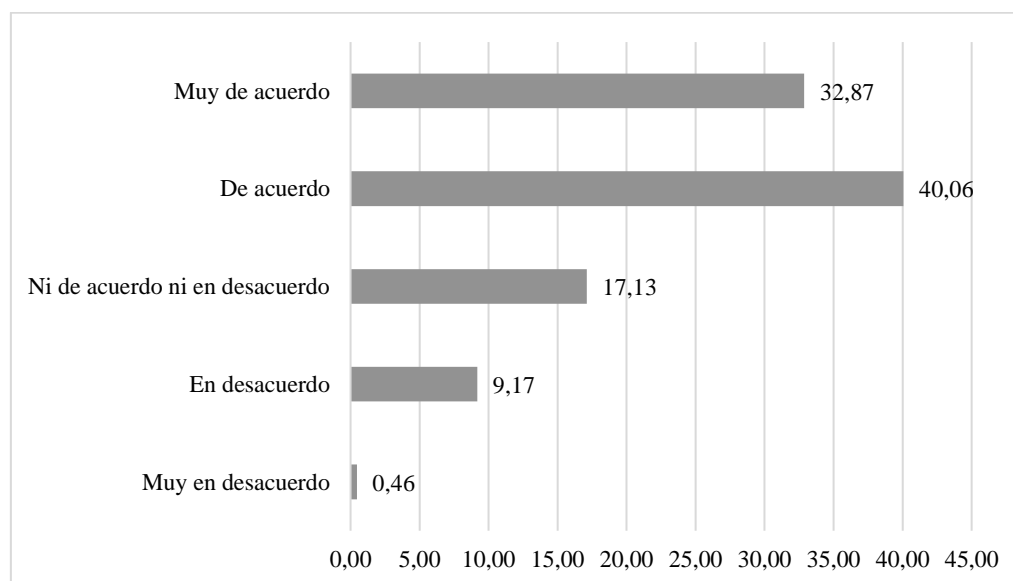
c) Dimensión impacto ambiental

Tabla 19. Frecuencia y porcentaje de dimensión ambiental

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	0,46
En desacuerdo	20	9,17
Válidos Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	17,13
De acuerdo	87	40,06
Muy de acuerdo	72	32,87
Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 27. Gráfico dimensión social



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 19 y figura 27 muestran el nivel de impacto ambiental, como se observa el 40,06% consideran estar de acuerdo, mientras que el 0,46% consideran estar muy en desacuerdo, ello evidencia que los grados de alteración o deterioro por las prácticas turísticas de consumo han transformado físicamente la calle por el

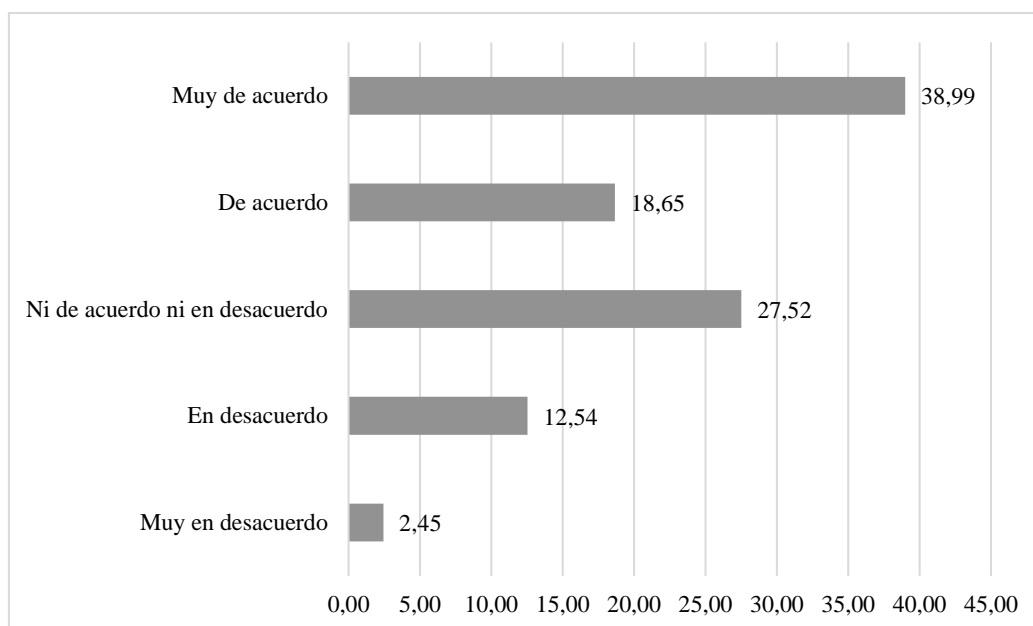
patrón de crecimiento de la ciudad al ser espacios de segregación o de uso muy acelerado en función de las necesidades de movilidad, ello también se denota en el estado de conservación de la materialidad de los elementos o mobiliario urbano, con lo que se concluye que existe una percepción de deterioro de las áreas verdes por el rango de cobertura vegetal, esto se relaciona con el ornato de la ciudad y el mantenimiento por parte del gobierno local, ya que las áreas verdes mejoran las condiciones medioambientales en las ciudades y aporta a la calidad de vida. El turismo de consumo ha incidido en la nueva arquitectura insertada en el territorio para satisfacer la demanda comercial y de servicios, ganando protagonismo por la transformación, ello ha conllevado a la dispersión y que se vea afectado el carácter colectivo que debe brindar el espacio público.

d) Dimensión impacto cultural

Tabla 20. *Frecuencia y porcentaje de dimensión cultural*

		Frecuencia	Porcentaje
	Muy en desacuerdo	5	2,45
	En desacuerdo	27	12,54
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	27,52
	De acuerdo	41	18,65
	Muy de acuerdo	85	38,99
	Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 28. *Gráfico dimensión cultural*

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 20 y figura 28 muestran el nivel de impacto ambiental, como se observa el 38,99 % consideran estar muy de acuerdo, mientras que el 2,45% consideran estar muy en desacuerdo, esto se evidencia, ya que la Avenida San Martín y Bolognesi, forman parte de la “Zona Monumental de Tacna” a diferencia de la Avenida Coronel Mendoza que no cuenta con ellos. En tal sentido, los principales inmuebles con valor patrimonial representativos de la ciudad, y el acelerado cambio de usos por satisfacer las necesidades del turismo de consumo ha llevado a que este patrimonio sea demolido para construir edificaciones como galerías comerciales, considerando que la imagen urbana es elemento importante para las sociedades, ya que se da a partir de lo que ve el ciudadano y de cómo lo interpreta. Ello se evidencia por el descuido y falta de inversión privada para la restauración de inmuebles de valor patrimonial que puedan contribuir a la imagen urbana, además que dentro del contexto urbano los inmuebles de valor patrimonial perdidos desvirtúan el valor testimonial en función de la oferta y demanda turística, además que es estado y el sector privado desatienden o provocan el deterioro y pérdida total de la infraestructura y por ende de su valor histórico.

4.3.1.2 Análisis descriptivo de la variable dependiente “imagen urbana del espacio público”

El estudio de la variable dependiente imagen urbana del espacio público se realizó en función a sus dimensiones: funcional, perceptual, morfológica y visual.

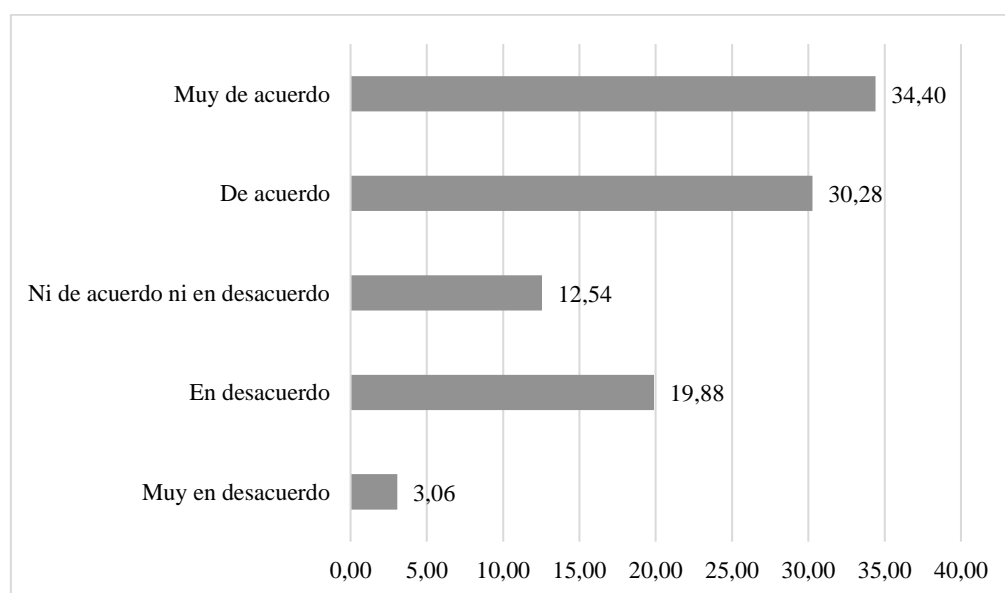
a) Dimensión funcional

Tabla 21. Frecuencia y porcentaje de dimensión funcional

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	7	3,06
En desacuerdo	43	19,88
Válidos Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	12,54
De acuerdo	66	30,28
Muy de acuerdo	75	34,40
Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 29. Gráfico dimensión funcional



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

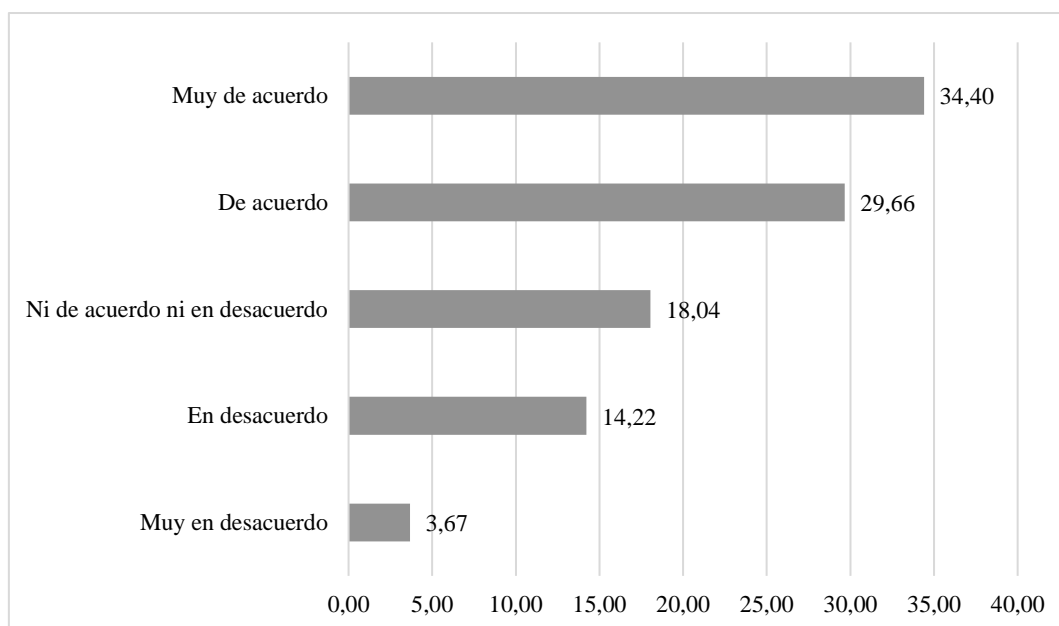
La tabla 21 y figura 29 muestran el nivel de dimensión funcional, como se observa el 34,40 % consideran estar muy de acuerdo, mientras que el 3,06% consideran estar muy en desacuerdo, ello concluye en que existe una variedad de usos, en los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza, derivándose de los circuitos económicos que existen en la ciudad, con una variedad alta de usos, lo cual está relacionado a la calidad múltiple establecida en la red de relaciones, refleja diferentes frecuencias de uso, se da según los focos de diversidad funcional, esto se ve reflejado en los atractores según los usos, así como las rutas y paradas de transportes público durante el día, ocupan la calle y transforman las condiciones del espacio calle. Lo cual nos indica que son ejes urbanos que permiten la circulación y conectividad, por lo tanto, la permeabilidad del espacio público está relacionado a la capacidad de ser penetrado y que a través de él o dentro se pueda circular de un lado a otros, esta característica ha influido en la percepción de los residentes y turistas que consideran que los ejes de comercio y servicios cumplen con el número de recorridos alternos de un entorno, fundamentalmente en la traza urbana.

b) Dimensión perceptual

Tabla 22. Frecuencia y porcentaje de dimensión perceptual

		Frecuencia	Porcentaje
	Muy en desacuerdo	8	3,67
	En desacuerdo	31	14,22
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	18,04
	De acuerdo	65	29,66
	Muy de acuerdo	75	34,40
	Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 30. *Gráfico dimensión perceptual*

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 22 y figura 30 muestran el nivel de dimensión perceptual, como se observa el 34,40 % consideran estar muy de acuerdo, mientras que el 3,67% consideran estar muy en desacuerdo, por lo tanto, los elementos de la legibilidad más reconocidos se encuentran en la Avenida Bolognesi y San Martín. Por lo tanto, la legibilidad del espacio público se ve reflejado en el grado de comunicación entre el espacio público y el ciudadano que aporta a los rasgos físicos-simbólicos, ya que cuando se recorre un espacio se recuerda lo que se encuentra en él, ello depende de la facilidad de reconocer y entender las sendas como conductos que sigue el observador, los nodos como puntos estratégicos, los hitos como puntos de referencia, los bordes como elementos lineales y los barrios como secciones de ciudad con imagen identificable. Se identifica los atractores como elementos de los recuerdos del imaginario, los elementos evocados por su interacción de dependencia y la importancia que significan para el habitante y los elementos ausentes que tienen un papel por la construcción en el imaginario.

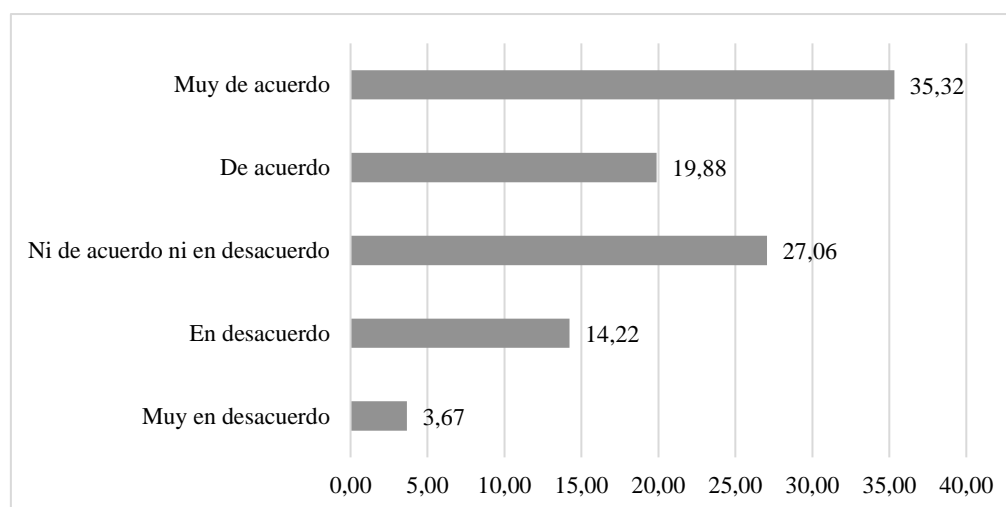
c) Dimensión morfológica

Tabla 23. Frecuencia y porcentaje de dimensión morfológica

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	3,67
En desacuerdo	31	14,22
Válidos Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	27,06
De acuerdo	43	19,88
Muy de acuerdo	77	35,32
Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 31. Gráfico dimensión morfológica



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 23 y figura 31 muestran el nivel de dimensión morfológica, como se observa el 35,32 % consideran estar muy de acuerdo, mientras que el 3,67% consideran estar muy en desacuerdo, por lo tanto, la imagen urbana de las fachadas existentes asume una percepción negativa, considerando que no favorecen como contenido de escena urbana. En la dinámica de la morfología del espacio público, la lectura de la calle a partir de la fachada como línea de edificación y al espacio

inmediatamente adyacente como zona de circulación libre donde la intensidad de uso establece la permanencia de los residentes y turistas, en específico los desplazamientos, ocupaciones y prácticas cotidianas que otorga un modo de habitar distinto generando prácticas de consumo ya sea con fachadas activas y áreas libres de descanso de vigía, interactiva o privatizada, de esta forma construyen un espacio que permite reunir a las personas.

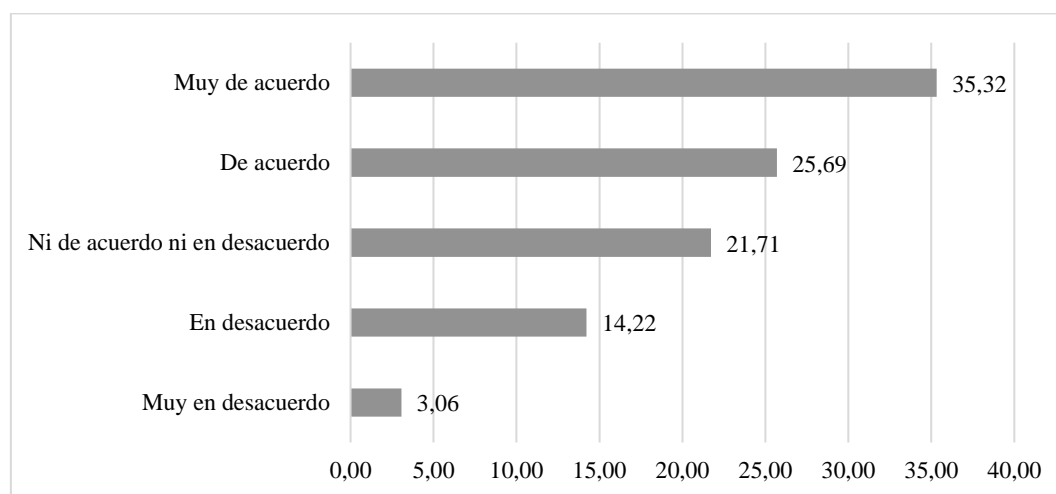
d) Dimensión visual

Tabla 24. Frecuencia y porcentaje de dimensión visual

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	7	3,06
En desacuerdo	31	14,22
Válidos Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	21,71
De acuerdo	56	25,69
Muy de acuerdo	77	35,32
Total	218	100,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 32. Gráfico dimensión visual



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

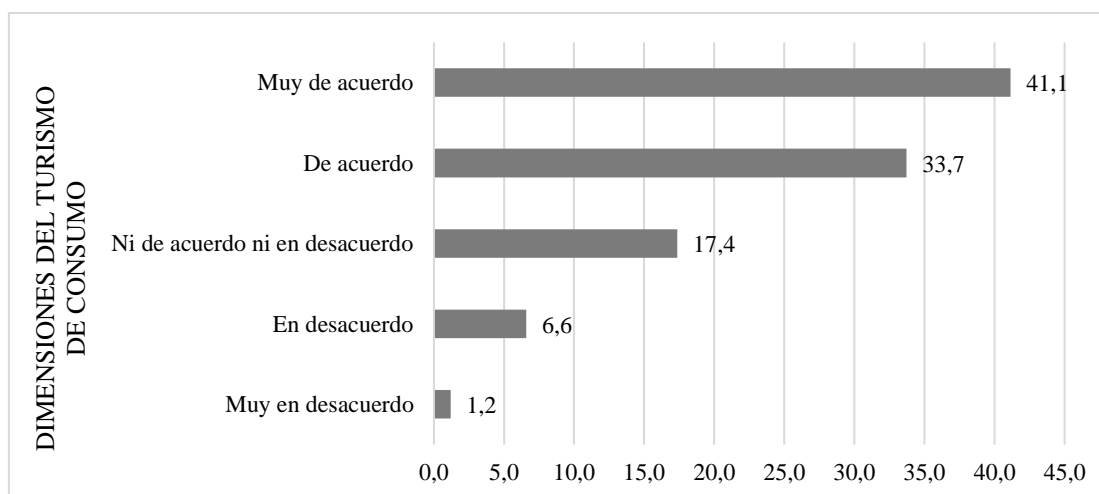
La tabla 24 y figura 32 muestran el nivel de dimensión visual, como se observa el 35,32 % consideran estar muy de acuerdo, mientras que el 3,06% consideran estar muy en desacuerdo, ello se relaciona con las áreas de interés escénico y los puntos de interés visual que poseen, asimismo la cubierta vegetal dominante a diferencia de la Avenida Coronel Mendoza que no cuenta con un fondo escénico que converja e interactúe en los distintos planos de profundidad. La estética urbana se interpreta por el orden, la belleza y el estilo de los elementos que componen el espacio público como asociaciones, que son referentes directos del imaginario de la ciudad, muchos de los elementos que aportan son los sitios representativos que tienen atributos de identidad, que, como información visual por su estilo, materiales y manejo cromático, ofrecen una información visual con diferente grado de significación.

4.3.1.3 Análisis resumen de la variable independiente “turismo de consumo”

Tabla 25. *Tabla resumen de análisis de la variable turismo de consumo*

Dimensiones	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Impacto económico	1,83	2,75	12,23	29,05	54,13
Impacto social	0,00	1,83	12,54	47,09	38,53
Impacto ambiental	0,46	9,17	17,13	40,06	32,87
Impacto cultural	2,45	12,54	27,52	18,65	38,99
Promedio	1,19	6,57	17,35	33,72	41,13

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 33. Promedio de percepción sobre turismo de consumo

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 25 y figura 33 muestra los resultados del promedio de percepción de las dimensiones del turismo de consumo, comprobando que el nivel muy de acuerdo predomina con el 41,10%, en conclusión, los encuestados perciben que los impactos del turismo son reconocibles en la ciudad de Tacna.

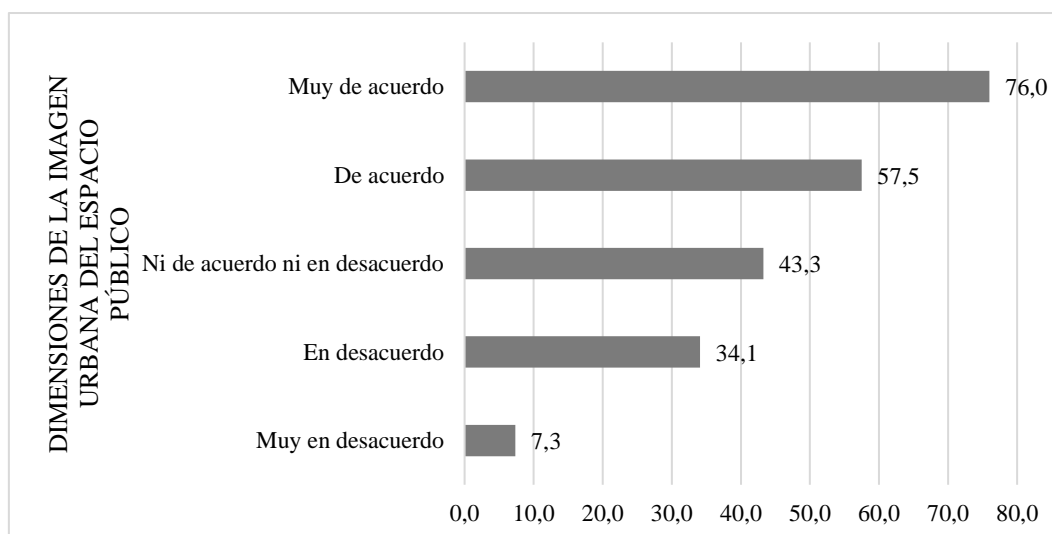
4.3.1.4 Análisis resumen de la variable dependiente “imagen urbana del espacio público”

Tabla 26. Tabla resumen de análisis de la variable imagen urbana del espacio público

Dimensiones	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Funcional	6,67	43,33	27,33	66,00	75,00
Perceptual	8,00	31,00	39,33	64,67	75,00
Morfológica	8,00	31,00	59,00	43,33	77,00
Visual	6,67	31,00	47,33	56,00	77,00
Promedio	7,30	34,10	43,30	57,50	76,00

Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Figura 34. Promedio de percepción sobre imagen urbana del espacio público



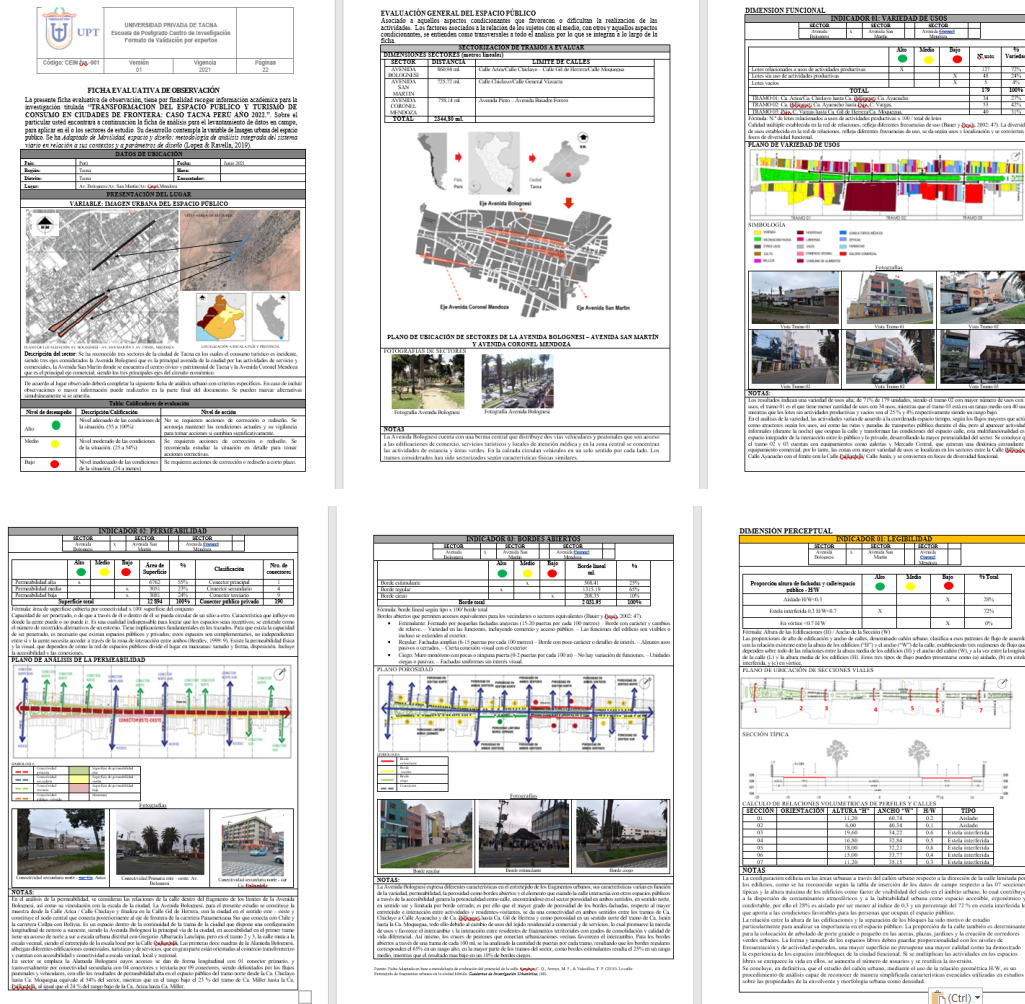
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La tabla 26 y figura 34 muestra los resultados del promedio de percepción de las dimensiones de la imagen urbana del espacio público, comprobando que el nivel muy de acuerdo predomina con el 76,00%, en conclusión, los encuestados perciben que la imagen urbana es influyente en las características físicas de una ciudad.

4.3.2 Resultados de ficha evaluativa de observación

Para recoger la información de las características físicas de los ejes comerciales y de servicios, se ha recolectado data a través de la ficha evaluativa de observación que tiene por finalidad recoger información académica, la cual se presenta a continuación. Descripción del sector: Se ha reconocido ejes lineales de la ciudad de Tacna en los cuales el consumo turístico es incidente, siendo tres ejes considerados la Avenida Bolognesi que es la principal avenida de la ciudad por las actividades de servicio y comerciales, la Avenida San Martín donde se encuentra el centro cívico y patrimonial de Tacna y la Avenida Coronel Mendoza que es el principal eje comercial, siendo los tres principales ejes del circuito económico.

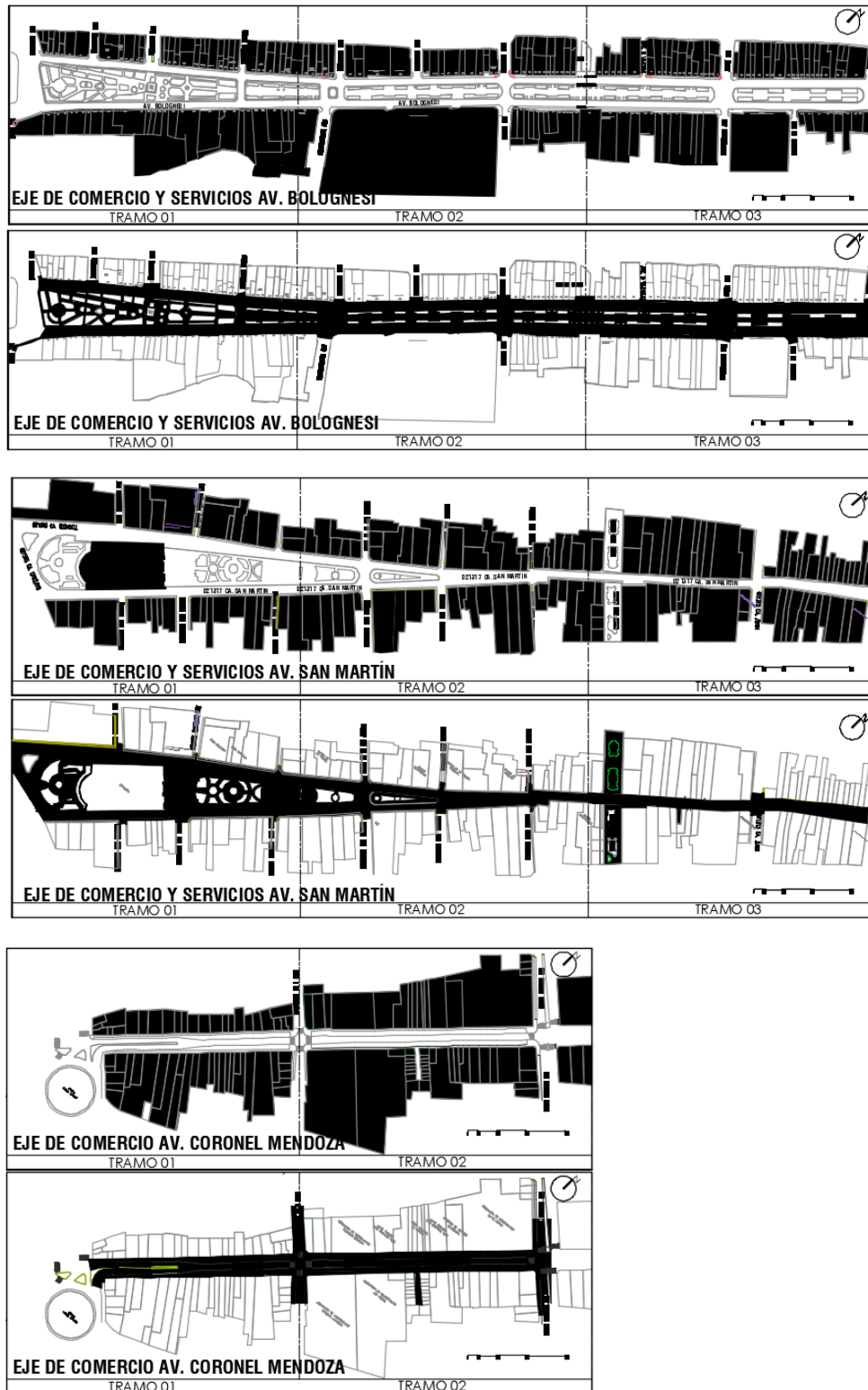
Figura 35. Vista de ficha evaluativa de observación



Nota. Elaboración propia.

Utilizando la técnica gráfica de claro-oscuro para identificar la abstracción de fondo - figura, se presenta una comparación en los tres ejes de las áreas privadas conformada por la totalidad de los predios del territorio edificados en contraste a las áreas denominadas espacio público.

Figura 36. Áreas de dominio privado y público.



Nota. Elaboración propia.

Viario desde la imagen, percepción y escala humana

La integración de los conceptos de movilidad, ciudad y territorio para la comprensión de la red viaria, como elemento estructurante del desarrollo físico espacial, de acuerdo a lo identificado en el trabajo de campo se evidencia que incide por su estructura y diseño en el aumento/reducción de la movilidad y accesibilidad, se consideró los valores del parámetro de vinculación socio espacial, el parámetro geométrico, de integración funcional, de habitabilidad, de seguridad vial y paisajista.

Figura 37. Modelo de parámetros de diseño viario



Nota. Adaptado de Movilidad, espacio y diseño (Lopez & Ravella, 2019).

En cuanto a la identificación de la función y concepción de diseño viario existente se desarrolló el análisis de los entramados peatonales y se profundizó en el conocimiento de humanización con los siguientes parámetros.

Tabla 27. *Identificación de parámetros de diseño viario*

Parámetro	Valores
Vinculación socio espacial	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de vía según flujos conteos y jerarquía - Longitud de la vía continua total - Población que ofrece conectividad - Nro. barrios atravesados
Espacial geométrico	<ul style="list-style-type: none"> - Sección tipo - Alturas reales / normativa
Integración funcional	<ul style="list-style-type: none"> - Transito Medio Diario - Numero de centralidades - % de reparto espacial modal - Perfil usos predominante
Habitabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Superficies: variabilidad material - Superficies: estado - % presencia elemento vegetal
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Semaforización - Velocidades máximas - Legibilidad
Potencial paisajístico	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia natural - Centralidades/nodos/hitos - Intersecciones

Nota. Adaptado de (Lopez & Ravella, 2019).

Síntesis de resultados

- Respecto al tipo de vías según conteos y jerarquías los ejes estudiados representan vías de acceso a la ciudad que conecta de sur a norte, y por el carácter que tiene por el PDU 2015-2025, con otros centros urbanos y partidos adyacentes, son vías con rangos altos de longitud y ofrecen a nivel local, conexión para el 80% de la población, ya que se conectan con los

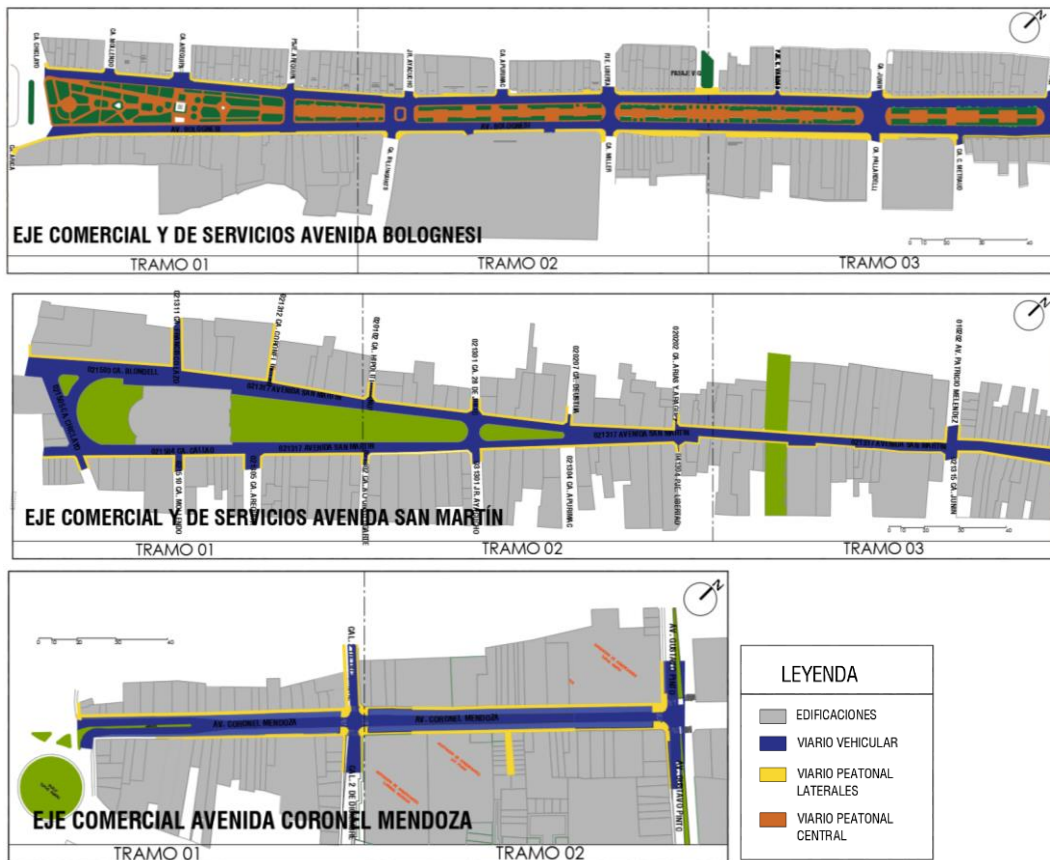
principales barrios de la ciudad y atraviesa de manera directa barrios consolidados.

- En la condición geométrica espacial se presenta un bajo nivel de flexibilidad por las condiciones espaciales que mantienen un ancho no predominante careciendo de veredas y ciclovías, y específicamente los tramos donde están las centralidades del comercio no tienen condiciones bajas en este parámetro, actualmente respecto a las alturas cumplen los parámetros que establece la Municipalidad Provincial de Tacna.
- En la integración funcional, la ponderación es un bajo grado de integración funcional entre la vía y la funcionalidad con el contexto, debido a que tienen un tránsito intenso de aproximadamente 17200 viajes diarios proyecta, estas características se verifica en el recorrido, no es similar en los tres ejes ya la Av. San Martín y Coronel Mendoza solo prevalece el vehicular de auto particular ya que actualmente el aumento de establecimientos comerciales y de servicios ha incrementado su circulación; mientras que en la Avenida Bolognesi existe el tránsito mixto donde el auto y el transporte público predominan por la cercanía a los usos comerciales.
- Respecto a la seguridad en los datos registrados se evidencia un grado medio de seguridad ya que si bien existen la señalización y semáforos estos son ineficientes por la ausencia de elementos reguladores de velocidad, sin embargo, la legibilidad, no presenta elementos perturbadores, siendo los hitos, sendas, nodos y barrios reconocidos por los usuarios.
- En el potencial paisajista expresa un grado medio ya que tiene una baja presencia de rasgos naturales, por ello que los elementos que vinculan los atractivos de la zona deberían potenciarse en lo paisajístico para mejorar la imagen urbana, ya que a la vez los inmuebles patrimoniales están perdiéndose, por lo tanto, se concluye existe un perfil de movilidad dominante, que tiene variabilidad, pero débil presencia vegetal.

-

-

Figura 38. Mapeo de viario de ejes comerciales y de servicios



Nota. Ficha de observación. Elaboración propia.

La oferta comercial a partir de los datos de los mapeos

Los datos obtenidos, aplicado el trabajo de campo de observación indican que existe una variedad de usos alta: de 71%, mientras que los lotes sin actividades productivas y vacíos son el 25 % y 4% respectivamente siendo un rango bajo. En el análisis de la variedad, los flujos más intensos se dan por los atractores según uso, rutas y paradas que durante el día producen que aparezcan actividades informales que ocupan la calle y transforman las condiciones del espacio calle, por ello que esta multifuncionalidad desarrolla el mayor potencial de los sectores que cuentan con equipamientos comerciales como las galerías y mercadillo, y que a su vez generan una dinámica circundante al equipamiento comercial y se convierten en focos de diversidad funcional. Por lo tanto, los datos obtenidos permiten clasificar en tres categorías:

- Espacios de consumo: destinados a la adquisición de productos.
- Servicios: locales donde se adquieren prestaciones.
- Espacios consumibles: se consumen productos y servicios con fines de entretenimiento o socialización.

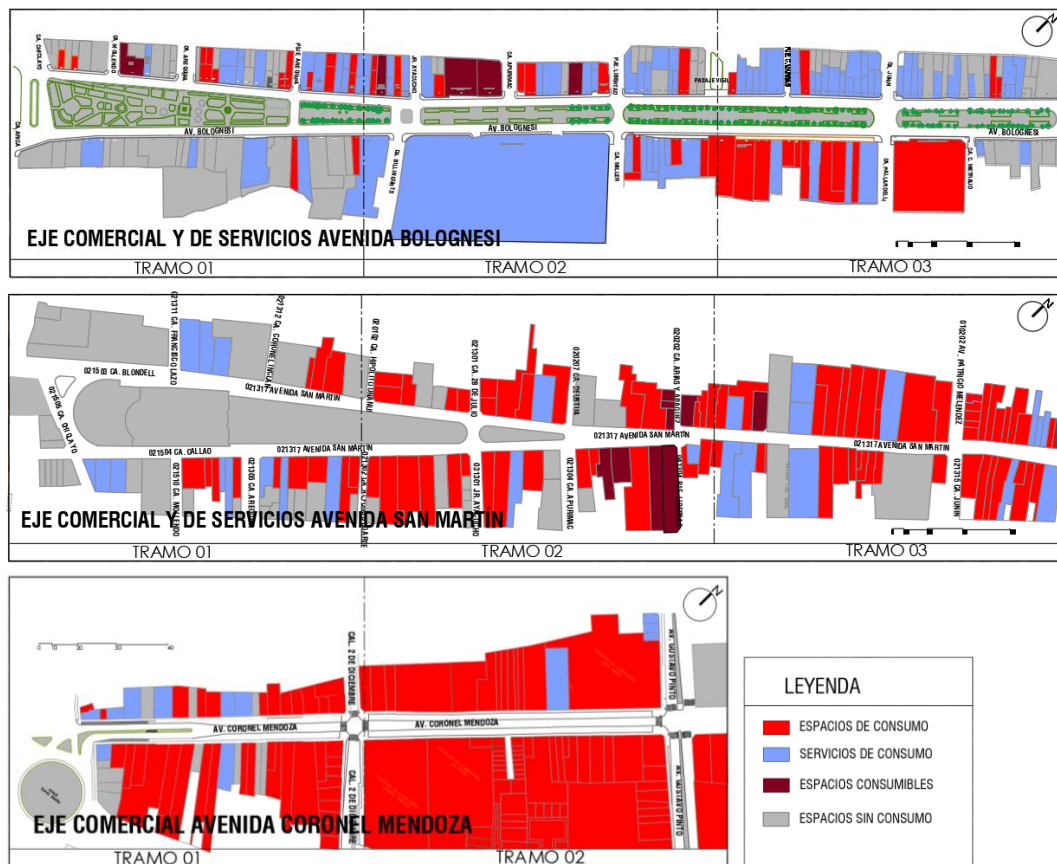
Figura 39. *Fotografías de variedad de usos*



Nota. Elaboración propia.

La cartografía obtenida permite identificar que existe una intensificación de espacios de consumo en función a los ejes comerciales y de servicios identificados, ya que en torno a los espacios públicos se aglomeran las principales funciones, llegando a superarse los 50 locales por hectárea, seguido de los servicios y por ultimo los espacios consumibles.

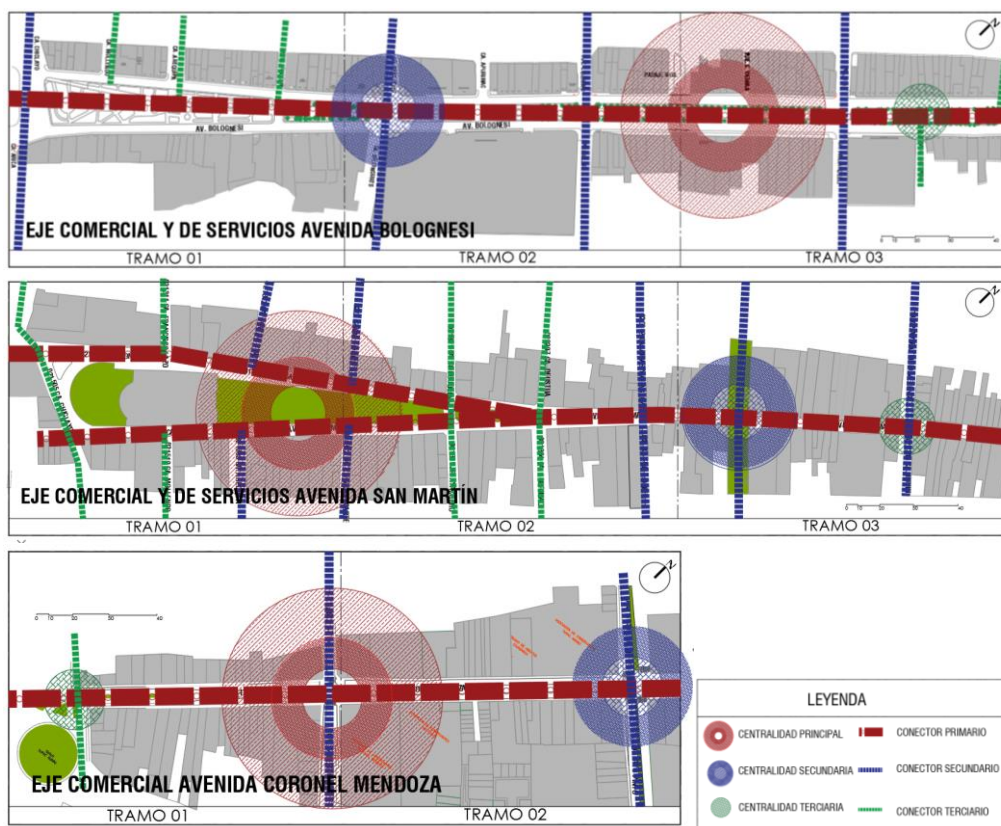
Figura 40. Mapeo de concentración de espacios de consumo



Nota. Ficha de observación. Elaboración propia.

Asimismo, se ha identificado que existe una estructuración lineal del comercio a través de las vías transversales y longitudinales, identificando que los tres ejes estudiados tienen un eje línea central como primario y que los conectores secundarios y terciarios aportan en la articulación hacia los extremos; lo cual evidencia la jerarquización de los centros que se contraponen a los centros tradicionales identificando que existen en tres ponderaciones primarios, secundarios y barriales o terciarios, esto le da el carácter nodal de la implantación, que también interviene en la permeabilidad y porosidad del espacio público como los enlaces viarios permiten la funcionalidad.

Figura 41. Mapeo de jerarquización de centros de consumo



Nota. Ficha de observación. Elaboración propia.

Aspecto tipológico de las transformaciones

En la revisión del espacio público para actividades de consumo en el elemento calle, está vinculado al rol de ciudad de frontera y que conlleva a la diversidad de usos, y teniendo en consideración los criterios morfológicos, se ha identificado configuraciones en función a patrones de asentamiento nuclear, identificando comercios que agrupan actividades administrativas, financieras, y servicios en áreas centrales como en la Avenida San Martín, que es parte de la zona monumental, y que incluso ha conllevado a la especialización de algunos sectores, surgiendo calles con comercio diversificado que depende del alcance regional, local y barrial, por lo tanto aparecen las “micro centralidades” que en algunos casos se han configurado como barreras que generan límites en los sectores comerciales que transforman el tejido urbano existente como por ejemplo la sustitución o renovación de vivienda a comercio o servicios.

Figura 42. Imágenes de “micro centralidades” en el eje Avenida San Martín.



Nota. Elaboración propia.

En general, existe un alcance superior en el cual el segmento socioeconómico, influye en la categoría de ferias o concentraciones de comercio informal, y que se ha identificado como corredores de desarrollo lineal que se extienden, este fenómeno de uso del espacio público por comercio informal se identifica en los ejes Avenida Bolognesi y Avenida Coronel Mendoza.

Figura 43. Fotografías de comercio informal en el espacio público derecha Avenida Bolognesi, izquierda Avenida Coronel Mendoza.



Nota. Elaboración propia.

El espacio público como infraestructura, según el rubro y alcance identifica las configuraciones de elementos comerciales en algunos casos aislados como por ejemplo en la Avenida Coronel Mendoza donde los llamados “mercadillos” que se seleccionan según su rubro y su influencia como cajas cerradas y donde el formato de paseo de compras establece configuraciones puntuales.

Figura 44. *Fotografías de comercio informal en el espacio público derecha Avenida Bolognesi, izquierda Avenida Coronel Mendoza.*



Nota. Elaboración propia.

La localización de los espacios públicos ya sea de forma central o periférica y donde los equipamientos de comercio y servicios están alojados y que en muchos casos cumplen el papel de atractores de la actividad de compras desde su emplazamiento se distribuyen a lo largo del tejido urbano, y de preferencia se identifican como nodos, este tipo de configuraciones las vemos reflejadas en los tres ejes estudiados.

Figura 45. *Fotografías de puntos de enclave en la Avenida San Martín.*



Nota. Elaboración propia.

La captación de flujos potenciales para el consumo turístico está relacionada con el ordenamiento jerárquico, obedecen a criterios de comercios que aprovechan las actividades del mismo rubro, por lo tanto, en las Avenidas Bolognesi y San Martín se identifica un comercio minorista, mientras que en la Avenida Coronel Mendoza se determina por escalas de comercio mayorista, esto corresponde a estrategias de mercado que varían en el tiempo por los cambios sociales y de consumo.

Las calles comerciales como espacio central en la vida barrial, está formada por la congregación de locales y la ocupación de la calle a través de retiros y extensiones de los comercios y servicios. Este tipo de espacio comercial, es lo que contribuye a las modificaciones de la imagen urbana. Las vías principales que se colmatan de la diversidad de actividades de tienda, equipamientos, restaurantes, entre otros e incluso de vendedores ambulantes, lo cual ha generado que gradualmente las zonas residenciales, se han ido diversificando en la trama urbana creando diferencia en los modos de vida estas características descritas se evidencian en los tres ejes: Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza.

Las transformaciones del espacio público han conllevado a que los edificios tomen un uso comercial que responda a la dinámica urbana, entorno a las plazas y parques, y que una serie de locales de borde tomen usos vinculados, lo decrito lo evidenciamos en la Avenida Bolognesi y Avenida San Martín lo cual está ligado al espacio público que se expande fuera de los límites de los edificios destinados al fin comercial y de servicios, por lo tanto es frecuente encontrar en torno a estas actividades una intensa vida; esto ha conllevado a que dentro de las manzanas planificadas se transformen en equipamientos mixtos de barrio identificando calle comercial, anillo comercial de plaza y calles en torno a mercado y a la vez ha conllevado que exista la vivienda comercio a su alrededor.

Tabla 28. *Identificación de equipamientos mixtos de barrio.*

Equipamiento + espacio abierto	Equipamiento + casa
Calle comercial	Vivienda comercio
Anillo comercial de plaza	
Calles en torno a mercado	

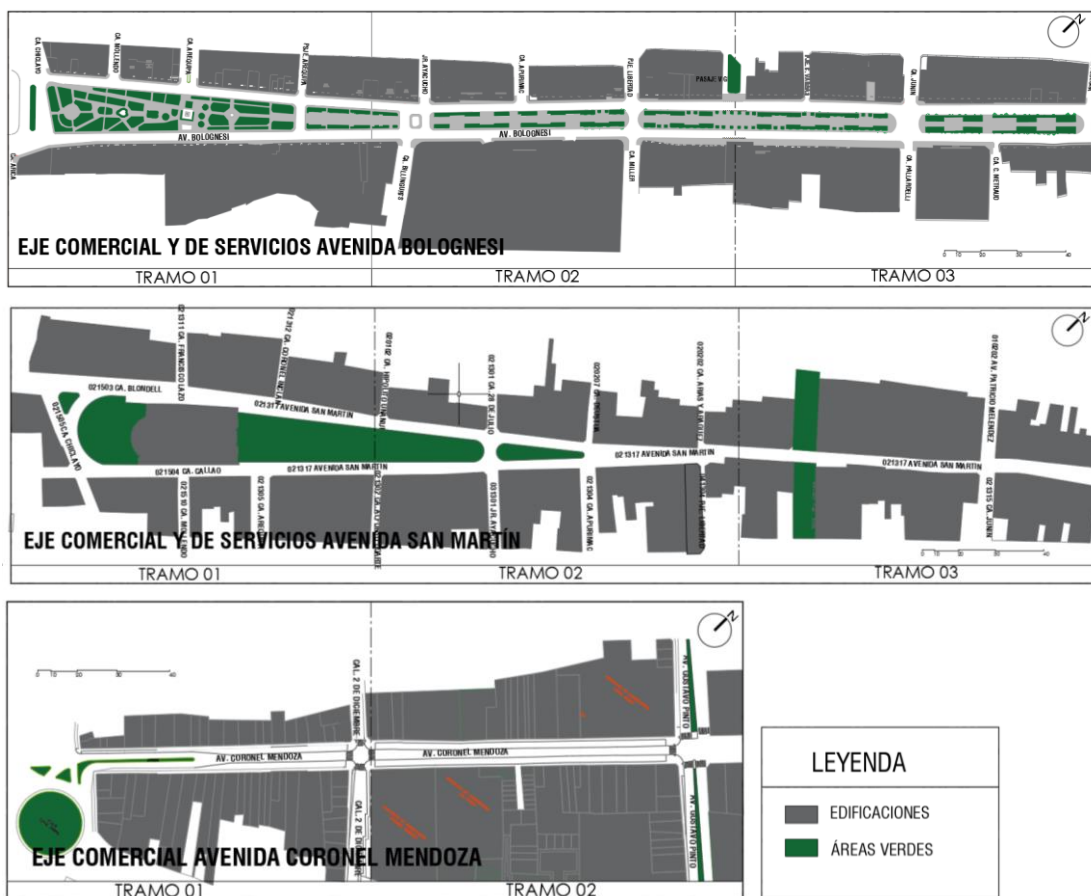
Nota. Ficha de observación. Elaboración propia.

Figura 46. *Fotografías de calle comercial, y calle entorno a mercado (superiores) anillo comercial de plaza (inferiores).*

Nota. Elaboración propia.

El espacio público identificado en relación al nivel de cobertura vegetal, que se utilizan como extensiones y van configurándose como calle-jardín, considerando que corresponde al 25% de los espacios destinados y ocupados lo cual es un estándar bajo, el eje de la Avenida Bolognesi que aproximadamente 800 ml. de jardín lineal, en calles paralelas no se evidencia jardineras, mientras que en la Avenida San Martín en el Paseo Cívico está la mayor parte de vegetación, mientras que en la Avenida Coronel Mendoza es escasa.

Figura 47. Mapeo de nivel de cobertura vegetal



Nota. Ficha de observación. Elaboración propia.

4.3.3 Resultados de la entrevista

Finalizada la etapa de las entrevistas, en la cual los informantes estuvieron dispuestos a colaborar, por ello al contar con las grabaciones se procedió a la transcripción, donde se anotó según lo se dijo, se acogió el protocolo de transcripción de Rapley (2014). La transcripción fue transcrita primero de manera general y después con agudeza, esta información aporta a identificar, organizar y reconocer los patrones a partir de una lectura profunda e ir creando los códigos.

El proceso de codificación consistió relacionar lo mencionado por los entrevistados a través de la codificación axial a partir de las categorías y la abierta

a partir de los códigos que van emergiendo de la información recopilada, esto aporta al análisis temático de relación entre códigos y que define hallazgos que responden a las preguntas del estudio y que se agrupa en una serie de códigos que prioriza la cantidad de veces que aparece la información para validarla.

Tabla 29. *Pasos del análisis temático*

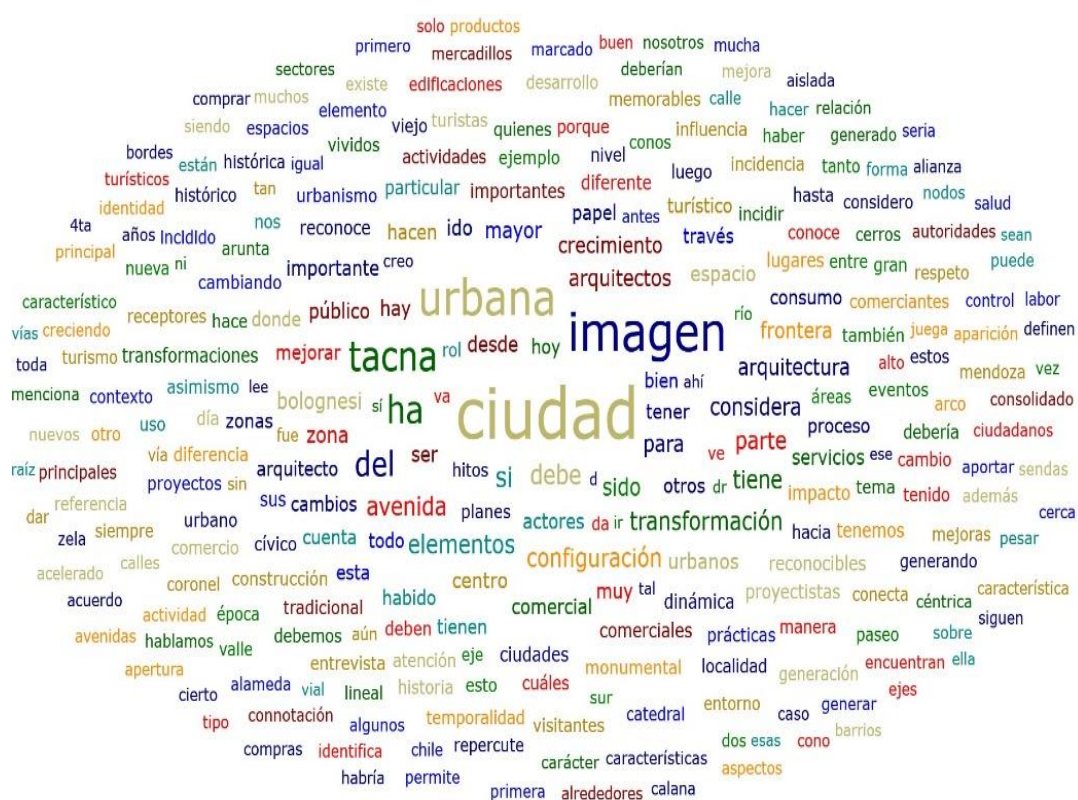
Pasos	Acciones
Familiarizarse con la data	Leerla de manera general y aguda
	Transcribirla
	Anotar ideas iniciales
Generar códigos iniciales	Codificar ideas significativas en toda la data
Buscar temas	Identificar temas potenciales
	Reunir todos los códigos posibles con los temas identificados
Revisar los temas	Verificar que los temas se relacionen lógicamente con partes de los testimonios
	Realizar mapas temáticos
Definir los temas	Revisar lo trabajado y verificar la definición de los temas
Escribir el informe	Seleccionar las partes de los testimonios que reflejen concisamente los temas a relatar.
	Mostrar diferentes ejemplos testimoniales de los temas que destacan.

Nota. *Adaptado de Braun y Clarke, 2013*

Para el proceso de análisis de la fase cualitativa se llevará a cabo a través de la descripción y análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas para que a través de las respuestas planteadas por los expertos se entienda la percepción y comprensión profunda de las categorías analizadas, por ello la sistematización y codificación de los datos se elabora del software Atlas. ti.

Se ha aplicado la técnica de nube de dispersión de palabras para hallar los términos de mayor frecuencia e importancia, identificando que el mayor tamaño tiene las palabras: ciudad, imagen, urbana, Tacna, avenida, elementos y transformación entre otras. A través de la nube de dispersión de palabras filtradas se puede comprender como que términos guardan mayor relación con el tema de investigación.

Figura 48. Nube de dispersión de palabras filtrada



Nota. Elaborado de Atlas. Ti 9 con base en datos de las entrevistas.

Asimismo, se identifica la lista de conceptos con mayor frecuencia y porcentaje de uso en las entrevistas obteniendo la siguiente tabla.

Tabla 30. *Frecuencia de palabras de análisis exploratorio*

Palabra	Largo	Total	%
ciudad	6	157	0.04883
imagen	6	111	0.03453
urbana	6	97	0.03017
tacna	5	75	0.02333
avenida	7	30	0.00933
elementos	9	29	0.00902
transformación	14	28	0.00871
considera	9	25	0.00778
configuración	13	22	0.00684
arquitectura	12	21	0.00653
arquitectos	11	20	0.00622
centro	6	20	0.00622
frontera	8	20	0.00622
mayor	5	20	0.00622
bolognesi	9	19	0.00591
comercial	9	19	0.00591
parte	5	19	0.00591
zona	4	19	0.00591
comerciales	11	17	0.00529
ido	3	17	0.00529
urbanos	7	16	0.00498
zonas	5	16	0.00498
ciudades	8	15	0.00467
espacio	7	15	0.00467
crecimiento	11	14	0.00435
hacen	5	14	0.00435
público	7	14	0.00435
actores	7	13	0.00404
mejorar	7	13	0.00404
cambios	7	12	0.00373
cívico	6	12	0.00373
importante	10	12	0.00373
lugares	7	12	0.00373
papel	5	12	0.00373
tener	5	12	0.00373
tienen	6	12	0.00373
consumo	7	11	0.00342
diferente	9	11	0.00342
habido	6	11	0.00342
importantes	11	11	0.00342
proceso	7	11	0.00342
proyectistas	12	11	0.00342

reconocibles	12	11	0.00342
servicios	9	11	0.00342
turístico	9	11	0.00342
donde	5	10	0.00311
hoy	3	10	0.00311
identidad	9	10	0.00311
impacto	7	10	0.00311
monumental	10	10	0.00311
particular	10	10	0.00311
proyectos	9	10	0.00311
reconoce	8	10	0.00311
transformaciones	16	10	0.00311

Nota. Elaborado de Atlas.ti 9 con base en datos de las entrevistas.

Para la sistematización de la fase cualitativa se llevó a cabo la codificación de los datos, pero filtrando los conceptos que tienen mayor relevancia para su codificación.

Tabla 31. *Frecuencia de conceptos filtrados.*

Palabra	Largo	Total	%
ciudad	6	157	0.04883
imagen	6	111	0.03453
urbana	6	97	0.03017
tacna	5	75	0.02333
avenida	7	30	0.00933
elementos	9	29	0.00902
transformación	14	28	0.00871
configuración	13	22	0.00684
arquitectura	12	21	0.00653
arquitectos	11	20	0.00622
centro	6	20	0.00622
frontera	8	20	0.00622
bolognesi	9	19	0.00591
comercial	9	19	0.00591
parte	5	19	0.00591
zona	4	19	0.00591
comerciales	11	17	0.00529
urbanos	7	16	0.00498
espacio	7	15	0.00467

Nota. Elaborado de Atlas. Ti 9 con base en datos de las entrevistas.

Se procedió a analizar las diez entrevistas con los conceptos codificados y se extrajo los párrafos para generar una matriz de categorías y códigos que se muestra a continuación:

Tabla 32. *Matriz de categorías y códigos*

Categoría	Concepto	Dimensión	Subdimensión
Legibilidad	Facilidad de comprensión.	Perceptual	Identidad
			Estructura
			Significados
Permeabilidad	Influye en donde la gente puede ir o no puede ir.	Morfológica	Forma
			Patrones
			Transformaciones
Variedad	Determina la gama de actividades en diferentes formas usos y significados.	Funcional	Prácticas de consumo
			Tipo de actividades

Nota. Elaboración propia.

4.3.3.1 Análisis sistemático de la entrevista

Mediante las plantillas de valoración de las categorías y códigos, se procedió a agregar los documentos de las transcripciones de las entrevistas para validar los códigos, según el postulado de Campbell, Quincy, Jordan y Pedersen (2013), el estudio partió de tres categorías de legibilidad, permeabilidad y variedad, para poder comprender como en el transcurso se han convertido en temas, para ello se elaboró esquemas de análisis donde el celeste es para las categorías, el naranja los temas emergentes y el amarillo los sub temas que luego se desarrollarán a través de esquemas en red.

Figura 49. Codificación de temas

Nombre	Enraizamiento	ID	Referencia	Nomb...	Contenido del texto	Documento	Densidad	Códigos
1. Legibilidad	2	1:1	p 1		el entorno mismo se esta des...	Entrevista 01	1	[2.1.3 Transformación]
1.1 Perceptual	1	1:2	p 1		consumo turístico el cual es u...	Entrevista 01	1	[3.1.1 Prácticas de consumo]
1.1.1 Identidad	6	1:3	p 1		no solo la parte de venta de...	Entrevista 01	1	[3.1.1 Prácticas de consumo]
1.1.2 Estructura	2	1:4	p 1		el comercio es importante ti...	Entrevista 01	1	[3.1.2 Tipo de actividades]
1.1.3 Significados	8	1:5	p 2		un rol importante para marca...	Entrevista 01	1	[1. Legibilidad]
2. Permeabilidad	1	1:6	p 2		Debe a haber un orden	Entrevista 01	1	[2.1.1 Forma]
2.1 Morfológica	1	2:1	p 1		Elementos reconocibles urba...	Entrevista 02	1	[1.1.2 Estructura]
2.1.1 Forma	9	2:2	p 1		proceso de aparición y desarr...	Entrevista 02	1	[2.1.1 Forma]
2.1.2 Patrón	8	2:3	p 1		dinámica de ser una ciudad d...	Entrevista 02	1	[2.1.1 Forma]
2.1.3 Transformación	9	2:4	p 1		densificación de usos	Entrevista 02	1	[3.1.2 Tipo de actividades]
3. Variedad	1	2:5	p 1		el ciudadano el actor más dir...	Entrevista 02	1	[1.1.1 Identidad]
3.1. Funcional	2	2:6	p 1		dinámica y movimiento com...	Entrevista 02	1	[2.1.3 Transformación]
3.1.1 Prácticas de consumo	10	2:7	p 1		a buena práctica que siempre...	Entrevista 02	1	[2.1.1 Forma]
3.1.2 Tipo de actividades	10	2:8	p 2		una armonía en función de su...	Entrevista 02	1	[2.1.2 Patrón]
		2:9	p 2		Primero se debe tener en cue...	Entrevista 02	1	[2.1.2 Patrón]
		3:1	p 1		reconocerla a través de sus ej...	Entrevista 03	1	[2.1.2 Patrón]
		3:2	p 1		las actividades comerciales...	Entrevista 03	1	[2.1.1 Forma]
		3:3	p 1		el mayor impacto es en comp...	Entrevista 03	1	[3.1.1 Prácticas de consumo]

Nota. Elaborado de atlas. ti 9 con base en datos de las entrevistas.

El análisis sistemático se realizó a través de la codificación de los conceptos con mayor relevancia para la investigación siendo 14 códigos y 70 citas:

Codificación legibilidad – 2 citas

1:5 ¶ 2 in Entrevista 01, un rol importante para marcar una imagen de la ciudad consolidada / 9:2 ¶ 6 in Entrevista 09, Articular como el entorno y las actividades humanas que perciben el espacio, entienden el sentido del lugar generado de la relación de la forma espacial y la identificación del sector, la imagen que las personas tienen considerando los elementos tales como nodos, sendas, bordes y barrios, a partir de ello se obtiene la aproximación de la imagen urbana.

Codificación percepción – 1 cita

10:1 ¶ 3 in Entrevista 10, reconocer con facilidad de comprender, de forma visual las oportunidades que hagan que el lugar sea comprensible.

Codificación identidad – 6 citas

2:5 ¶ 1 in Entrevista 02, el ciudadano el actor más directo / 4:6 ¶ 2 in Entrevista 04, los edificios son un referente de la ciudad y contribuir a la mejora de la imagen urbana / 7:1 ¶ 1 in Entrevista 07, la identidad se está perdiendo en el centro de la

ciudad antes se veía más arquitectura típica /8:4 ¶ 2 in Entrevista 08, conciencia con responsabilidad social, como personas para poder en cierta manera mejorar la imagen urbana / 9:5 ¶ 9 in Entrevista 09, producir condiciones deseables de ocupación y que los habitantes tengan un sentimiento de pertenencia al lugar / 10:7 ¶ 15 in Entrevista 10, el principal el actor es ciudadano que hace suyo el espacio y se apropia de él.

Codificación estructura – 2 citas

2:1 ¶ 1 in Entrevista 02, Elementos reconocibles urbanos / 8:1 ¶ 1 in Entrevista 08, elementos hitos son prácticamente los que de cierta manera uno los puede identificar por sus propias características y zonas definidas por los elementos urbanos.

Codificación de significado – 8 citas

4:1 ¶ 1 in Entrevista 04, elementos más representativos / 4:2 ¶ 1 in Entrevista 04, la imagen urbana es histórica / 4:3 ¶ 1 in Entrevista 04, el histórico colectivo se reconoce los callejones antiguos, los monumentos históricos de la zona monumental, lo que la hace una ciudad diferente, estos elementos reconocibles tiene mucha relación con el histórico / 4:7 ¶ 2 in Entrevista 04, el respeto por los hitos y generar nuevos por el crecimiento, la generación nuevas maneras de expansión urbana que requiere generar nueva imagen urbana / 7:5 ¶ 2 in Entrevista 07, preservación de nuestro patrimonio para nuestras futuras generaciones inculcándoles su protección, y a la vez poder garantizar q nuestros futuros profesiones puedan plasmar proyectos q puedan garantizar nuestras futuras necesidades / 8:3 ¶ 2 in Entrevista 08 debe preservar los elementos significativos de la ciudad sin ser ajenos a la modernidad / 9:4 ¶ 9 in Entrevista 09, los espacios crean lugares que ahondan en los vínculos entre las personas con el espacio, lo que llamamos el apego al lugar y a la identidad / 10:4 ¶ 8 in Entrevista 10, las personas y los espacios se vinculan apropiándose del espacio por el apego que los identifica que son del lugar.

Codificación permeabilidad – 1 cita

10:11 ¶ 10 in Entrevista 10, influyen en donde la gente puede ir o no puede ir.

Codificación morfología – 1 cita

10:10 ¶ 22 in Entrevista 10/ una visión humanista que pondera a la persona como eje fundamental de la ciudad, por ello se considera que se requiere espacios públicos inclusivos para mejorar la calidad de vida y bienestar social, donde la calle es la imagen tradicional de los elementos urbanos con el imaginario.

Codificación forma – 9 citas

1:6 ¶ 2 in Entrevista 01, Debe a haber un orden/ 2:2 ¶ 1 in Entrevista 02 proceso de aparición y desarrollo hace que las ciudades sean únicas y diferentes/ 2:3 ¶ 1 in Entrevista 02, dinámica de ser una ciudad de frontera, que le da esa naturaleza de ciudad, el hecho de que los visitantes y turistas que reconocen la ciudad con una connotación en la imagen urbana desde lo construido y edilicio y por la dinámica de interrelaciones y que reconocen hitos, sendas o nodos que lo hacen identificable / 2:7 ¶ 1 in Entrevista 02, a buena práctica que siempre aportamos al proyecto y que la obra obtenga un buen resultado / 3:2 ¶ 1 in Entrevista 03, las actividades comerciales generando un crecimiento vertical de las edificaciones / 3:6 ¶ 2 in Entrevista 03, configuración más integral y no parcial porque la imagen de la ciudad de Tacna debe entenderse como un conjunto de elementos reconocidos en ella que la hacen característica / 7:2 ¶ 1 in Entrevista 07, los cambios en la imagen ya no tienen la relevancia del perfil urbano histórico / 7:3 ¶ 1 in Entrevista 07, se han construido locales comerciales de mayor envergadura en cantidad de pisos, en altura ha variado el perfil / 9:14 ¶ 22 in Entrevista 09, la imagen debe ser más integral en el espacio público.

Codificación patrón – 8 citas

10:1 ¶ 3 in Entrevista 10, reconocer con facilidad de comprensión, desde un enfoque visual de las oportunidades que hagan que el lugar sea comprensible./ 2:8 ¶ 2 in Entrevista 02, una armonía en función de su desarrollo, el urbanismos de la misma

manera que conjuga y se preste y se interrelaciones con el contexto urbano e interurbano / 2:9 ¶ 2 in Entrevista 02, Primero se debe tener en cuenta el ordenamiento del territorio, lo segundo la calidad arquitectónica, tercero que tenemos que ser respetuosos con el medio ambiente y tener en cuenta las características propias del contexto / 3:1 ¶ 1 in Entrevista 03, reconocerla a través de sus ejes principales / 3:5 ¶ 2 in Entrevista 03, dicotomía entre lo informal y formal en nuestra ciudad / 5:3 ¶ 1 in Entrevista 05, la ciudad han modificado sus espacios públicos por la practicas de consumo turístico / 7:4 ¶ 1 in Entrevista 07, los proyectistas son los diseñadores de los proyectos que el usuario desea y quien da a conocer los parámetros y como se va configurando la relación del espacio público y las edificaciones / 9:1 ¶ 3 in Entrevista 09, elementos construyen visuales que aparecen en los espacios/ 10:5 ¶ 10 in Entrevista 10, influyen en donde la gente puede ir o no puede ir, que permiten medir como ha variado la circulación.

Codificación transformación – 9 citas

1:1 ¶ 1 in Entrevista 01, el entorno mismo se está desconfigurando, tiene otro tipo ya no es tan tradicional como antes / 2:6 ¶ 1 in Entrevista 02, dinámica y movimiento comercial que ha generado que haya una transformación y un cambio por el crecimiento, estos estos factores son los más incidentes que han provocados los cambios de la ciudad que es reflejo de sus habitantes / 3:4 ¶ 2 in Entrevista 03, Los actores que influyen la imagen urbana deberían de ser los que regulan para salvaguardar lo que los instrumentos normativos como los planes urbanos / 4:5 ¶ 2 in Entrevista 04, el Estado que viene desarrollando una arquitectura que no considera en el entorno / 6:2 ¶ 1 in Entrevista 06, las municipalidades de las jurisdicciones que deben velar por el control urbano de las ciudades / 6:3 ¶ 1 in Entrevista 06, muchas veces se altera el entorno o lo tradicional no se respeta y se va transformando las ciudades / 9:6 ¶ 12 in Entrevista 09, los visitantes foráneos han ido influyendo, quienes se han extendido / 9:11 ¶ 18 in Entrevista 09, una imagen emergente, más contemporánea que los nuevos proyectistas están reafirmando en la ciudad / 10:8 ¶ 18 in Entrevista 10, mejorar el diseño de nuestros espacios teniendo en cuenta las teorías urbanas existentes.

Codificación variedad – 1 cita 10:2 ¶ 5 in Entrevista 10, determina las diversas actividades disponibles, que son necesarios en los emplazamientos con diferentes formas usos y significados.

Codificación funcional – 2 citas

9:12 ¶ 20 in Entrevista 09, en la parte tradicional y se dan elementos edificios que hacen un contraste total que habría q ver cuál es la esencia de la arquitectura / 10:6 ¶ 12 in Entrevista 10, depende del tipo de actividades cuya ubicación sea conveniente, para la capacidad espacial y de la forma del proyecto en cuanto a que estimule la interacción entre las diferentes actividades.

Codificaciones prácticas de consumo – 10 citas

1:2 ¶ 1 in Entrevista 01, el consumo turístico el cual es un tema ligado a la actividad comercial / 1:3 ¶ 1 in Entrevista 01, no solo la parte de venta de productos sino también de servicios / 3:3 p 1 in Entrevista 03, el mayor impacto es en compras y servicios / 5:1 ¶ 1 in Entrevista 05, gran demanda y un impacto de atracción / 5:2 ¶ 1 in Entrevista 05 antes tenían carácter más tradicional y hoy en día han sido transformados por la demanda de la ciudad / 6:1 ¶ 1 in Entrevista 06, ha perdido en el centro edificios monumentales, y de interés cultural han sido absorbido por actividades comerciales / 9:7 ¶ 12 in Entrevista 09, las actividades comerciales han incidido en la transformación / 9:8 ¶ 14 in Entrevista 09, consumo turístico el cual es un tema ligado a la actividad comercial / 9:9 ¶ 14 in Entrevista 09, se han ido concentrando, toda la actividad comercial que identifica a la ciudad está presente en esa zona y cualquier turista de cualquier nacionalidad / 9:10 ¶ 16 in Entrevista 09, el comercio es importante tiene mucha relación y se complementa con el turismo.

Codificación tipos de actividades – 10 citas

1:4 ¶ 1 in Entrevista 01, el comercio es importante tiene mucha relación y se complementa con el turismo / 2:4 ¶ 1 in Entrevista 02, densificación de usos / 3:7 ¶ 2 in Entrevista 03, una variedad que se canaliza y ordena mejor la ciudad para dar

distintas soluciones en con sus cualidades de ciudad y sea representativa, no dar respuestas aisladas sin respeto a la identidad de la ciudad / 4:4 ¶ 1 in Entrevista 04, la planificación del servicio turístico con la empresa privada que debe complementar los planes urbanos y fortalecer las rutas de servicios turísticos que debe partir de la iniciativa de las autoridades / 5:4 ¶ 2 in Entrevista 05, la gestión participativa como piezas clave de la mejora de la imagen urbana / 8:2 ¶ 1 in Entrevista 08, como un suelo que se puede utilizar para cambiar el uso, deja de ser un centro histórico o tradicional a ser más comercial / 9:3 ¶ 7 in Entrevista 09, la imagen que presenta es muy tradicional y a la vez también comercial, ya tiene unas características ya marcadas / 9:13 ¶ 22 in Entrevista 09, forma más constructiva y significativa de colaboración entre los ciudadanos / 10:3 ¶ 8 in Entrevista 10, la ubicación estratégica, se ha convertido en una zona atractiva debido al comercio que genera / 10:9 ¶ 20 in Entrevista 10, enfocarnos en la vida social en los espacios tradicionales, consideraciones espaciales que deban incorporar edificios históricos dentro del sistema de tránsito, que involucra el desarrollo adicional de los vínculos de los equipamientos comerciales.

4.4 PRUEBA ESTADÍSTICA

La prueba estadística contiene la comprobación de las hipótesis a través de la correlación de R de Pearson entre las variables, el análisis de fiabilidad y la prueba de normalidad. Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 25.0.

4.4.1 Análisis de correlación de Pearson

A través de la función de la correlación de Pearson se determina por la relación lineal entre las variables de turismo de consumo y la imagen urbana del espacio público cuya correlación en el índice R de Pearson es de 0,505 que representa una buena correlación (0,5 – 0,8), cuyo valor obtenido de 0,000 está por debajo del 5% (0,05) y altamente significativo por estar debajo del 1% (0,01), siendo el valor p menos de 0,05

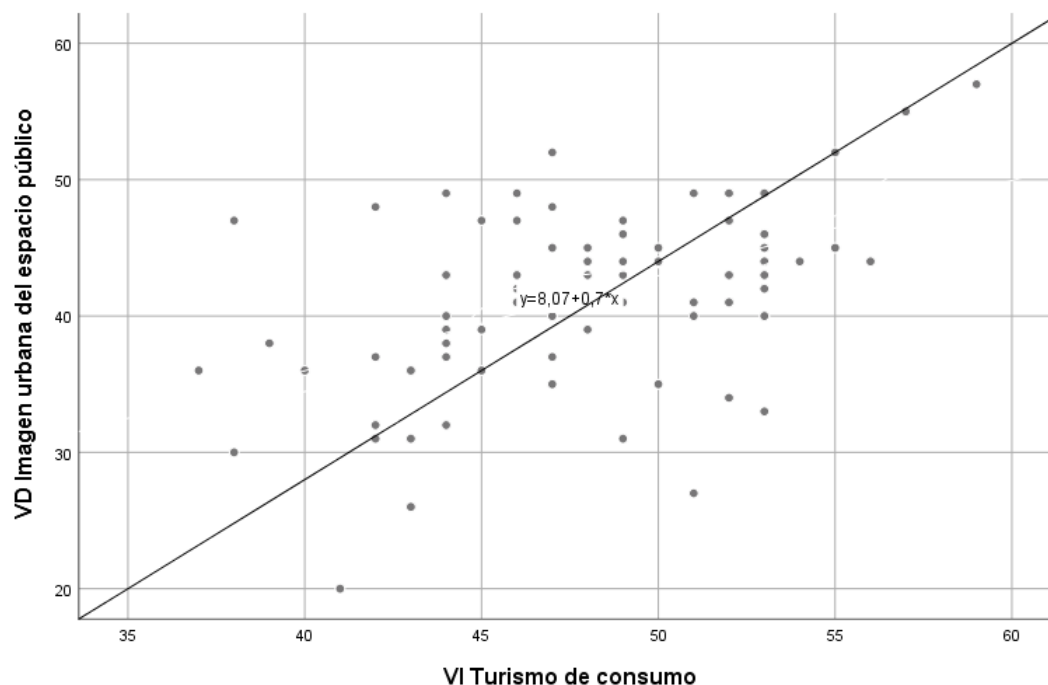
Tabla 33. Correlaciones de Pearson

		VI Turismo de consumo	VD Imagen urbana del espacio público
VI Turismo de consumo	Correlación de Pearson	1	,505**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	218	218
VD Imagen urbana del espacio público	Correlación de Pearson	,505**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	218	218

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Existe una correlación positiva de 0,505.

Figura 50. Gráfico de dispersión simple de variables



Nota. Elaborado en SPSS Windows 25.0.

4.4.2 Análisis de fiabilidad: coeficiente Alfa Cronbach

El coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach son medidas de coherencia o consistencia interna, que estiman la confiabilidad (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018); por lo tanto, mide la fiabilidad de una escala de medida, y el permite comprobar las correlaciones entre las variables y que se calcula de dos formas: a partir de las varianzas o de las correlaciones de los ítems (Alfa de Cronbach estandarizado) (Yirda, 2021).

Tabla 34. Resumen de procesamiento de datos

		Nº	%
Casos	Válidos	218	100,0
	Excluidos	0	,0
	Total	218	100,0

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0.

De acuerdo con los resultados obtenidos el análisis de fiabilidad del instrumento se tiene un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0,814 cuyo valor tiene un nivel cercano al 1, que significa que tiene un fuerte grado de fiabilidad y aceptabilidad (De Vellis, 1991).

Tabla 35. Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos estandarizados	Nº de elementos
,814	,815	24

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

4.4.3 Prueba de normalidad

La prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov es la distribución normal de frecuencias por cada variable, siendo el valor de significancia 0.05 (Aldas & Uriel, 2005). Como la muestra es mayor a 50 considero Kolmogorov-Smirnov, se tiene como resultado que el valor de P en la variable Turismo de consumo de 0,000 y de la variable Imagen urbana del espacio público de 0,000 de significancia; en ambos casos el grado de significancia es menor de 0,05, por lo tanto, los datos tienen una distribución no normal y se aplica la prueba no paramétrica de correlación de Spearman.

Tabla 36. Pruebas de normalidad

Análi	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Turismo de consumo	0,120	218	,000*	0,973	218	0,000
Imagen urbana del espacio público	0,105	218	,000*	0,975	218	0,001

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

Análisis estadístico descriptivo de las variables

La media y la desviación estándar nos muestra la tendencia de respuesta del cuestionario.

Tabla 37. *Estadísticos descriptivos de las variables*

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
VI Turismo de consumo	218	37	59	48,39	4,761
VD Imagen urbana del espacio público	218	20	57	41,84	6,579
N válido (por lista)	218				

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

4.5.1 Prueba de hipótesis

A continuación, se detalla cada una de las hipótesis, se incluye datos estadísticos de manera global de los tres ejes especificados de los cuadros obtenidos de la encuesta para la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza, a continuación, se muestra la relación de la hipótesis con la respectiva constatación.

4.5.1.1 Verificación de hipótesis general

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Hipótesis nula

“El turismo de consumo no se relaciona con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022”.

H₁: Hipótesis alterna

“El turismo de consumo se relaciona con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022”.

Nivel de significancia

Se trabajo el estadístico de prueba no paramétrico Rho Spearman y con la prueba Chi cuadrado para analizar la correlación de las variables.

Tabla 38. Prueba de chi cuadrado V1 Turismo de Consumo y V2 Imagen urbana del espacio público.

Estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1764,837 ^a	525	,000
Razón de verosimilitud	681,783	525	,000
Asociación lineal por lineal	55,369	1	,000
N de casos válidos	218		

Nota. a. 572 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Tabla 39. Coeficiente de Correlación entre V1 Turismo de Consumo y V2 Imagen urbana del espacio público.

		Turismo de consumo	Imagen urbana del espacio público	
Rho de Spearman	V1 Turismo de consumo	Coeficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	,001	
		N	218	
	V2 Imagen urbana del espacio público	Coeficiente de correlación	,441**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	218	218

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

Regla de decisión:

- Rechazar H_0 si el valor p es menor a 0,05
- No rechazar H_1 si el valor p es mayor a 0,05

Interpretación del coeficiente de correlación

- 0-0,2 = Relación muy baja
- 0,2-0,4= Relación baja
- 0,4-0,6= Relación moderada
- 0,6-0,8= Relación alta
- 0,8-1 = Relación muy alta

El coeficiente de correlación Rho de Spearman da como resultado 0,441; por lo tanto, hay una correlación positiva moderada entre las variables y el nivel de significancia bilateral $p= 0,001$, $\alpha < 0,05$; por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna; en tal sentido se da la relación significativa entre la V1 turismo de consumo y la V2 imagen urbana del espacio público.

4.5.1.2 Verificación de hipótesis específica 01

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Hipótesis nula

La dimensión económica del turismo de consumo no se relaciona significativamente con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

H₁: Hipótesis alterna

La dimensión económica del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

Nivel de significancia

Se trabajó el estadístico de prueba no paramétrico Rho Spearman.

Tabla 40. *Coefficiente de Correlación entre impacto económico y la dimensión funcional.*

			Impacto económico	Dimensión funcional
Rho de Spearman	Impacto económico	Coeficiente de correlación	1.000	,950**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	218	218
	Dimensión funcional	Coeficiente de correlación	,950**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	218	218

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

Regla de decisión:

- Rechazar H_0 si el valor p es menor a 0,05
- No rechazar H_1 si el valor p es mayor a 0,05

Interpretación del coeficiente de correlación

- 0-0,2 = Relación muy baja
- 0,2-0,4= Relación baja
- 0,4-0,6= Relación moderada
- 0,6-0,8= Relación alta
- 0,8-1 = Relación muy alta

El coeficiente de correlación Rho de Spearman da como resultado 0,950; por lo tanto, hay una correlación positiva alta entre las variables y el nivel de significancia bilateral $p= 0,008$, a <0.05 ; por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna; en tal sentido se da la relación de alta significativa.

4.5.1.3 Verificación de hipótesis específica 02

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Hipótesis nula

No existe una relación positiva de la dimensión social del turismo de consumo y la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

H₁: Hipótesis alterna

Existe una relación positiva de la dimensión social del turismo de consumo y la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

Nivel de significancia

Se trabajó el estadístico de prueba no paramétrico Rho Spearman.

Tabla 41. *Coefficiente de Correlación entre impacto social y la dimensión perceptual.*

			Impacto social	Dimensión perceptual
Rho de Spearman	Impacto social	Coeficiente de correlación	1,000	,534**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	218	218
	Dimensión perceptual	Coeficiente de correlación	,534**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	218	218

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

Regla de decisión:

- Rechazar H₀ si el valor p es menor a 0,05
- No rechazar H₁ si el valor p es mayor a 0,05

Interpretación del coeficiente de correlación

- 0-0,2 = Relación muy baja
- 0,2-0,4= Relación baja
- 0,4-0,6= Relación moderada
- 0,6-0,8= Relación alta
- 0,8-1 = Relación muy alta

El coeficiente de correlación Rho de Spearman da como resultado 0,534; por lo tanto, hay una correlación positiva moderada entre las variables y el nivel de significancia bilateral $p= 0,001$, a <0.05 ; por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna; en tal sentido se da la relación entre ambas.

4.5.1.4 Verificación de hipótesis específica 03

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Hipótesis nula

La dimensión ambiental del turismo de consumo no se relaciona significativamente con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

H₁: Hipótesis alterna

La dimensión ambiental del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

Nivel de significancia

Se trabajó el estadístico de prueba no paramétrico Rho Spearman.

Tabla 42. *Coefficiente de Correlación entre impacto ambiental y la dimensión morfológica.*

			Impacto ambiental	Dimensión morfológica
Rho de Spearman	Impacto ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	,610**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	218	218
	Dimensión morfológica	Coeficiente de correlación	,610**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	218	218

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

Regla de decisión:

- Rechazar H_0 si el valor p es menor a 0,05
- No rechazar H_1 si el valor p es mayor a 0,05

Interpretación del coeficiente de correlación

- 0-0,2 = Relación muy baja
- 0,2-0,4= Relación baja
- 0,4-0,6= Relación moderada
- 0,6-0,8= Relación alta
- 0,8-1 = Relación muy alta
-

El coeficiente de correlación Rho de Spearman da como resultado 0,610; por lo tanto, hay una correlación positiva alta entre las variables y el nivel de significancia bilateral $p= 0,005$, a <0.05 ; por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna; en tal sentido se da la relación de alta significancia entre ambas.

4.5.1.5 Verificación de hipótesis específica 04

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Hipótesis nula

La dimensión cultural del turismo de consumo no se relaciona significativamente con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

H₁: Hipótesis alterna

La dimensión cultural del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.

Nivel de significancia

Se trabajó el estadístico de prueba no paramétrico Rho Spearman.

Tabla 43. *Coefficiente de Correlación entre impacto cultural y la dimensión visual.*

			Impacto cultural	Dimensión visual
Rho de Spearman	Impacto cultural	Coeficiente de correlación	1,000	,770**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	218	218
	Dimensión visual	Coeficiente de correlación	,770**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	218	218

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*

Nota. Calculado en SPSS Windows 25.0

Regla de decisión:

- Rechazar H₀ si el valor p es menor a 0,05
- No rechazar H₁ si el valor p es mayor a 0,05

Interpretación del coeficiente de correlación

- 0-0,2 = Relación muy baja
- 0,2-0,4= Relación baja
- 0,4-0,6= Relación moderada
- 0,6-0,8= Relación alta
- 0,8-1 = Relación muy alta

El coeficiente de correlación Rho de Spearman da como resultado 0,770; por lo tanto, hay una correlación positiva alta entre las variables y el nivel de significancia bilateral $p= 0,004$, $\alpha < 0.05$; por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna; en tal sentido se da la relación de alta significancia entre ambas.

DISCUSIÓN

La presente investigación doctoral, ha llevado a cabo el desarrollo analítico de la revisión de literatura académica validando las hipótesis planteadas respecto a las dimensiones del turismo de consumo y la transformación de la imagen urbana del espacio público, y luego de procesados los resultados se evidencia la relación significativa entre las variables, por lo tanto; la discusión que se plantea a continuación es a partir de los objetivos de la investigación.

Respecto al objetivo 1: Identificar la relación de la dimensión económica del turismo de consumo con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022, según los resultados, se comprobó mediante la prueba de correlación de Spearman, que sí existe una implicancia de correlación positiva muy alta. El 82% de los encuestados manifestó estar muy de acuerdo, que el turismo de consumo es la principal actividad económica de los ejes estudiados frente a un 1% que se pronunció en sentido contrario, mientras que el 44% está de acuerdo que las actividades económicas se han incrementado por el turismo de consumo y el 3% considera lo contrario, y el 55% está muy de acuerdo que los turistas eran quienes más consumían los bienes y servicios frente a un 2% que manifiesta lo contrario, en tal sentido el *impacto económico de las tipificaciones de las prácticas turísticas de consumo* devienen de la vocación turística, la diversificación de la oferta y la estacionalidad de la demanda, estos resultados se corroboran con lo manifestado por Gutiérrez (2016), quien menciona que el comercio está representado por tipologías que se convierten en generadores de crecimiento de la ciudad, y que van variando y se convierten en elementos organizadores, que buscan una mezcla de sus usos sociales y económicos, por lo cual en el caso de estudio considerado por la naturaleza de ser una ciudad de frontera, esta característica la hace ser visible en función a los circuitos económicos en base a las edificaciones dedicadas a actividades comerciales y de servicios siendo la infraestructura quien asume un rol de polo de atracción. Gambarota y Lorda (2018) nos mencionan que las prácticas del turismo

crean, transforman e inclusive valorizan diferencialmente los territorios por las actividades económicas y nuevas experiencias, ya que el turismo implica un conjunto de actividades económicas que se relacionan con los atractores turísticos, por lo cual lo mencionado ratifica que el turismo conlleva a actividades diversas para comprar, alimentarse o entretenerse y que directamente son asociadas al consumo de bienes y servicios, que se relacionan con los atractivos turísticos de la ciudad. Lo mencionado se complementa con las afirmaciones de las entrevistas de expertos: 1:3 ¶ 5 *“el consumo turístico es un tema que está ligado a la actividad comercial, no solo la parte de venta de productos sino también los servicios”*; y coincidió con la entrevista 3:3 ¶ 1 *“el mayor impacto es en compras y servicios.*

En cuanto a la dimensión funcional de la imagen del espacio público, que corresponde al análisis del espacio público multidimensional, colectivo y conector de fragmentos urbanos, con ello se evalúa el potencial de la variedad de usos, permeabilidad y porosidad, es por ello que el 61% de los encuestados manifiestan estar muy de acuerdo que en los ejes estudiados existe una variedad de usos en el espacio público para las compras, atención médica, recreación y alimentación, mientras que 2% está en desacuerdo; asimismo los resultados de la ficha de observación concluyeron que existe una variedad de usos alta del 72% de lotes relacionados a usos de actividades productivas, sustentado en una red de relaciones, frecuencias de uso y localización, que han convertido a la infraestructura para el turismo de consumo en focos de diversidad funcional, estos resultados se fundamentan con la línea de pensamiento de Reyes y García (2019), que menciona que el espacio público se rodea de usos variados asociados al comercio, y que surge de un sistema económico caracterizado por la apertura de los mercados, asimismo Beuf y Rincón (2017), nos mencionan que los cambios y las transformaciones en el territorio se relacionan con las dinámicas técnicas, sociales, económicas y políticas del entorno; al respecto afirmo que la variedad de usos ha sido visible en las transformaciones que han afectado el espacio físico en el cual las dinámicas urbanas van condicionando el territorio, en base a circuitos económicos, afirmación que coincide con lo manifestado en la entrevista 10:6 ¶ 12 *“depende del tipo de*

actividades, cuya localización sea conveniente que estimule a la interacción entre las diferentes actividades”.

Respecto a la permeabilidad el 49% está de acuerdo que el espacio público es receptivo y los recorridos permiten conectarse con el entorno y el 1% considera lo contrario, respecto a la ficha de observación existe una permeabilidad alta del 55% de la superficie con conectores de orden primario, secundario y terciarios lo cual permite que al circular de un lugar a otro, la población se inflencie por las cualidades como la recepción y la variedad de alternativas de recorridos en el entorno; por ello Gehl (2006) destaca que una sociedad es más beneficiada por la accesibilidad de los espacios para la ciudad y enfatiza en que *“primero es la vida social, después, el espacio público y finalmente el edificio”*, y que no se puede invertir este proceso; lo cual coincide con Jacobs (1961) que menciona que la óptima localización de las distintas funciones urbanas, de manera articulada, constituye un mutualismo entre componentes urbanos y la dinámica circundante que favorece a la diversidad funcional en relación a los circuitos económicos; por lo tanto, el espacio público produce relaciones humanas específicamente con el peatón proporcionándole un contacto directo a través de la permeabilidad que aborda la accesibilidad no solo físicamente sino como una condición a cumplir de los espacios y edificaciones, como una red articulada necesaria para el desarrollo de las actividades de turismo de consumo que se han establecido en el ámbito de estudio de la presente investigación.

Los resultados de que el 52% está en desacuerdo que el espacio público da prioridad al peatón en los recorridos y el 6% lo contrario, es una percepción negativa de la imagen urbana del espacio público, en tal sentido es importante destacar la concordancia de la literatura existente como Carrión (2019), que expresa que *“el urbanismo se debe organizar a partir de lo público y no de lo privado, de lo colectivo y no de lo individual”*, se toma una ciudad y se entiende que la aparición del *“no-lugar”* que procede del vacío urbano frente al espacio público que hoy en día termina siendo lo que queda después de insertar vivienda, comercio, entre otros;

y se convierte en el espacio marginal, residual; y lo más significativo: pierde el espíritu de la ciudad, al respecto esta reflexión respecto a las prácticas espaciales expresa un posicionamiento estratégico, asociado a los cambios de modelo económico de una ciudad de frontera que con la triada de la espacialidad del “*espacio percibido, concebido y vivido*”¹¹; adquiere una apropiación espacial relacionada con la práctica y el tiempo de lugares específicos, que reafirma que las prácticas configuran el espacio percibido por las prácticas cotidianas, la diversidad y que al ser el espacio concebido por la representación del orden y un control que caracteriza el dominio del espacio, por ello que los peatones perciben un impacto negativo.

Respecto al objetivo 2: Reconocer la relación de la dimensión social del turismo de consumo con la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022, según los resultados, se comprobó mediante la prueba de correlación de Spearman, que sí existe una implicancia de relación positiva moderada. El 54% de los encuestados manifestó estar muy de acuerdo, que existe un intercambio cultural positivo por la buena convivencia entre residentes y turistas frente a un 3% que se pronunció en sentido contrario, mientras que el 54% está de acuerdo que la población dedicada al comercio y a los servicios turísticos ha logrado conocer a su público objetivo para la satisfacción del turista y el 1% considera lo contrario, y el 57% está de acuerdo que existe una alta valoración en la satisfacción de los consumidores de los productos turísticos de la infraestructura para el turismo de consumo, frente a un 2% que manifiesta lo contrario, en tal sentido el impacto social del turismo de consumo se ha manifestado como cambios en la calidad de vida de los residentes como consecuencia de esta actividad, y por ello se transforman los valores colectivos y patrones de comportamiento, autores como Contreras, Tapia y

¹¹ Del pensamiento de Lefebvre (1974), la triada de la espacialidad conformada por: la práctica espacial (espacio percibido), las representaciones del espacio (espacio concebido) y los espacios de representación (espacio vivido).

Liberona (2017) mencionan que hay una constante interacción entre dos culturas, principalmente la peruana y la chilena, en la que la cultura de una sociedad se ve modificada e influenciada por otra, y tiende a modificar su comportamiento con la finalidad de adaptarse en este contexto, también Dilla y Álvarez (2018), nos mencionan que existe un impacto positivo ya que existe un acercamiento racional del atractivo definitivo que tiene Tacna en lo fundamental ya que *“los tacneños y ariqueños seguirían viviendo realidades compartidas y una historia en común”*; por lo tanto, se reconocen tres indicadores: relación visitante-residente, grado de percepción de comunidad y grado de satisfacción respectivamente, de los ejes analizados: la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza, cuyo uso del espacio público es un lugar de consumo y goza de una buena imagen, es decir en el inconsciente colectivo se precisa una imagen que las personas logran identificarse con ella, esta afirmación se confirma con lo manifestado en la entrevista 2:5 ¶ 1 *“el ciudadano es más directo”* y coincide con la entrevista 10:7 ¶ 15 *“ el principal actor es el ciudadano que hace suyo el espacio y se apropia de él”*.

Respecto a la percepción de del espacio público los resultados indican que el 38% está de acuerdo que el espacio es legible porque se reconoce sendas, hitos, nodos, barrios y bordes, mientras que el 2% considera lo contrario, el 47% está de acuerdo que tiene una imagen positiva porque identifica atractores urbanos o arquitectónicos que hace que se recuerde el lugar, frente a 1% que opina lo contrario; y el 46% está en desacuerdo que el espacio que recorre es protector, confortable y placentero, siendo la percepción contraria el 10%, por lo tanto se ha identificado que los espacios públicos prevalecen como lugares socialmente relevantes, y el reconocer como se perciben a través de metodologías tradicionales y actuales, es por ello que Ontiveros, Cordero y Aldecua (2011) mencionan que el impacto sociocultural del turismo está basado en métodos cuantitativos, a través de las encuestas que aportan por las diferentes condiciones, tiempo y espacio, por ello los métodos cuantitativos demuestran su utilidad por la capacidad de generar resultados para luego poder implementar propuestas en la planeación y gestión del

turismo; por lo tanto las herramientas y técnicas de medición utilizadas para la obtención de datos, han demostrado que los ejes estudiados de comercio y servicios de la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza, tienen un carácter representativo, en este sentido el resultado de la correlación positiva proporciona una primera idea acerca de las experiencias que nos indican conocer cuestiones particulares, basados en cómo se genera el intercambio cultural, cómo se satisface al consumidor como público objetivo, y cómo se reconoce la legibilidad, a través de los atractores y la calidad del espacio público, con lo cual se aporta en el conocimiento de la percepción desde lo social.

Asimismo, De Lázaro y Morales (2021), menciona que en el método cuantitativo se refiere a que un espacio es más significativo para la colectividad cuanto mayor sean las personas que lo utilizan o lo conocen, siendo el factor espacial geográfico una inserción en la ciudad y en el territorio y el vínculo con el recorrido que facilita el flujo colectivo, múltiples aproximaciones prácticas que se han utilizado para estudiar la relevancia para la sociedad, siendo los métodos tradicionales como la generación de las cartografías, lo que permite reconocer la realidad percibida que existe en el imaginario de los individuos, ya que la encuesta aplicada permitió reconocer los resultados de la percepción de la muestra, mientras que el instrumento de ficha evaluativa complementó la información, a través de la cuantificación rastreo, mapeo, fotografiado y seguimiento meticuloso con la sencilla acción de observar las dinámicas humanas que acontecen en el espacio público siendo una fuente rica de datos objetivos.

Uno de los autores que expresa con mayor claridad el tema de “La imagen de la Ciudad” es Kevin Lynch que menciona que *“nada se experimenta en sí mismo, sino siempre en relación con sus contornos, con las secuencias de acontecimientos que llevan a ello, con el recuerdo de experiencias anteriores”*, en la misma línea la percepción de Borja (2003), en su desarrollo discursivo, que nos menciona que se puede reinventar el espacio público a través del reconocimiento o creación de elementos icónicos o hitos urbanos que promuevan el reconocimiento e identidad

de los espacios, con lo cual en el caso de estudio presentado, se entiende a las sendas como potencialmente utilizadas para el consumo turístico y por lo tanto a partir de estos elementos el peatón conforma su imagen y se conecta con el resto del espacio público, los bordes tienen una función de ser continuos, y que a través de ellos los barrios son reconocidos e identificados fácilmente y son los más representativos y tradicionales de la ciudad, también los nodos son espacios de alta actividad social y puntos estratégicos que con los hitos como la Alameda Bolognesi, la Plaza Colón, el Arco de los Héroes, La catedral, los mercadillos y galerías comerciales, dan claridad de lugares emblemáticos y de fácil reconocimiento y con ello se reproduce mentalmente la perspectiva de ciudad legible; pero existe una controversia respecto a la percepción negativa de que el recorrido sea protector, confortable y placentero; teoría basada de Jan Gehl (2005) que plantea que la calidad del espacio público, se debe percibir en el entorno con enfoques relacionados con el comportamiento de las personas y que fijan la atención sobre lo que los satisface, a través de sensaciones de protección, placer y confort; por lo tanto se evidencia que no se cuenta con espacios de encuentro social ya que las calles deben tener presencia de actividades sociales, pero hoy en día son solo medios conectores donde los habitantes solo transitan de un lugar a otro, por lo cual cito a Vergara (2019), que nos menciona que *“a partir de la necesidad de la diversificación del uso del suelo urbano, se plantea nuevas centralidades, mixtura social y habitacional, garantizando los roles y acciones de cada uno en el ejercicio de la producción de la ciudad”*, por ello los mecanismos sociales están cambiando más la estructura de la ciudades, por ejemplo la actividad o inactividad transforma la percepción de un espacio en cuanto a la calidad que juega un papel fundamental en las actividades sociales y decisivas en la vida social.

Respecto al objetivo 3: Analizar la relación de la dimensión ambiental del turismo de consumo con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022, según los resultados, se comprobó mediante la prueba de correlación de Spearman, que sí existe una implicancia de correlación positiva alta. El 49% de los encuestados

manifestó estar muy de acuerdo, que los espacios públicos de recorrido evidencian alteraciones o deterioro de los ejes estudiados frente a un 8% que se pronunció en sentido contrario, mientras que el 51 % está de acuerdo que vegetación existente se encuentra en buen estado y el 14% considera lo contrario; y el 45% está de acuerdo que hay un alto grado de transformación por los edificios construidos frente a un 1% que manifiesta lo contrario, en tal sentido el *impacto ambiental del turismo de consumo*, al ser evaluada la percepción de los residentes y turistas sobre la relevancia de indicadores del valor ambiental, se evidencia que las acciones que han contribuido al incremento de la magnitud del deterioro, se deben a las intervenciones tanto en el espacio público y las edificaciones del entorno, por eso Cobeña (2018), menciona que los impactos turísticos específicamente los ambientales, se generan por la degradación de los ecosistemas por la aglomeración de construcciones y la contaminación escénica que altera los ecosistemas y que genera que se pierdan las características tradicionales del espacio público, por lo tanto, el análisis de los impactos y modificaciones ejercidos sobre el espacio público, derivados del desarrollo de la actividad turística implica una incidencia de manera directa, ya que ésta depende de la calidad ambiental y la estética.

Desde el punto de vista de la calidad ambiental Bravo (2020) menciona que los espacios verdes han sido intervenidos por los ciudadanos en un contexto más edificado, por lo cual considero que los espacios verdes públicos si muy bien hoy en día tienen múltiples funciones a favor del habitante y el medio ambiente, sin embargo, existe una disyuntiva cuando se establecen costos o mantenimientos de las áreas verdes que no son permanentes, por ello los ejes estudiados en la investigación no impera la pertinencia y necesidad del cuidado de los espacios verdes; puesto que la superficie existente discrepa de los beneficios ambientales que resultan de la sostenibilidad de los espacios verdes para proteger el equilibrio ecológico que aporten a la calidad de vida de los habitantes y que hoy en día son espacios olvidados.

Desde la perspectiva de la configuración morfológica, el 37% manifestó estar muy de acuerdo que las fachadas de las edificaciones favorecen a la imagen urbana, y el 2% considera lo contrario, el 49% estuvo de acuerdo que se siente cómodo en el recorrido que percibe en el espacio público en relación al ancho de la calle y la altura de las edificaciones, frente a un 4% que se manifestó contrariamente, y el 41% que está en desacuerdo que los elementos de la sección vial favorecen a la imagen urbana que percibe en el recorrido del espacio público y el 24% manifiesta lo contrario, en tal sentido sobre las unidades de estudio de los ejes de comerciales y de servicios de la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza, estos poseen una morfología propia de la trama lineal sobre la cual se han posicionado las actividades relacionadas al turismo de consumo, en esa misma línea de pensamiento Vicente (2021), que el espacio público no solo es un compendio de calles y edificios que componen la morfología de la imagen urbana y que por lo tanto, junto con las redes de transporte son la esencia de la ciudad y el cómo cada ciudadano le da carácter a cada espacio simplificado que habita y como el desarrollo de actividades fomentan la relación espacio – tiempo de la vida y en las ciudades, lo afirmado coincide con los manifestado en la entrevista 9:1 ¶ 3 “ *los elementos que construyen los planos visuales de lo público hacia lo privado, apareciendo espacios entre lo abierto público y lo cerrado - privado*”.

Considerando las relaciones volumétricas autores como Salas, Quezada, Crespo & Vélez (2019) mencionan que los volúmenes según las proporciones de ancho y largo de manzana, de calles y de la altura de edificaciones, mantiene las proporciones de cañón urbano, pero que, dadas las irregularidades en altura de los edificios, los radios de alto de edificio/ ancho de las calles toma en consideración los parámetros formales que establecen rangos de confort, por ello en un acercamiento a los ejes estudiados se puede observar que las relaciones volumétricas en proporción de la calles, se ve influenciada por las edificaciones entre uno a cinco pisos de altura; habiendo pocas excepciones, esta altura de los edificios del entorno es un tema que incide en la vitalidad urbana, por ello el área

analizada indica al comercio como uso dominante en el sector y la tendencia de crecimiento expansivo de los ejes, por ello la Avenida Bolognesi y Avenida San Martín están dentro de los rangos aceptables a diferencia de la Avenida Coronel Mendoza cuya sección vial es más angosta y no hay una proporción armónica entre las alturas de las edificaciones y el espacio público, por lo que reduce considerablemente el sentido de cerramiento, lo afirmado coincide con la entrevista 7:3 ¶ 1 *“se han construido locales comerciales de mayor envergadura en cantidad de pisos, en altura que han variado el perfil urbano”*.

Autores como López, Serrano y Nolzco (2016) respaldan la afirmación de que un conjunto de individuos que comparten cualidades y características comunes al elaborar una imagen ambiental similar, en relación a este enfoque se refleja la importancia del diseño para el peatón desde el desarrollo y proporción del escenario principal como lo es el espacio público y que posibiliten actividades de encuentro, ya que contribuye a la diversidad de condiciones de configuración del entorno urbano, de ahí nace el criterio de “la ciudad para la gente”, que busca articular la diversidad de condiciones en beneficio del peatón, asimismo los indicadores de impacto ambiental permiten caracterizar los destinos turísticos como los que tienen una mejor conexión con transporte público y, en consecuencia, son los que dependen menos del vehículo privado para llegar, por ello desde el enfoque configuración urbana de la teoría Traffic in cities, de Buchanan (1963), que manifiesta que la peatonalización enfatiza en la preferencia para los peatones en los denominados “recintos ambientales” y la necesidad de calles habitables que eliminen el tráfico, así como la teoría Walkable city, Pozueta (2013) que sostiene que el espacio público es planteado a través de rutas de uso peatonal que garantizan un sistema de vínculo entre los barrios y las áreas urbanas que rompen el aislamiento; ello lo relaciono con los resultados de la proporción en la distribución del espacio público como movilidad y accesibilidad con el viario para el tráfico y el viario para el peatón, con ello se establece que se pueda concebir el espacio público como eje de la ciudad, lo que evidencia la continuidad espacial y funcional de la calle, sin embargo de acuerdo a los rangos de sostenibilidad urbana para el

viario público destinado al peatón y otros usos del espacio público debe no ser menor al 75%, siendo 41% de superficie, asimismo para el viario destinado al tráfico de automóvil de paso y del transporte público de superficie no puede ser mayor al 25% siendo el 38%, en tal sentido en ambos indicadores no cumple con lo estipulado.

Respecto al objetivo 4: Analizar la dimensión cultural del turismo de consumo con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022, según los resultados, se comprobó mediante la prueba de correlación de Spearman, que sí existe una implicancia de correlación positiva alta. El 55% de los encuestados manifestó estar muy de acuerdo, que la demolición de edificios de valor histórico afecta la imagen urbana del espacio público frente a un 4% que se pronunció en sentido contrario, mientras que el 41% está de acuerdo que existen edificios de valor histórico que se encuentran en peligro de ser demolidos para ser utilizados en actividades de consumo, y el 3% considera lo contrario, y el 55% considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que el sector cuenta con edificios de valor histórico que han sido reutilizados para el turismo de consumo, en tal sentido el *impacto cultural del turismo de consumo*, obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores, el espacio se transforma y se convierte en un reto para los destinos turísticos de innovar permanentemente y adaptarse a los turistas, ello ha llevado que los inmuebles de valor patrimonial hayan sufrido cambios drásticos como la pérdida total o el deterioro de sus condiciones físicas, esta afirmación coincide con lo manifestado en las entrevistas 5:2 ¶ 1 “*antes tenían un carácter más tradicional, y hoy en día han sido transformados por la demanda de la ciudad*”; 6:1 ¶ 1 “*se ha perdido en el centro, edificios monumentales, y de interés cultural han sido absorbidos por las actividades comerciales*”; 9:7 ¶ 12 “*las actividades comerciales han incidido en la transformación*”; por ello González, (2019), señala que el impacto sobre la economía turística local supone estudiar la importancia de los productos culturales, como estudiar la cultura del destino, y establecer una tipología de las atracciones de cultura, en tal sentido opino que esta concepción no ha sido

considerada en la intervención física de los ejes estudiados ya que no ha habido aportes a la recuperación de los inmuebles de valor patrimonial por parte del gobierno local y la empresa privada, por lo que la imagen urbana de los ejes de la Avenida Bolognesi y Avenida San Martín se han caracterizaron por el cambio parcial o total de las antiguas edificaciones, algunas de ellas ya demolidas y que dieron paso a modernos edificios ocasionando la pérdida del legado cultural y perdida de la identidad edificada de la ciudad de Tacna, y autores como Molgado y Ramírez,(2018) a través de la Metodología para el análisis de la habitabilidad urbana, nos menciona que la imagen urbana es uno de los elementos, a través de los cuales la población logra una identidad con su entorno, es el resultado de la transformación colectiva de su ambiente, representa la proyección cultural de la sociedad en un espacio determinado, y es, por ello mismo, que el impacto cultural del turismo desde el patrimonio edificado no ha sido conservado, sin embargo estamos a tiempo de detener esta transformación y a través de la protección del legado material de las edificaciones históricas, pueda controlarse y principalmente planificarse el espacio público, sin atentar contra sus rasgos más esenciales que le dan carácter y personalidad;

Respecto a la reutilización del patrimonio edificado en actividades turísticas López y Koch (2017), mencionan que, para todas las sociedades, uno de sus bienes más preciados es una serie de valores que lo hacen indispensable para el desarrollo del espacio público, con diferentes temporalidades y por lo cual, debe ser conservado y a la vez transformado de manera constante para garantizar condiciones de vida adecuadas, es por ello que la conservación y reutilización del patrimonio edificado, en su concepción más amplia, está siendo marcada por los acontecimientos actuales, donde necesidad de cambiar hacia modelos de desarrollo y evolución más sostenibles impacta el quehacer arquitectónico, al respecto tengo una discrepancia ya que la cultura no debe ser un impacto que contrarreste el legado con lo actual sino que la conservación del entorno construido en general y particularmente debe darse en la reutilización, rehabilitación y aprovechamiento de la arquitectura preexistente, de todas las épocas, debe pasar por un proceso de

valoración, bajo una perspectiva actualizada, que incorpore las nuevas preocupaciones y necesidades de la sociedad contemporánea, esto se afirma con lo mencionado en las entrevistas 4:3 ¶ 1 “*la imagen urbana es histórica*”; 4:3 ¶ 1 “*el histórico colectivo se reconoce los callejones antiguos, los monumentos históricos de la zona monumental, lo que hace una ciudad diferente, estos elementos son reconocibles y tiene mucha relación con el histórico*”.

En cuanto al cambio en la imagen y paisaje urbano tal como se ha mencionado en los párrafos anteriores por lo elementos abióticos como las edificaciones de carácter cultural, hay un fuerte cambio en los usos de suelo de su entorno, una serie de alteraciones y modificaciones de los inmuebles para albergar nuevos usos, por ello el diseño del espacio público desde la impresión estética y desde la dimensión visual que percibe la persona cuando hace uso del espacio público relacionados al fondo escénico el 40% estuvo de acuerdo que es atractivo al percibirlo visualmente, frente a un 3% que opina lo contrario, el 56% estuvo de acuerdo que mientras recorre el espacio público existen elementos que perturban la continuidad visual de la secuencia de lo construido y natural, y el 11% opina lo contrario, y por último el 43% está ni de acuerdo ni en desacuerdo que al observar diversos elementos como vegetación, edificaciones construidas y áreas de recorrido en conjunto expresan una armonía visual que agrada permanecer en el lugar, por lo tanto desde el punto de vista de la dimensión visual, Suárez (2016), manifiesta que el espacio público de calidad, es estéticamente atractivo porque produce efectos visuales para el interés turístico, ello se deriva de las actividades comerciales y atracciones del mercado que se relacionan con lo estético que crea conciencia patrimonial y aporta a la cultura urbana basada en la sostenibilidad de las ciudades; por lo tanto el espacio público cumple un papel de ser un recurso turístico, pero no suficiente para desarrollar una oferta de turismo cultural, ya que los recursos culturales tangibles e intangibles son potencial turístico, que es necesario transformarlos en productos turísticos y estos a su vez en oferta cultural sin que pierdan la esencia de ser legado de las generaciones futuras, asimismo Monclús y Bambó (2019), aportan respecto a la incorporación de arquitectura contemporánea

como tendencia, pero que el problema de esta incorporación, de modificaciones que alteran o generan la pérdida de la arquitectura tradicional, generando cambios que falsifican los escenarios del contexto histórico, y este cambio en la imagen a la vez altera el paisaje urbano. Lo expresado coincide con lo manifestado en la entrevista 7:1 ¶ 1 *“la identidad se está perdiendo en el centro de la ciudad antes se veía más arquitectura típica”*, y 1:1 ¶ 1 *“el entorno mismo se está desconfigurando, tiene otro tipo, ya no es tan tradicional como antes”*.

Autores como Reyes, Villarraga y Meza (2017), mencionan que el alto potencial de lo estético está ligado a los rasgos sobresalientes del paisaje, y que deben estar enmarcados en los contrastes de la vegetación, diversidad de especies y a la presencia de elementos singulares que complementen el medio natural como el agua y le dé un alto valor interpretativo, para ello la comprobación de la variedad es través de la cartografía que permite evaluar la belleza del paisaje, identificando que el atractivo escénico con pocos elementos discordantes se contrapone a una propuesta que este basada en la calidad visual del paisaje; ya que a través de los datos de campo se ha identificado áreas que se encuentran más intactas visualmente, observando la alteración de la forma del paisaje con un valor de moderado a las áreas con vegetación natural y menos intervenida, como es el caso de la Avenida San Martín y la Avenida Bolognesi, pero no tienen un alto valor de correspondencia cromática, por lo que el valor de integridad escénica es bajo, es así que las zonas más alteradas, con mayor cantidad de elementos discordantes, por la interrupción de la continuidad visual se han calificado en la categoría de integridad escénica muy baja. Por lo tanto, la estética del paisaje desde la dimensión visual está constituida por las cualidades relacionadas con la belleza del espacio construido y natural, es decir, lo que transmiten las formas, el sentido del orden, la armonía, la identificación de las personas con los elementos que componen su entorno inmediato; en otras palabras, el sentido del lugar; esto coincide con lo expresado en la entrevista 10:1 ¶ 3 *“reconocer con facilidad de comprensión, desde un enfoque visual de las oportunidades que hagan que el lugar sea más comprensible”*, y 2:8

¶ 2 *“una armonía en función de su desarrollo, el urbanismo de la misma manera conjuga y se presta a las interrelaciones con el contexto urbano e interurbano ”.*

De la literatura que existe sobre el tema y de los resultados del actual estudio y de otras investigaciones se puede concluir que la transformación desde lo funcional, lo perceptual, lo morfológico y lo visual de la imagen urbana del espacio público está influenciada por los impactos del turismo de consumo: económico, social, ambiental y cultural; y que la incidencia de ser una ciudad de frontera genera que los espacios públicos sean espacios netamente colectivos, lugares de encuentro social donde destaca la cultura e identidad de la ciudad de Tacna. Asimismo, no se debe dejar de lado que la calidad del espacio público apunta a la valorización de lo comunitario y al potencial de la protección de bienes comunes los cuales están siendo deteriorados con efectos negativos de las actividades no reguladas; por lo tanto, el reto consiste entonces en avanzar una política de participación territorial para la activación y recuperación a partir de la gestión de la imagen urbana, que fomente el logro de los objetivos de la calidad urbana, lo cual coincide con lo afirmado en las entrevistas 2:6 ¶ 1 *“la dinámica y movimiento comercial que ha generado que haya una transformación y un cambio por el crecimiento, estos factores son los más incidentes que han provocado los cambios de la ciudad que es reflejo de sus habitantes ”*, que se complementa con 9:8 ¶ 1 *“el consumo turístico es un tema ligado a la actividad comercial”* y 9:9 ¶ 14 *“se han ido concentrando, toda la actividad comercial que identifica a la ciudad y está presente en ciertas zonas y que cualquier turista y de cualquier nacionalidad reconoce”*.

Sobre la responsabilidad del arquitecto en la transformación de la imagen urbana de una ciudad de frontera, desde la perspectiva que partió de las tres categorías analizadas (legibilidad, permeabilidad y variedad), que en el proceso se convirtieron en temas para la discusión, estas afirmaciones se complementan con la entrevista semi estructurada de expertos donde se considera que la imagen urbana de las ciudades está sometida a una variedad de usos, que permite la diferenciación de formas y que muchas veces idealizamos monumentos, que nos representan y hacen únicas a las ciudades, como es el caso de la ciudad de Tacna que como

frontera y legado histórico, ha ido configurando un imaginario colectivo a través de imágenes urbanas donde espacio público es el protagonista, por ello autores como Camero (2013), nos menciona que las imágenes urbanas han quedado congeladas condicionando nuestra propia percepción de la ciudad desde distintos ángulos y con intenciones diferentes, igual que Gauthier (2013), que dice que la historia de las ciudades repercute en el imaginario que alberga utopías y distopias, sin olvidar los paisajes de revoluciones urbanas, conflictos o avances cosmopolitas, todos ellos en el marco de una metamorfosis significativa y significada por la acción de las transformaciones, esta concepción permite interpretar que la ciudad de frontera de Tacna en la historia ha sido parte conflictos armados, dándole el carácter patriótico que tiene hoy en día, con el uso y apropiación de los espacios públicos donde se llevan a cabo las actividades cívico patrióticas y se ubicación los hitos emblemáticos de la imagen urbana de Tacna, esto se corrobora en lo mencionado en el Libro Tacna: Centralidad Tripartita que menciona que el Arco Parabólico de Tacna, que está situado en el paseo cívico, se ha convertido en el símbolo de la heroica ciudad, un homenaje a su ferviente peruanidad (Cabrera, 2021), asimismo lo mencionado se complementa con la afirmación de las entrevistas 8:3 ¶ 2 *“debe de preservarse los elementos significativos de la ciudad sin ser ajemos a la modernidad”*; 9:4 ¶ 9 *“los espacios crean lugares lo que significa ahondar en los vínculos que se establecen entre las personas y los espacios, el apego al lugar y a la identidad”* y la 10:4 ¶ 8 *“las personas y los espacios establecen un vínculo y este se fortalece a través de la apropiación del espacio, el apego al lugar, la identidad que logra la persona con e lugar”*.

Desde la legibilidad urbana donde Lynch (1960), asevera la importancia del escenario urbano por distintas razones desde la mejora de la orientación, la lectura rápida de la ciudad, una mayor aproximación entre los elementos arquitectónicos que configuran al espacio y peatón; lo mencionado se corrobora con lo afirmado en las entrevistas aplicadas 1:5 ¶ 2 *“la legibilidad tiene un rol importante para marcar una imagen de la ciudad consolidada”*; 2:1 ¶ 1 *“elementos reconocibles urbanos”*, a partir de ello entender que los arquitectos debemos tener en cuenta en la

intervención de los espacios públicos los elementos de la imagen urbana como sendas, nodos, hitos y barrios que aportan a la calidad visual distintiva de los lugares notables de la ciudad, que coincide con lo mencionado en la entrevista 1:5 ¶ 1 *“articular el entorno y las actividades humanas que perciben el espacio, entienden el sentido de lugar generado de la relación de la forma espacial y de la identificación del sector, la imagen que las personas tienen considerando los elementos tales como nodos, sendas, bordes y barrios, que a partir de ello se obtiene la aproximación de la imagen urbana”*, por lo tanto la legibilidad cumple un rol importante en las ciudades y su relación con el turismo contemporáneo, el patrimonio, y la imagen que conforman una triada con vínculos entrelazados que es difícil entender por separado cualquiera de los tres fenómenos (Alvarado-Sizzo, 2021), lo cual se reafirma en las entrevistas 4:7 ¶ 2 *“el respeto por los hitos que generan nuevos crecimientos, la generación de nuevas maneras que requiere generar una nueva imagen urbana”*; y coincide con la entrevista 7:5 ¶ 7 *“la preservación de nuestro patrimonio para nuestras futuras generaciones inculcándoles la protección, y a la vez poder garantizar que nuestros futuros profesionales puedan plasmar proyectos que puedan garantizar nuestras futuras necesidades”*.

A partir de ello, mencionar que los lugares denominados como emblemáticos, porque al interior de ellos, uno percibe que está dentro de un espacio sobresaliente, entre los muchos otros espacios que definen una ciudad, esta afirmación se complementa con lo mencionado en la entrevista 8:1 ¶ 1 *“los elementos hitos son prácticamente los que de cierta manera uno los puede identificar por sus propias características y zonas definidas por los elementos urbanos”*; que desde una cualidad visual, distintiva de los lugares notables de la ciudad, por lo cual la percepción considera a la imagen urbana como la construcción simbólica que la comunidad confiere a los entornos urbanos, asociada a los imaginarios que se generan por los agentes sociales de los distintos ambientes de la ciudad y que los símbolos son susceptibles a los cambios a lo largo del tiempo en los que la percepción está asociada a los recuerdos de un determinado espacio

(Hernández, 2020), esto se complementa con la afirmación de la fase cualitativa de la entrevista 10:1 ¶ 3 *“la percepción permite reconocer con facilidad de comprensión, desde un enfoque visual de las oportunidades que hagan que el lugar sea comprensible”*.

Desde la reflexión de la labor del arquitecto en la imagen urbana de las ciudades a partir de la legibilidad que aporta a la identidad como menciona la entrevista 8:4 ¶ 2 *“la conciencia con responsabilidad social, como personas que pueden mejorar la imagen urbana de las ciudades”*; 9:5 ¶ 9 *“producir condiciones deseables de ocupación y que los habitantes tengan un sentimiento de pertenencia de lugar”*; todo ello además teniendo en cuenta la permeabilidad como la capacidad de circular de un lugar a otro, a través de la morfología como afirma la entrevista 10:10 ¶ 2 *“una visión humanista que pondera a la persona como eje fundamental de la ciudad, por ello se considera que se requiere de espacios públicos inclusivos para mejorar la calidad de vida y bienestar social, donde la calle es la imagen tradicional de los elementos urbanos del imaginario”*; que desde la naturaleza de ciudad de frontera con características específicas entorno a como se percibe, afirmación que se relaciona con lo mencionado en las entrevistas 2:2 ¶ 1 *“el proceso de aparición y desarrollo hace que las ciudades sean únicas y diferentes”*; 2:3 ¶ 1 *“la dinámica de ser una ciudad de frontera, que le da esa naturaleza de ciudad, el hecho de que los visitantes y turistas que reconocen la ciudad con una connotación en la imagen urbana desde lo construido y lo edificio y por la dinámica de interrelaciones y que reconocen hitos, sendas, o nodos que las hacen identificables”*, permite entender que los patrones de la forma del espacio público son trascendentales en el diseño de las ciudades como lo afirma la entrevista 7:4 ¶ 1 *“los proyectistas son los diseñadores de los proyectos que el usuario desea y quien da a conocer los parámetros y como se va configurando la relación del espacio y las edificaciones”*; razón por la cual la transformación está relacionada a la regulación, como coincide lo manifestado en las entrevistas 3:4 ¶ 2 *“los actores que influyen la imagen urbana deberían ser los que regulan para salvaguardar lo que los instrumentos normativos como los planes urbanos”*; 6:3 ¶ 1 *“las*

municipalidades de las jurisdicciones que deben velar por el control urbano de las ciudades”. Asimismo, la variedad de actividades que ha generado desplazamientos y formas de usos y significados en el tipo de actividades, permite entender que los profesionales arquitectos estamos llamados a asegurar espacios públicos vitales y atractivos como coincide lo afirmado por los entrevistados como 3:7 ¶ 2 “una variedad que se canaliza y ordena mejor la ciudad para dar distintas soluciones en sus cualidades de ciudad y que sea representativa, no dar respuestas aisladas sin respecto a la identidad de la ciudad”.

CONCLUSIONES

Esta investigación permitió constatar que la ciudad de Tacna por su condición de ciudad de frontera, es concebida como un territorio dominado por el turismo de consumo, cuyas prácticas espaciales son las que han transformado la imagen urbana de la ciudad al ser un espacio transfronterizo cuyas concepciones dominantes son sometidas a lo imaginado que es percibido por el imaginario colectivo, ya que los espacios públicos producen un intercambio comercial generador de una intensa actividad social que facilita el encuentro ciudadano, en tal sentido el turismo de consumo ha sido y continúa siendo una de las actividades que ha dado mayor sentido al espacio público de la ciudad de Tacna, el cual ha promovido la movilidad urbana de proximidad, y ha alcanzado un grado de importancia en el conjunto, ya que la percepción social llega a considerarla una actividad netamente pública, a pesar de ser un acto entre particulares, por las prácticas de consumo y que representa la identidad de la ciudad y el espejo de su pasado, desde su arquitectura y el espacio público donde se reescriben las acciones pasadas y presentes, generando el lugar idóneo para combinar la esfera pública con la privada mediante la relación social, la integración cultural y la actividad comercial.

Primera

Respecto al primer objetivo, las pruebas estadísticas no paramétricas realizadas presentan significancia ya que según los resultados obtenidos, se comprobó que existe una correlación positiva muy alta de la dimensión económica del turismo de consumo y la dimensión funcional del espacio público, ya que el desarrollo turístico produce un incremento de las actividades económicas relacionadas a las prácticas de consumo de los turistas que visitan la ciudad de frontera de Tacna, por lo tanto la implantación de prácticas comerciales y de servicio ha implicado el cambio funcional por la variedad de usos, permeabilidad y porosidad del espacio público a partir de la movilidad transfronteriza, lo cual se

registra desde lo cuantificable, además que se constató que las prácticas descritas son incentivadas por el beneficio económico y el marco jurídico que favorece el flujo entre ambas ciudades.

Segunda

En cuanto al segundo objetivo, de que la dimensión social del turismo de consumo tiene relación con la dimensión perceptual del espacio público, ambas dimensiones presentan significancia comprobada de una correlación positiva moderada, ya que tanto los residente como los turistas tienen una actitud muy buena sobre los variados beneficios que reporta el turismo de consumo, generado de la constante interacción entre culturas principalmente la peruana y chilena, siendo una influenciada por la otra, y con ello se logra la satisfacción del consumidor como público objetivo, asimismo en el inconsciente colectivo se precisa que hay un percepción positiva de la legibilidad de los elementos de la imagen urbana como sendas, nodos, hitos, barrios y bordes, que junto con los atractores urbanos como la Alameda Bolognesi y el Arco Parabólico del Paseo Cívico construyen el imaginario colectivo, sin embargo existe una percepción negativa de la calidad del espacio público en el recorrido, al no ser placentero, confortable y protector, en consecuencia la imagen que se tiene de la ciudad es definida de la experiencias que se dan del resultado de las relaciones sociales en el espacio público.

Tercera

En relación al tercer objetivo, se ha determinado la significancia de los resultados obtenidos comprobándose que existe una correlación positiva alta de la dimensión ambiental del turismo de consumo y la dimensión morfológica del espacio público, ya que físicamente por el turismo de consumo el entorno edificado tiene un alto grado de transformación por los edificios construidos o el deterioro de

los mismos, al ser un entorno no bien preservado y la incidencia de una nueva arquitectura que está ganando protagonismo, sin embargo desde la perspectiva ambiental existe una valoración de las áreas verdes, por la percepción positiva del ornato de los espacios abiertos que cuentan los ejes de comercio y servicios estudiados de la Avenida Bolognesi y Avenida San Martín, sin embargo; los espacios para el recorrido que ha acogido múltiples funciones, encuentros y socialización, es percibido como no favorable para la imagen urbana por el deterioro, alteraciones y por los resultados de la proporción en la distribución del espacio público como movilidad y accesibilidad del viario para el peatón y el tráfico vehicular, que no cumple con los rangos de sostenibilidad urbana para el viario público.

Cuarta

Respecto al cuarto objetivo, la relación de la dimensión cultural del turismo de consumo con la dimensión visual del espacio público, ambas dimensiones presentan significancia comprobada de una correlación positiva alta, por lo tanto, las concepciones dirigidas al potencial comercial y de servicios del espacio público que ha ocasionado la pérdida del carácter patrimonial y se ha reducido a un efímero espacio de consumo; pero que, desde la estética vinculada a la dimensión visual, se determinó que el valor de integridad escénica es bajo, es así que las zonas más alteradas, tiene mayor cantidad de elementos discordantes, por la interrupción de la continuidad visual, por lo tanto, la estética del paisaje está determinada por las cualidades relacionadas con la belleza del espacio construido y natural que transmiten las formas, el sentido del orden, la armonía y la identificación de las personas con los elementos que componen su entorno inmediato; en otras palabras, el sentido del lugar.

RECOMENDACIONES

Primera

Para los investigadores de arquitectura y las ciencias sociales, se recomienda continuar la línea de investigación de ecosistema urbano, considerando que la presente investigación, aporta a la imagen de ciudad y repensar cómo la memoria colectiva de los habitantes, en relación a las nuevas corrientes del urbanismo se adaptan al desarrollo social que va en proceso de iniciación en función al sistema neoliberal de las ciudades.

Segunda

Se recomienda a las autoridades de las instituciones públicas aportar con instrumentos técnicos normativos, por la carencia de normatividad y de políticas de control y regulación legal y formal, que deviene de la inserción de las prácticas de consumo del turismo, por ello contribuir a la regulación de las actividades comerciales sobre el espacio público y las edificaciones puede garantizar que sean espacios públicos eficientes en la ciudad, con ello podremos incidir en la valoración de los espacios que disfrutamos y la imagen que mostramos a los demás.

Tercera

Se recomienda la construcción de un modelo de desarrollo respecto a la imagen urbana de la ciudad teniendo en consideración la naturaleza de frontera de Tacna, como se establece en el Plan de Desarrollo Urbano en el cual se articulen capacidades, intereses y necesidades para que las futuras investigaciones se repliquen en otras localidades para contribuir a estudios comparativos que resalten la importancia de las estrategias de desarrollo del turismo de consumo y cómo poder entender las transformaciones del territorio.

Cuarta

A nivel nacional se recomienda al Colegio de Arquitectos y a la Sociedad de Urbanistas del Perú o gremios que intervienen en la mejora de nuestros espacios públicos, que se aporte en la Ley N.º 31199 Ley de gestión y protección de los espacios públicos, desde los principios de derecho a la ciudad, la sostenibilidad y la accesibilidad universal, se debe continuar aportando en la implementación y reglamentación de los planes de espacios públicos según la escala de gestión, ello contribuirá a la mejora en las intervenciones del espacio público y cómo aporta positivamente a la imagen urbana de las ciudades.

Quinta

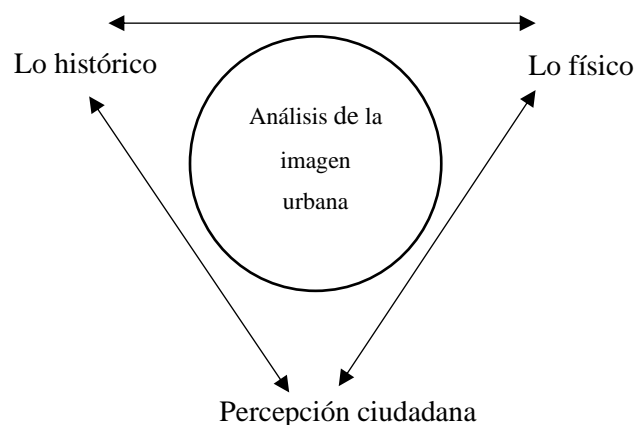
Por último, se recomienda estudiar el tema de la imagen urbana de las ciudades desde la rama de la neuro arquitectura, para aportar al conocimiento de cómo el cerebro capta las sensaciones percibidas por el ser humano y logra establecer estrategias que aporten a disminuir las percepciones negativas de la imagen de una ciudad y a partir de estos resultados surjan nuevas preguntas de investigación las cuales quedan abiertas a investigaciones futuras.

PROPUESTA

Las redes que se forman a través de las calles y espacios públicos deben ser parte de la política pública desde la planificación y el desarrollo urbano sostenible, aplicado con estándares y códigos que proporcionen la cobertura del suelo, calles estandarizadas, lotes uniformes y zonas comerciales con instalaciones comunitarias. Entender que hoy en día la proliferación de códigos en el uso del suelo, el transporte, las tecnologías de la comunicación y los esquemas que el sector plantea a través de sus planes específicos, este debe ser regulado en función al crecimiento económico de las ciudades, por ello la eficiencia y objetividad del espacio público, debe ser enfocado a la vida social en los espacios tradicionales, e incorporarse a los edificios históricos dentro del sistema de tránsito, que involucra el desarrollo adicional de los vínculos de los equipamientos comerciales con las plazas, atrios, calles o pasajes, estos espacios públicos deberían cambiar de exteriores a interiores, de lugares no regulados a lugares regulados, áreas de calidad integral para que aporte a su éxito económico.

A partir de estas premisas se aporta metodológicamente centrado en tres aristas que han estado presentes en la investigación desde el enfoque de la investigación que establece una triangulación de elementos vinculantes en lo histórico, lo físico y la percepción del ciudadano.

Figura 51. *Triangulación de elementos vinculantes de la imagen urbana*



Nota. Elaboración propia.

Existen diversas metodologías que se emplean para la implementación de modelo de gestión en la intervención del espacio público, por ello de acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, para poder contribuir al conocimiento se presenta una **Matriz de análisis y diseño del espacio público con relación a la imagen urbana**, por lo tanto, para dar origen al proceso se analiza la normatividad actual, que se describe en los siguientes párrafos.

El Reglamento de Acondicionamiento Territorial y Desarrollo Urbano Sostenible, aprobado por Decreto Supremo N° 022-2016-VIVIENDA nos menciona que los planes de espacios públicos, deben ser elaborados por la municipalidad provincial, quien es el órgano encargado de planificar la gestión y manejo de los espacios públicos y cumplen funciones de administración del espacio público, por lo tanto, lo define:

“los espacios públicos como espacios libres de edificaciones, dentro o en el entorno inmediato de los centros poblados, que permiten su estructuración y articulación, la movilidad de las personas y mercancías, la integración e interacción social, la recreación de las personas, la facilitación del tendido de redes de servicios de infraestructura y, la regulación de los factores medioambientales” (Ministerio de Vivienda, 2016).

En mayo del 2022 se promulgó la Ley de gestión y protección de los espacios públicos - Ley N°31199, la cual tiene por objeto el marco normativo para la gestión, protección, manejo y sostenibilidad de los espacios públicos, siendo los artículos 3° y 4° los que definen el uso o afectación para la satisfacción de las necesidades urbanas colectivas. Estos constituyen bienes de dominio público, ya que el Estado ejerce su potestad administrativa, reglamentaria y de tutela conforme a ley.

De lo humano a lo urbano

La propuesta tiene una visión humanista que pondera a la persona como eje fundamental de la ciudad, por ello se considera que se requiere espacios públicos inclusivos para mejorar la calidad de vida y bienestar social, esta propuesta se enfoca en el Post Covid-19, donde el denominado “distanciamiento físico que evite contagios”, por lo tanto esto exige la racionalización de los espacios promoviendo cohesión social, resiliencia, inclusión y sostenibilidad, a partir de ello incentivar los bordes de activación que interactúa con patrones socioespaciales, representar la calle desde la intensidad de uso con la vialidad, que establece la permanencia de las personas en los desplazamientos y prácticas de ocupaciones del espacio público. La calle desde la imagen tradicional de los elementos urbanos de Lynch se entrelaza con el imaginario, a través de movimientos y simbolismos, por lo tanto, la calle se transforma transfiriendo actividades de lo privado a lo público, de lo residencial a lo comercial y de lo estático a lo dinámico.

Se establece principios para el análisis y diseño del espacio público, mediante los conceptos de identidad, de experiencias desde modelos para la intervención en el espacio público que aporten a la imagen urbana de ciudades de naturaleza de frontera, para ello es importante comprender las dinámicas contextuales.

Tabla 44. *Dimensiones de percepción de impactos*

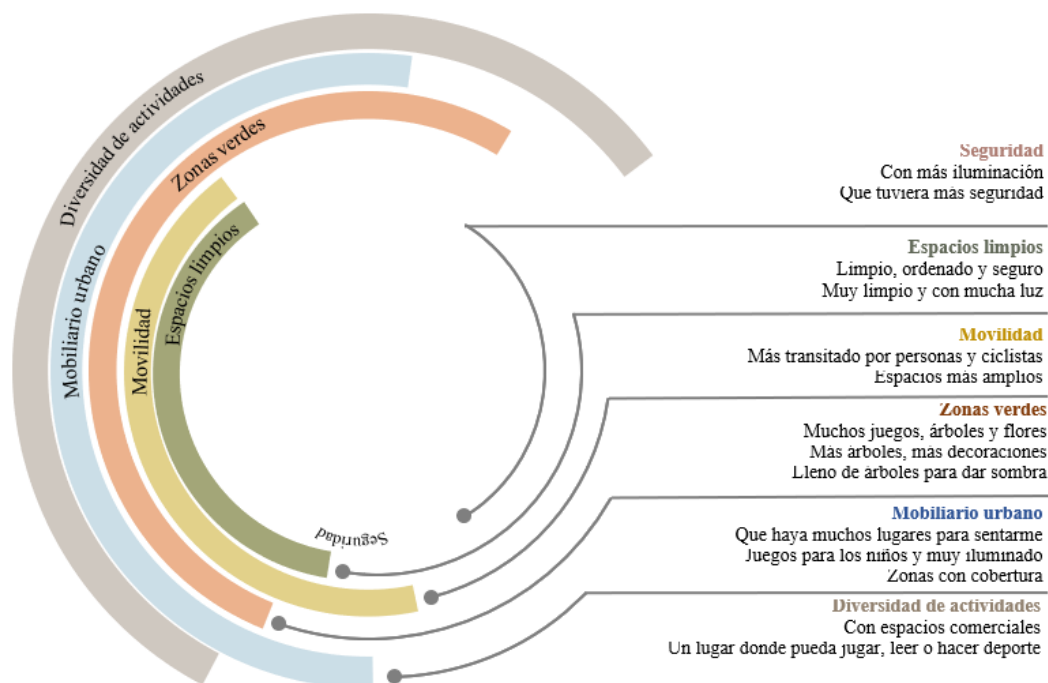
Dimensiones	Percepción de impactos
Función social y propiedad del territorio.	Pérdida de la función residencial por funciones mixtas. Conflictos entre el valor patrimonial y puesta en valor turísticas. Proceso de apropiación de su patrimonio cultural.

	Reconocimiento del turismo basado en modelos sustentables. Posible incremento del valor de uso de suelo.
Organización y dinámica espacial.	Turismo como posible reorganizador del espacio basado en la variedad de usos.
Valores urbanos y arquitectónicos.	Elevado número de valores de uso tangible o intangible para el potencial del turismo. Construcción de un ambiente escenográfico.
Intensidad de uso del espacio.	Pérdida progresiva de la tranquilidad a partir del desarrollo turístico.
Estética del paisaje visual.	Incorporación de mejoras en calles y fachadas.
Condiciones sanitarias.	Riesgos sanitarios.
Protección y conservación del patrimonio.	Deterioro del patrimonio cultural ante la llegada masiva de visitantes.

Nota. Elaboración propia.

Los espacios públicos crean lugares que aportan a los vínculos entre las personas y el mismo espacio, ello conlleva al apego al lugar y conlleva a producir condiciones deseables de ocupación y que los habitantes tengan un sentimiento de pertenencia al lugar. Por lo tanto, para contribuir a la calidad de un espacio público se debe comunicar la construcción de ciudades a escala humana, donde las personas están en el centro de la gobernanza desde una forma más constructiva y significativa donde los ciudadanos, el sector público y privado deben responder ¿Qué tipo de ciudades queremos construir? Y lo hacemos mediante el esquema de mayores intereses que se presenta en la figura.

Figura 52. Esquema de mayores intereses.



Nota. Elaboración propia.

- a) **A participar del lugar:** el sentido de lugar valoriza las cualidades del espacio público, por ello las plazas o parques logran consolidarse en la memoria de los habitantes ya que los acontecimientos permean el espacio según el grado de cohesión histórico y reconocibles culturalmente que fomentan la memoria cultural.
- b) **A la diversidad:** la vitalidad como factor de atracción y capaz de integrar mediante los parámetros de intensidad positiva de usos del espacio público, para conseguir una mayor interacción social.
- c) **A circular:** convertir lugares de tránsito en destinos que logren elementos que armonicen la vida en las calles como en los lugares de descanso, para sentarse, áreas verdes, juegos, mobiliario urbano, como elementos que

fomenten las actividades en la vida pública y complementen la oferta, el uso de suelo, comercio y que a su vez los equipamientos se vean fortalecidos.

- d) **A sentir la forma:** la tridimensionalidad del espacio público, en las edificaciones que lo rodean en diferentes alturas y estilos, la materialidad del pavimento en texturas y desniveles, con la inclusividad a través rampas, terrazas y escaleras, como unificadores y delimitadores.
- e) **A ser representado:** cuando el espacio es simbólico en la estructura urbana, es un entorno capaz de simbolizar las dimensiones más relevantes, estos simbolizan la memoria urbana a través de las prácticas sociales asociadas a un espacio con un significado de comunidad.

A partir de estos lineamientos se desarrolla la siguiente propuesta:

Tabla 45. *Matriz de análisis y diseño del espacio público con relación a la imagen urbana.*

Temática	Criterios de diseño	Descripción	Objetivos	Estrategias
A participar del lugar	Vida pública/ calidad de espacio	Observar los espacios una imagen detallada de patrones de uso	A través del registro, identificar cuantas personas están en un espacio, que partes ocupan y que actividades realiza	Elaborar un registro de personas en movimiento y en permanencia.
A sentir la forma	Universalidad	Conocer la diversidad de la población, según capacidades físicas o cognitivas.	Generar entornos accesibles	Integrar la viabilidad peatonal sin barreras para priorizar los modos de recorridos atractivos y sustentables.
	Sostenibilidad del espacio	Foco de cohesión social que permita la apropiación e incentive el cuidado.	Invertir en el mejoramiento y/o acondicionamiento del espacio público.	Brindar espacios adecuados y legales donde se reorganice a los vendedores informales.
A circular	Seguridad/ desplazamiento	Prevenir accidentes de tránsito y minimizar los efectos	Brindar a los usuarios una infraestructura vial adecuada para fomentar el cambio modal del desarrollo central del auto.	Implementación de elementos urbanos que permitan modos de circulación independiente y aislada.
	Cultura vial	Dar a conocer como las personas se sienten, viven o piensan para la	Generar relaciones con las vías respetando factores espaciales de	Desarrollar una gestión articulada de la movilidad en términos de

A la diversidad	movilidad y desplazamiento	prevenición de los espacios.	regulación y control del tránsito, con propuestas de intervención en áreas de concentración.
Activación del espacio	Implementación de módulos de complemento a la activación, observación y apropiación del espacio.	Dinamizar el espacio público considerando la seguridad ciudadana.	Generar módulos comerciales que brinden atención a lo largo del día
Permanencia en el espacio	Desarrollo de lugares de estancia que permita al ciudadano hacer uso del espacio	Generar incentivos, por medio de intervenciones factibles a la estancia del espacio público.	Diseñar mobiliario y lugares de calidad para la estancia.
A ser representado	Diseño con tradición	Promulgación de la cultura y tradiciones locales en la configuración y diseño del espacio público	Resaltar la cultura y tradición del lugar. Crear elementos espaciales que resalten elementos hitos del contexto.
	Mejoramiento ambiental	Inserción de vegetación que corresponda a las condiciones y características del entorno.	Insertar vegetación que responda a las necesidades sociales, ambientales, legales y urbanísticas, promoviendo la vegetación nativa.
	Valoración del patrimonio	Relación entre las edificaciones y los elementos naturales que vinculan y resaltan las características propias de un lugar en el espacio público.	Generar identidad y valoración del patrimonio tangible e intangible, para el reconocimiento en los centros urbanos. Utilizar señalética y mobiliario que este acorde al entorno a intervenir, asimismo la puesta en valor de predios patrimoniales.

Nota. Elaboración propia.

REFERENCIAS

- Acosta, F., Solis, M., & Alonso, G. (2012). Grado de apropiación de la ciudad y percepciones sobre la calidad de vida en ciudades de la frontera norte de México. . *Revista del Consejo de Investigación y evaluación de la política social*, 3(6), 11-42.
- Alarcón, O., & Gonzalez, H. (2018). El desarrollo económico local y las teorías de localización. Revisión teórica. *Revista espacios*, 39(51).
- Alatorre, A., & Perez, M. (2011). Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local TURyDES*, 4(11), 1-25.
- Aldas, J., & Uriel, E. (2017). *Análisis multivariante aplicado con R*. . Ediciones Paraninfo .
- Alvarado, I., & Romero, S. (2019). *Turismo y consumo del espacio en Janitzio durante la Noche de Muertos*.
- Arriaga, J. (2010). La cooperación transfronteriza: significado y método para su análisis. *La agenda de cooperación internacional en la frontera sur de México*, 41-63.
- Ávila, M., & Scheuren, B. (2005). Ciudad, imagen y percepción. *Revista geográfica venezolana*, 46(1), 11-33.
- Baker, D., & Crompton, J. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Barbaza, Y. (1970). *Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace litoral*. *Annales de Geographie*.
- Bazant, J. (2008). *Espacios urbanos; historia, teoría y diseño*. México: Limusa.
- Beita, C., & Alvarez, P. (2015). De la geografía del turismo al análisis territorial del turismo: el rastro en Costa Rica. *Revista Geográfica de América Central*, 1(54), 15-43.

- Benitez, J. (2019). Los límites del derecho a la ciudad como prisma para entender conflictos urbanos: acción colectiva y lenguaje de derechos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Población y sociedad*, 26(1), 6-31.
- Bentley, I., Alcock, A., Murrain, P., Green, S., & Smith, G. (1999). *Entornos vitales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Berrocal, R., & Caldera, J. (2013). La calidad de vida urbana y la dimensión físico-espacial del espacio público: aportes metodológicos para el ordenamiento territorial de Montería. *Perspectiva geográfica: Revista de programa de Estudios de Posgrado en Geografía*, 18(2), 257-280.
- Beverly, J., & Campbell, L. (2004). Real Exchange Fluctuations and the Dynamics of Retail Trade Industries on the U.S. – Canadá Border. *The American Economic Review*, 94(4), 1194-1206.
- Bigné, J., Alcañiz, J., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Esic.
- Borja, J. (2009). El espacio públicociudad y ciudadanía.
- Borja, J., & Muxí, Z. (2003). *El espacio público ciudad y ciudadanía*.
- Bourdieu, P. (2002). *ensamiento y acción/Thought and action*. Libros del zorzal.
- Brandajs, F., & Russo, A. (2019). Whose is that square? Cruise tourists' mobilities and negotiation for public space in Barcelona. *Applied Mobilities*.
- Briceño, M., & Gil, B. (2003). Calidad ambiental de la imagen urbana Sectores La Parroquia, Alto Chama, Carrizal, Los Curos, Zona Industrial y barrios La Candelaria y San Buenaventura de la ciudad de Mérida-Venezuela. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 13(38), 445-482.
- Cabrera, L. (2021). *Tacna: Centralidad Tripartita*. Tacna: UPT Perú .
- Carmona, G., & Calvo, A. (2013). Apropiación simbólica y reconfiguración identitaria del espacio urbano en Metepec, estado de México. *Nova Scientia*, 6(11), 268-290.
- Carrión, F. (2001). Las nuevas tendencias de la urbanización en América Latina. *La ciudad construida. Urbanismo en América Latina*, 1(1), 7-24.

- Carrión, F. (2019). El espacio público es una relación no un espacio. *Derecho a la ciudad: una evocación de las transformaciones urbanas en América Latina*, 191-222.
- Carruitero, P. (2011). Estacionalidad de la demanda de turismo en Argentina . *Tesis doctoral*.
- Cavagnaro, L. (2010). *Tacna: Desarrollo Urbano y Arquitectónico (1536-1880)*. Tacna: Gobierno Regional de Tacna .
- Chavez, M. (2022). Entre lo percibido y lo concebido en la producción del espacio transfronterizo Arica-Tacna. *Si Somos Americanos*, 59-89.
- Contreras, Y., Tapia, M., & Liberona, N. (2017). Movilidades y prácticas socioespaciales fronterizas entre Arica y Tacna. Del sentido de frontera a la transfrontericidad entre ciudades. *Diálogo andino*, 127-141.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*.
- Czegledi, O., Arjona, N., Paget, E., Rech, Y., & Gourin, L. (2022). The impact of hiking on visitors' consumer behavior on the French shores.
- Daudén, F. (2011). Implicaciones de la accesibilidad configuracional en la movilidad peatonal. EL caso de Madrid. *Tesis Doctoral*.
- DeVellis, R. (1991). *Scale Development: Theory and Applications*. Newberry Park: Sage.
- Dilla, H., & Alvaréz, C. (2018). Arica/Tacna: Los circuitos económicos de un complejo urbano transfronterizo. *Diálogo Andino*, 57, 99-109.
- DiMatteo, L. (1999). Using alternative methods to estimate the determinants of cross-border trips. *Applied Economics*, 31(1), 77-88.
- Dosso, R. (2005). Recursos urbanos en centros bonaerenses. *Aportes y transferencias*, 9(2), 72-94.
- Fernández, L. (1988). *Teoría y técnica del turismo*. Madrid: Editora Nacional Torregalindo
- Fester, F., Kraft, S., & Metzner, E. (1983). Raum für soziales Leben: eine Arbeitshilfe für die Planungs-und Entwurfspraxis; Forschung im Auftrage

- des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen. Müller.
- Gallegos, O., & López., A. (2004). Turismo y estructura territorial en Ciudad Juárez, México. *Investigaciones geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, 53(1), 141-162.
- García, E. (2006). *Hacer ciudad, la construcción de la metrópolis*. Buenos Aires : Nobuko.
- Gehl, J. (2006). *La humanización del espacio urbano*. Barcelona: Reverté.
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Buenos Aires: Infinito.
- Giglia, A. (2012). El habitar y la cultura: perspectivas teóricas y de investigación. *El habitar y la cultura*, 1-59.
- Gimenez, G. (2021). *Teoría y análisis de la cultura*. ITESO.
- Gonzalez, J., & Mireles, L. (2010). La construcción de las nuevas urbanidades: de los antiguos centros históricos a las modernas plazas comerciales en la ciudad de San Luis Potosí, Méxic. *In VII Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile AG*.
- Gutierrez, J. (2012). Metrópolis transfronteriza. revisión de la hipótesis y evidencias de Tijuana, México y San Diego, Estados Unidos. *Bitácora Urbano Territorial.*, 1, 157-159.
- Guzmán, C., Garduño, M., & Zizumbo, L. (2009). Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(6), 691-706.
- Harvey, D. (2006). La acumulación por desposesión . *Espacios globales* , 21-52.
- Henao, O., & Córdoba, J. (2007). Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica. *Entramado*, 3(2), 18-29.
- Hernández, A. (2020). La percepción del espacio público en la conservación de la imagen urbana. Centro Histórico de Morelia en el siglo XXI. *Tesis maestría*.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México: McGRAW-HILL Education.

- Ibarra, J. (2013). Los asturianos según Asturias: el reflejo de las actividades de la colectividad en la Argentina a través de la publicación oficial del Centro Asturiano. *Tesis doctoral* .
- Ilbery, B., & Maye, D. (2006). Retailing local food in the Scottish-English borders: A supply chain perspective. *Geoforum*, 37(1), 352-367.
- Jiménez, I. (2014). *Pierre Bourdieu: capital simbólico y magia social*. México: Siglo XXI Editores México.
- Ladino, M., Liberona, N., & Contreras, Y. (2017). El surgimiento de un territorio circulatorio en la frontera chileno-peruana: estudio de las prácticas socio-espaciales fronterizas. *Revista de Geografía Norte Grande*, 117-141.
- Lefebvre, H. (1974). La producción del espacio . *Papers: revisat de sociologia* , 219-229.
- Lezama, J. (2014). *Teoría social, espacio y ciudad*. México: El colegio de México D.C.
- Linares, L., & Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.
- Llugsha, G. (2015). Ciudades de frontera: dinámicas locales y plataformas regionales. *Perfil Criminológico*, 18, 3-6.
- Llusgha, G. (2015). *Ciudades de frontera: dinámicas locales y plataformas regionales*.
- Lopez, M., & Ravella, O. (2019). Movilidad, espacio y diseño: metodología de análisis integrada del sistema viario en relación a sus contextos y parámetros de diseño. EL caso ciudad de la Plata. *Revista de urbanismo*, 40.
- Lucas, V. (2004). Cross-border shopping in a federal economy. *Regional Science and Urban Economics*, 34(1), 365-385.
- Lynch, K. (2015). *La imagen de la ciudad* . Barcelona: Gustavo Gili.
- Lynch, K., & Rodwin, L. (2018). *A Theory of Urban Form*. In *Classic Readings in Urban Planning* . Routledge.
- Malinosky, B. (1975). *Los argonautas del Pacífico Occidental*. España: Península
- Municipalidad Provincial de Tacna. (2015). Plan de Desarrollo Urbano 2015-2015.

- Muro, A., Perez, I., & Sánchez, J. (2020). Impact of shopping tourism for the retail trade as a strategy for the local development of cities. *Frontiers in Psychology*, 11-67.
- Omar, A. (2013). El espacio público en perspectiva. Constantes físicas, constantes simbólicas. In *XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras*.
- Paasi, A. (2004). Boundaries as social processes: Territoriality in a world of flows, en *Boundaries, territory and posmodernity. Oxon: Frank Cash Publishers, 1*, 69-78.
- Pasquotto, M., & Monfort, M. (2012). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. *Estudios y perspectiva en turismo*, 21(5), 1244-1261.
- Pedregal, A. M. N. (2020). El turismo como contexto. *Disparidades. Revista de Antropología*, 75(1), e001c-e001c.
- Peñaloza, L., & Medina, J. (2011). La profesión turística: ejes de explicación en su relación con la formación académica. *Revista de educación superior*, 40(160), 95-118.
- Plan de Desarrollo Urbano Tacna. (2015-2025).
- Plan Director de Tacna . (2001-2010).
- Pons, R., Morales, L., & Díaz, Y. (2007). La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista. *Teoría y praxis*, 3, 89-102.
- Rebollo, J., Fernando, J., Dávila, D., & Manuel, J. (1995). Turismo y patrimonio histórico y cultural. *Estudios turísticos. De prácticas*, 126, 161-177.
- Ricart, N., & Remesar, A. (2009). Reflexiones sobre el espacio público . *Universitat de Barcelona*, 5-35.
- Ríos, V. (2019). Espacio público e imagen urbana. Una breve contribución conceptual. *Anuario de espacios urbanos* , 111.
- Rodriguez, J. (2019). Prácticas sociales y modos de apropiación en el espacio público del municipio de Chia. *Tesis maestría*.

- Rojo, J. (2018). El deterioro del espacio público y su impacto en las áreas destinadas a la socialización y al desarrollo de la accesibilidad en las ciudades medias mexicanas: caso Culiacán, Sinaloa. *Tesis doctoral*.
- Rubio, A. (2019). Rutas de la Rioja: Nuevos itinerarios, industria de viajeros y desarrollo. *Rutas de la Rioja*, 1-153.
- Sanchez, J., Gonzalés, L., Pablo, A. d., Aja, A., & Mora, A. (2012). La intervención en la ciudad construida: acepciones terminológicas. *Urban*, 4, 113-122.
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, 9, 31-57.
- Sheller, M., & Urry, J. (2004). *Tourism Mobilities. Places to play, places in play. London: Routledge.*
- Silva, B., Garcés, C., Lopéz, J., & Cueva, G. (2017). Constructo social de la ocupación normada en músicas y músicos callejeros de la ciudad de Temuco: desde una mirada de justicia ocupacional. *Revista de Estudiantes de Terapia Ocupacional*, 4(1), 14-38.
- Soriano, P. (2015). *Tesis doctoral Morfología, usos e impactos en los espacios públicos turísticos de la ciudad. El caso de los barrios Lastarria y Yungay en Santiago de Chile y del Cerro Concepción en Valparaíso.*
- Soriano, P. (2015). Morfología, usos e impactos en los espacios públicos turísticos de la ciudad. El caso de los barrios Lastarria y Yungay en Santiago de Chile y del Cerro Concepción en Valparaíso. *Tesis doctoral* .
- Sorkin, M. (2010). Variaciones sobre un parque temático. *Letra internacional*, 109, 28-31.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. . Universidad de Antioquia.
- Tacna Fascinante. (18 de setiembre de 2022). Obtenido de <https://www.facebook.com/groups/tacnafascinante/media>
- Tapia, M. .. (2015). Frontera, movilidad y circulación reciente de peruanos y bolivianos en el norte de Chile. *Estudios atacameños*, 195-213.

- Timothy, D. (2005). Shopping Tourism, Retailing and Leisure. *Channel View Publications Clevedon, 1*, 42-75.
- Timothy, D., & Butler, R. (1995). Cross-Border Shopping a North American Perspective. *Annals of Tourism Research, 22*(1), 16-34.
- Tyszler, M. (2006). Tyszler, M. (2006). Econometria espacial: discutindo medidas para a matriz de ponderação espacial . *Tesis doctoral* .
- Valdebenito, F. (2017). Movilidad y espacialidad en la (trans)frontera tacno-ariqueña. Sur peruano y norte chileno. *Si Somos Americanos Revista de Estudios Transfronterizos, 17*(1), 39-64.
- Vidal, F. (2014). Urban transformation and diffusion of tourist practices: visiting Alcântara at the turn of the twentieth century. *Journal of tourism and cultural change, 12*(2), 118-132.
- Vidal, T., & Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología, 2005, 36*(3), 281-297.
- Yirda, A. (2021). *Definición de Alfa de Cronbach*. Recuperado el 20 de febrero de 2021, de <https://conceptodefinicion.de/alfa-de-cronbach/>

APÉNDICE

ANEXO 01 MATRIZ DE CONSISTENCIA; TRANSFORMACIÓN DE LA IMAGEN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO, PRÁCTICAS DE CONSUMO TURÍSTICO EN CIUDAD DE FRONTERA: CASO TACNA, PERÚ 2022

Problema	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿De qué manera las prácticas turísticas de consumo se relacionan con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022?	Analizar la relación del turismo de consumo con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de Tacna al 2022, para articular intereses, valores e imágenes que son atributos materiales del lugar y son parte de la naturaleza única de las ciudades de frontera.	“El turismo de consumo se relaciona con la transformación de la imagen urbana del espacio público, de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022”.	Variable independiente: Turismo de consumo	Económica	Vocación turística Diversificación de la Oferta Estacionalidad de la demanda	Paradigma científico: Post positivista Metodología de investigación: Mixta Estrategia de la investigación: No experimental Tipo de investigación: Básica social
Interrogantes ¿De qué manera la dimensión económica del turismo de consumo se relaciona con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022?	Objetivos específicos Identificar la relación de la dimensión económica del turismo de consumo con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.	Hipótesis específicas H1: La dimensión económica del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión funcional del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.		Social	Relación visitante/ residente Grado de percepción Grado de satisfacción	Diseño de investigación: Correlacional y transversal.
¿Cuál es la relación de la dimensión social del turismo de consumo con la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022?	Reconocer la relación de la dimensión social del turismo de consumo con la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.	H2: Existe una relación positiva de la dimensión social del turismo de consumo y la dimensión perceptual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.		Ambiental	Deterioro de estructuras de interés turístico Nivel de cobertura vegetal alterada Expansión de espacio construido	POBLACIÓN Y MUESTRA: Muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia: 218 encuestados Muestreo probabilístico espacial de área sistemática céntrica (CSAS).
				Cultural	Tasa de pérdida de patrimonio	Muestreo intencional, no probabilístico: 10 arquitectos

<p>¿De qué manera la dimensión ambiental del turismo de consumo se relaciona la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna?</p>	<p>Analizar la relación de la dimensión ambiental del turismo de consumo con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.</p>	<p>H3: La dimensión ambiental del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión morfológica del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.</p>	<p>Variable dependiente: Imagen urbana del espacio público</p>		<p>Variación de estructuras Número de edificios reutilizados</p>	<p>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN: Para la fase cuantitativa la encuesta, la observación no participativa, mapeos, y para la fase cualitativa la entrevista semiestructurada</p> <p>TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO: Mapas, tablas de frecuencia, programa estadístico y esquemas interpretativos</p>
<p>¿De qué manera la dimensión cultural del turismo de consumo se relaciona con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera?</p>	<p>Analizar la relación de la dimensión cultural del turismo de consumo con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.</p>	<p>H4: La dimensión cultural del turismo de consumo se relaciona significativamente con la dimensión visual del espacio público de ejes comerciales y de servicios de la ciudad de frontera de Tacna al 2022.</p>		<p>Funcional</p>	<p>Variedad de usos Recorrido</p> <p>Porosidad</p>	
				<p>Perceptual</p>	<p>Elementos urbanos legibles Elementos de significado y simbolismo Valoración de la calidad del espacio</p>	
				<p>Morfológica</p>	<p>Densidad edificatoria</p> <p>Relaciones Volumétricas Red de espacio público</p>	
			<p>Visual</p>	<p>Fondo escénico Interrupción visual Diversidad de elementos</p>		

Nota. Elaboración propia.

ANEXO 02: RELACIÓN DE EXPERTOS EN LA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Relación de experto	Ocupación
Dr. Jesús Plácido Medina Salas	Decano Facultad de Ingeniería UNJBG
Dra. Nelly Luzgarda Gonzales Muñiz	Docente Arquitectura - UPT
Dra. Delia Yolanda Mamani Huanca	Jefa de Biblioteca UPT - Docente
Dra. Isis Bustamante Dueñas	Docente Arquitectura - UNI

Nota. Aporte de los expertos para la validación del instrumento

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

El análisis estadístico para la comprobación de las hipótesis y validez del modelo: Análisis descriptivo, análisis de fiabilidad, análisis bivariado Rho de Spearman y análisis de Regresión. Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 25.0.

Tabla 01. Protocolo de análisis estadístico de la investigación cuantitativa

	Análisis	Técnica
	Confiabilidad	Prueba de Alfa de Cronbach
	Normalidad	Prueba de Kolmogorov-Smirnov
Técnicas estadísticas de la investigación	Caracterización de la muestra	Estadística Descriptiva
	Estadística inferencial: Análisis de correlación y comprobación de hipótesis	Rho de Spearman

Nota: Técnicas estadísticas de la investigación. Elaboración propia.

Coefficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach del cuestionario

Coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach son medidas de coherencia o consistencia interna. Son coeficientes que estiman la confiabilidad (Hernández-Sampieri y otros, 2018), es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida, y cuya denominación Alfa fue realizada por Cronbach en 1951. El alfa de Cronbach es una media de las correlaciones entre las variables que forman parte de la escala. Puede calcularse de dos formas: a partir de las varianzas (alfa de Cronbach) o de las correlaciones de los ítems (Alfa de Cronbach estandarizado) (Yirda, 2021). El Alfa de Cronbach nos permitió medir la confiabilidad del instrumento de la presente investigación. Obteniendo los siguientes resultados:

Cuestionario para para evaluar el turismo de consumo

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.892	24

Nota. Calculado en SPSS Windows XXV

Cuestionario para para evaluar la imagen urbana del espacio público

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.919	24

Nota. Calculado en SPSS Windows XXV

Dado que los coeficientes calculados son mayores de 0.80 se determina una **muy buena confiabilidad para los instrumentos** (DeVellis, 1991).

ANEXO 03: FORMATO DE JUICIO DE EXPERTOS

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):

1.2. Grado Académico.

1.3 Profesión:

1.4. Institución donde labora:

1.5. Cargo que desempeña:

1.6 Denominación del Instrumento: ENCUESTA “TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y TURISMO DE CONSUMO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA PERÚ AÑO 2022”.

1.7. Autor del instrumento: MTRO. ANA NOELIA MARTINEZ VALDIVIA

1.8 Programa de postgrado: DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

VALIDACIÓN

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

RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

Valoración total cuantitativa: __


Opinión FAVORABLE DEBE MEJORAR

NO FAVORABLE

Observaciones:

TACNA,

FIRMA

		UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos	
Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02


INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): MEDINA SALAS, JESÚS PLÁCIDO
- 1.2. Grado Académico. DOCTOR
- 1.3. Profesión: ING. METALÚRGICO
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
- 1.5. Cargo que desempeña: DECANO FACULTAD DE INGENIERIA
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA "TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y TURISMO DE CONSUMO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA PERÚ AÑO 2020".
- 1.7. Autor del instrumento: MTRO. ANA NOELIA MARTINEZ VALDIVIA
- 1.8. Programa de postgrado: DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X	
SUMATORIA PARCIAL						30	
SUMATORIA TOTAL							30

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 30

3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____


NO FAVORABLE _____

3.3. Observaciones: _____

Tacna, 17 julio del 2021.



Firmado digitalmente por:
 MEDINA SALAS Jesus
 Placido FIR 00490617 hard
 Motivo: En señal de
 conformidad
 Fecha: 18/08/2021 21:59:38-0500

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Postgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos			
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN


I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): GONZALES MUÑIZ, NELLY LUZGARDA
- 1.2. Grado Académico. DOCTOR
- 1.3. Profesión: ARQUITECTA
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE PRINCIPAL/ COORDINADORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FAU
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA "TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y TURISMO DE CONSUMO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA PERÚ AÑO 2020".
- 1.7. Autor del instrumento: MTRO. ANA NOELIA MARTINEZ VALDIVIA
- 1.8. Programa de postgrado: DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X	
X4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X		
SUMATORIA PARCIAL						29	
SUMATORIA TOTAL							29

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN fve - 001	Versión 00	Vigencia 2015

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 29

3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR

NO FAVORABLE


3.3. Observaciones: _____

2

Tacna, 17 julio del 2021.



Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN 500-001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN


I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): MAMANI HUANCA, DELIA YOLANDA
- 1.2. Grado Académico: DOCTOR
- 1.3. Profesión: ABOGADA
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE FADE
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA "TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y TURISMO DE CONSUMO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA PERÚ AÑO 2022".
- 1.7. Autor del instrumento: MTRO. ANA NOELIA MARTINEZ VALDIVIA
- 1.8. Programa de postgrado: DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					16	10
SUMATORIA TOTAL		26				

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
	Codificación CEIN 00 -001	Versión 00	Vigencia 2015

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 26
- 3.2. Opinión: FAVORABLE x DEBE MEJORAR _____

NO FAVORABLE _____


- 3.3. Observaciones: _____
- _____
- _____
- _____

2

Tacna, 17 agosto del 2021.



 Dra. Delia Yolanda Mamani Huanca
 Firma

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN 5e - 001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN


I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): BUSTAMANTE DUEÑAS, ISIS
- 1.2. Grado Académico ~~DOCTOR~~ **DOCTOR**
- 1.3. Profesión: ARQUITECTA
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
- 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE PRINCIPAL
- 1.6. Denominación del Instrumento: ENCUESTA "TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y TURISMO DE CONSUMO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA PERÚ, 2020".
- 1.7. Autor del instrumento: MTRO. ANA NOELIA MARTINEZ VALDIVIA
- 1.8. Programa de postgrado: DOCTORADO EN ARQUITECTURA Y DINÁMICAS URBANAS

II. VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					x
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					x
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					x
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					x
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					x
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					x
SUMATORIA PARCIAL						30
SUMATORIA TOTAL		30				

	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA Escuela de Posgrado Centro de Investigación Formato de Validación por expertos		
Codificación CEIN ^{ve} -001	Versión 00	Vigencia 2015	Páginas 02

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 30
- 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR
NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: NINGUNA
- _____
- _____
- _____

2

Tacna, 21 de agosto del 2021.



Firma
DNI 06600219

ANEXO 04: CUESTIONARIO ENCUESTA FASE CUANTITATIVA

INSTRUCCIONES

La presente encuesta, tiene por finalidad recoger información importante sobre la investigación titulada “**TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y TURISMO DE CONSUMO EN CIUDADES DE FRONTERA: CASO TACNA PERÚ AÑO 2022**”. Sobre el particular usted encontrará a continuación un conjunto de preguntas relacionadas a ejes de comercio y servicios reconocidos de la ciudad como la Av. Bolognesi, Av. San Martín y la Av. Coronel Mendoza, estas preguntas serán respondidas considerando antes de la pandemia con los recuerdos al año 2020 antes del cierre de la frontera, las mismas que tendrán 05 alternativas, debiendo elegir sola una la que considere correcta, seleccionado una alternativa en cada avenida, ésta encuesta es anónima, se le agradece su participación.

DATOS GENERALES

GENERO	Masculino	Femenino		
EDAD	Entre 18 a 25 años	Entre 26 a 40	Entre 41 a 55	
ENCUESTADO	Peatón local	Residente o comerciante	Turista	

VARIABLE TURISMO DE CONSUMO

DIMENSIÓN ECONÓMICA

1. Usted considera que el turismo de consumo (compras, servicios turísticos y lugares de atención médica), es la principal actividad económica.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

2. Se han incrementado las actividades económicas con la aparición de edificaciones para centros comerciales, lugares de atención médica y servicios turísticos como restaurantes y alojamientos.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

3. Hasta el cierre de la frontera en el 2020, los turistas eran quienes más consumían en las galerías, hospedajes, restaurantes y tiendas.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

DIMENSIÓN SOCIAL

4. El turismo de consumo ha generado un intercambio cultural positivo por la buena convivencia entre residentes y turistas.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

5. La población dedicada al comercio y a los servicios turísticos ha logrado conocer a su público objetivo para la satisfacción del turista.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

6. Existe una alta valoración en la satisfacción de los consumidores (turistas) y residentes de los productos turísticos en galerías, hospedajes, restaurantes y tiendas.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

DIMENSIÓN AMBIENTAL

7. Considera que los espacios públicos de recorrido evidencian alteraciones o deterioro por las actividades derivadas del turismo de consumo.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

8. La vegetación existente en el espacio público se encuentra en buen estado de conservación.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

9. Considera que hay un alto grado de transformación por los edificios construidos y el espacio público para el turismo de consumo.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			

c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

DIMENSIÓN CULTURAL

1. Considera que la demolición de edificios de valor histórico afecta la imagen urbana del espacio público.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

2. Ud. identifica edificios de valor histórico que se encuentran en peligro de ser demolidos para ser utilizados en actividades de consumo.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

3. El sector cuenta con edificios de valor histórico que han sido reutilizados para el turismo de consumo.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

VARIABLE IMAGEN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO

DIMENSIÓN FUNCIONAL

4. En el espacio público existe una variedad de usos para compras, alojamiento, atención médica, recreación y alimentación.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

5. El espacio público es receptivo en el cual se puede circular con recorridos adecuados y se conecta al entorno de las galerías, restaurantes, consultorios, restaurantes entre otros.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

6. El espacio público da prioridad al peatón en los recorridos.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

DIMENSIÓN PERCEPTUAL

7. En el espacio público reconoce puntos estratégicos como sendas (caminos), hitos (elementos significativos), nodos (puntos de concentración), barrios y bordes (límites) que tienen una representación simbólica y originan el uso y apropiación cotidiana del espacio público.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			

c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

8. Usted percibe una imagen positiva al recorrer el espacio público porque identifica atractores urbanos o arquitectónicos que hace que recuerde el lugar.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

9. Considera que el espacio público que recorre el peatón es protector, confortable y placentero.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

DIMENSIÓN MORFOLÓGICA

10. Las edificaciones en sus fachadas (forma, altura, materiales y estilos) favorecen la imagen urbana del espacio público.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

11. Usted se siente cómodo en el recorrido que percibe en el espacio público en relación al ancho de la calle y la altura de las edificaciones.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

12. Los elementos de la sección vial (vereda, pista y bermas) favorecen a la imagen urbana que percibe en el recorrido del espacio público.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

DIMENSIÓN VISUAL

13. Usted considera que el espacio público tiene un fondo escénico atractivo que lo impacta al percibirlo visualmente.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

14. Al observar el espacio público mientras lo recorre, existen elementos que perturban la continuidad visual de la secuencia de los elementos construidos y naturales.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			

e	Muy en desacuerdo			
---	-------------------	--	--	--

15. Observa diversos elementos como la vegetación, las edificaciones construidas y áreas de recorrido que en conjunto le expresan una armonía visual que le agrada permanecer en el lugar.

	Valor o escala	Av. Bolognesi	Av. San Martín	Av. Cnel. Mendoza
a	Muy de acuerdo			
b	De acuerdo			
c	Ni de acuerdo ni en desacuerdo			
d	En desacuerdo			
e	Muy en desacuerdo			

Muchas Gracias

ANEXO 05: GUÍA DE ENTREVISTA FASE CUALITATIVA

Reflexionar sobre la responsabilidad del arquitecto en la transformación de la imagen urbana de una ciudad de frontera.

Agradezco su tiempo y disponibilidad para diligenciar la presente guía de entrevista de la tesis doctoral titulada “**Transformación de la imagen urbana del espacio público, prácticas de consumo turístico en ciudad de frontera: Caso Tacna, Perú 2022**”. La información aquí suministrada es de valiosa importancia para culminar la tesis doctoral.

Unidad de análisis: arquitectos proyectistas habilitados del CAP Regional Tacna, con más de 10 años de experiencia profesional

1. *Presentación y ejercicio profesional*

- Datos profesionales (profesión/ocupación, último grado académico obtenido, tiempo de ejercicio profesional)

2. *Imagen y memoria del espacio público – identidad*

- ¿Cuáles son elementos urbanos que reconoce en la imagen urbana de la ciudad de Tacna?
- ¿Ud. considera que la ciudad de Tacna en la construcción y configuración de la imagen urbana la hacen diferente y particular? Por qué
- ¿Ud. considera que la ciudad de Tacna tiene lugares reconocibles como memorables vividos y receptores de atención que lo diferencia como una ciudad de frontera?

3. *Perspectiva sobre la transformación de la imagen urbana del espacio público - estructura*

- ¿Conoce como ha sido el proceso de transformación de la imagen urbana de la ciudad de Tacna? (incidir en la temporalidad, eventos importantes)
- ¿En qué zonas ha habido un mayor impacto de las transformaciones por prácticas de consumo turístico hasta el 2022?
- ¿Qué actores tienen mayor incidencia en la transformación de la imagen urbana en la ciudad de Tacna?

4. *Retos de la responsabilidad del arquitecto en la transformación de la imagen urbana - significado*

- ¿Considera que la imagen urbana de la ciudad ha sido influencia de los arquitectos proyectistas de la localidad?
- ¿Cuál es el papel de la arquitectura y el urbanismo en la imagen urbana de las ciudades?
- ¿Qué debe mejorar en la imagen urbana de la ciudad de Tacna?

ANEXO 06: RESULTADOS DE LA ENCUESTA

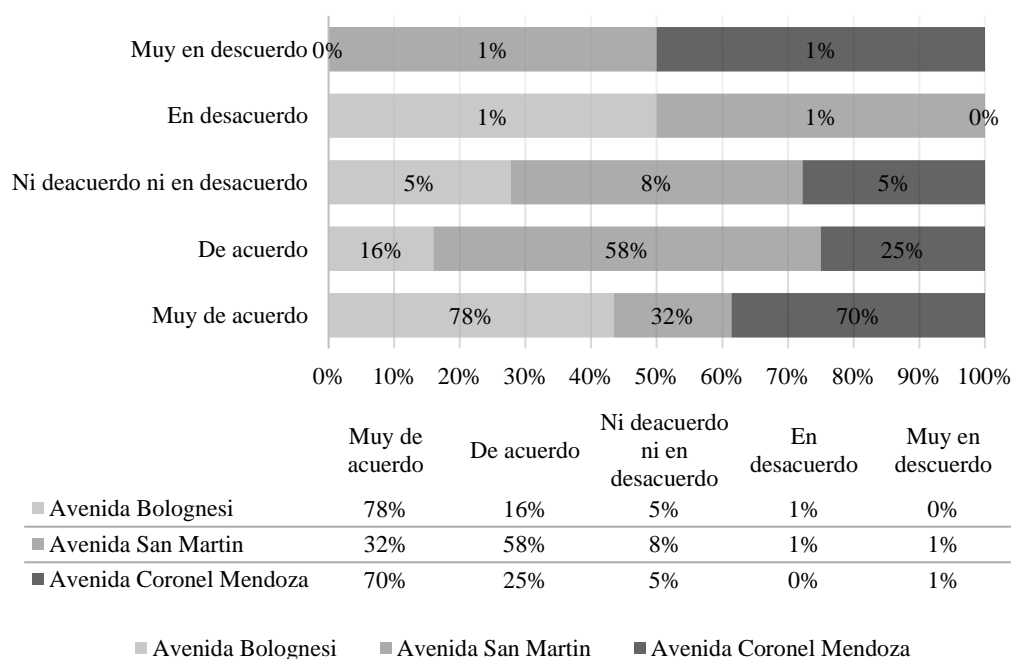
RESULTADOS SOBRE VARIABLE TURISMO DE CONSUMO

Para recoger la información sobre las dimensiones del turismo de consumo y la transformación de la imagen urbana del espacio público de la ciudad de frontera de Tacna, cuyo ámbito de estudio son los ejes de comerciales y de servicios de la Avenida Bolognesi, Avenida San Martín y Avenida Coronel Mendoza, para ello se aplicó un cuestionario el cual se administró a los tres ejes del ámbito de estudio que comprende la presente investigación. Una vez recogida la información se realizó el procesamiento, análisis e interpretación de los datos y resultados obtenidos, que se muestran a continuación a través de las tablas y figuras.

Dimensión económica

De la pregunta 1: Usted considera que el turismo de consumo (compras, servicios turísticos y lugares de atención médica), es la principal actividad económica.

Figura 53. Gráficos de resultados de la pregunta 1.

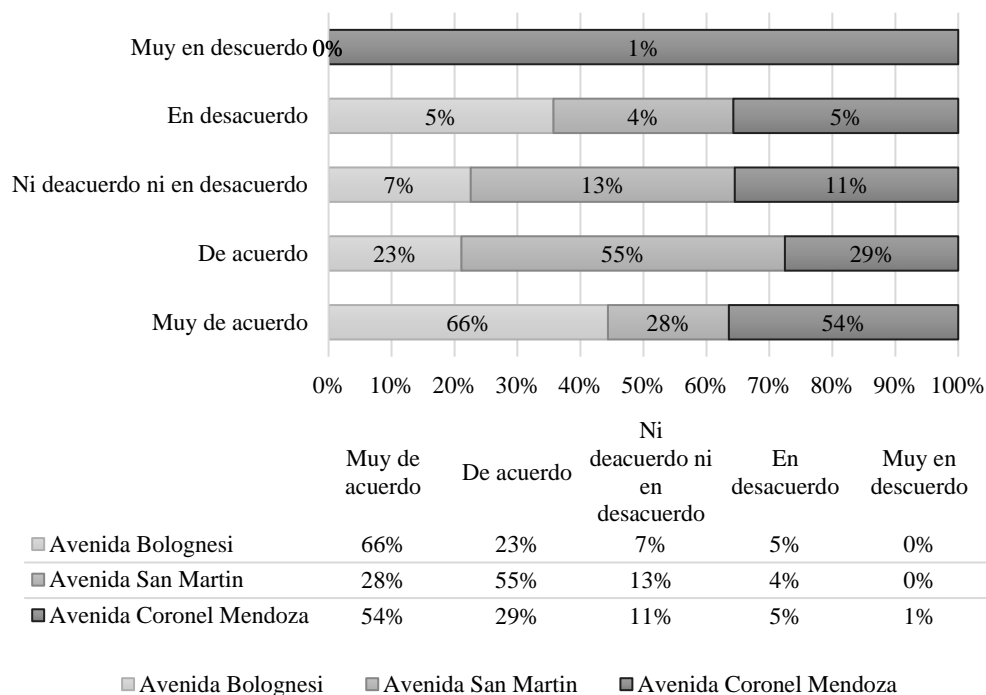


Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Los resultados reflejan que tanto la Avenida Bolognesi como la Avenida Coronel Mendoza tienen porcentajes altos de estar muy de acuerdo que el turismo de consumo, es la principal actividad económica, siendo 78% de la muestra encuestada sobre la Avenida Bolognesi y el 70% en la Avenida Coronel Mendoza; mientras que para la Avenida San Martín el 58% considera estar de acuerdo; por ello se concluye que tanto los residentes como turistas perciben que los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza tienen mayor impacto económico para la región por la vocación turística, por la existencia de circuitos económicos que inciden en la zonificación y usos de suelo. En tal sentido, se define que el turismo de consumo es la principal actividad de los ejes de comercio y servicios de la ciudad de Tacna, sustentado en la dinámica económica de la ciudad, que según el “Estudio de flujo turístico en las principales fronteras del Perú” 2018, dentro de las características de viaje del visitante extranjero, el tercer aspecto de la visita es para realizar sus compras, siendo las motivaciones por vacaciones, recreación u ocio principalmente, en tal sentido Tacna por su dinamismo tiene una amplia oferta de bienes y servicios turísticos destacando los servicios especializados de compras, salud y gastronomía, por lo tanto la percepción es muy favorable de que el turismo de consumo genera un impacto positivo para el desarrollo de la ciudad.

De la pregunta 2: Se han incrementado las actividades económicas con la aparición de edificaciones para centros comerciales, lugares de atención médica y servicios turísticos como restaurantes y alojamientos.

Figura 54. Gráficos de resultados de la pregunta 2.

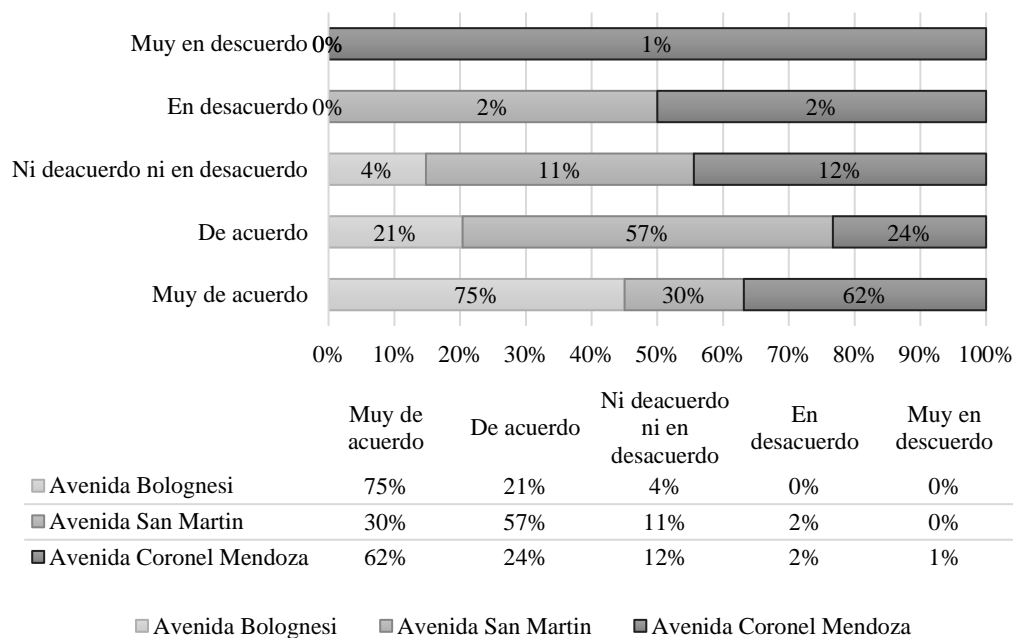


Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Al analizar el gráfico se identifica que el eje de la Avenida Bolognesi tiene un alto porcentaje del 66% que considera muy de acuerdo que han incrementado las actividades económicas con la aparición de edificaciones comerciales y de servicio, como el 54% en la Avenida Coronel Mendoza a diferencia de la Avenida San Martín que el 55% considera estar de acuerdo, con ello se concluye que los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza tienen mayor impacto económico por la diversificación de la oferta turística, en que se basa la oferta turística por el grado de especialización. Con ello se sostiene que con la aparición de edificaciones para el consumo turístico en los últimos años ha incrementado sostenidamente específicamente por los visitantes chilenos y que según el Plan Estratégico Regional de Turismo- PERTUR Tacna, este crecimiento viene imponiendo nuevos retos para el sector en mejorar los servicios y fortalecer los recursos y capacidades y de diversificación de la oferta.

De la pregunta 3: Hasta el cierre de la frontera en el 2020, los turistas eran quienes más consumían en las galerías, hospedajes, restaurantes y tiendas.

Figura 55. Gráficos de resultados de la pregunta 3.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

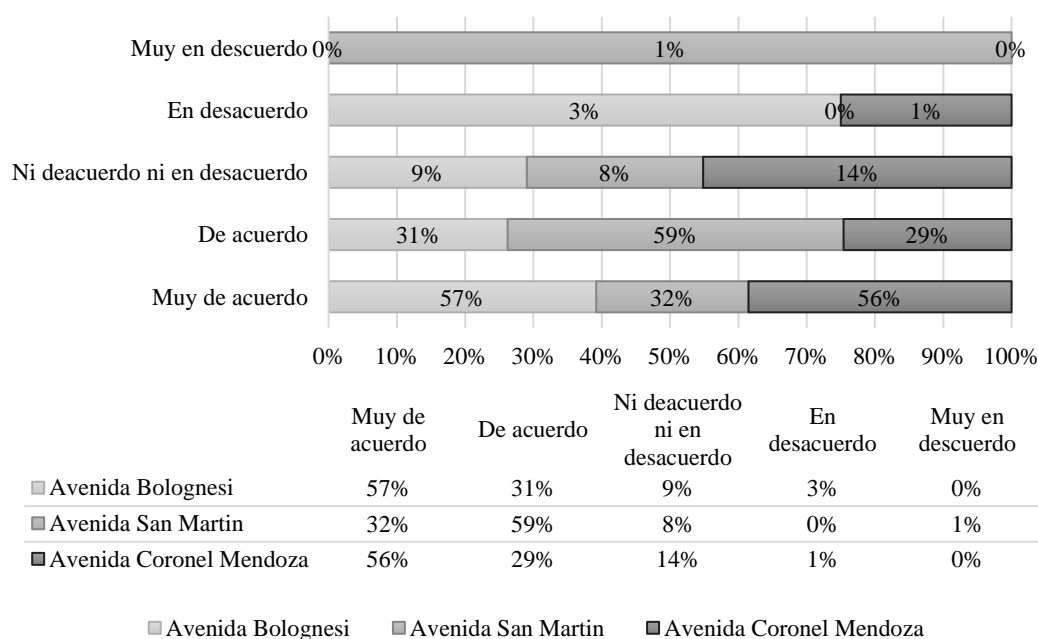
En la percepción de que al cierre de la de la frontera en el 2020, los turistas eran quienes más consumían en las galerías, hospedajes, restaurantes y tiendas, en la Avenida Bolognesi el 75% considera muy de acuerdo al igual que el 62% de la Avenida Coronel Mendoza, mientras que el 57% considera estar de acuerdo en un en la Avenida San Martín, concluyendo que los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza tienen un impacto económico por la estacionalidad de la demanda turística, por la demanda el capital, materializando un espacio urbano que integra actividades económicas especializadas o de consumo de masas, que se complementan entre sí. El impacto económico del turismo se percibe en función a los costos y beneficios que genera la actividad turística y que depende de la comunidad receptora en las ofertas o atractivos que motiven a los turistas, es por ello que el gasto que se lleve a cabo debe aportar al desarrollo económico del área de destino y que según el Estudio realizado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía, según los indicadores de satisfacción de los servicios turísticos por los turistas es del 82,5% siendo una

evolución anual en ascenso hasta el cierre de la frontera, cuyos gastos realizados durante la visita era en promedio S/. 419 por parte de los turistas extranjeros y de S/. 610 por el turista nacional, con ello se considera que las externalidades positivas están ligada al sector privado que suministra los bienes y servicios y la demanda catalogada por los beneficios que dependen de las diversas tipologías del desarrollo turístico.

Dimensión social

De la pregunta 4: El turismo de consumo ha generado un intercambio cultural positivo por la buena convivencia entre residentes y turistas.

Figura 56. Gráficos de resultados de la pregunta 4.



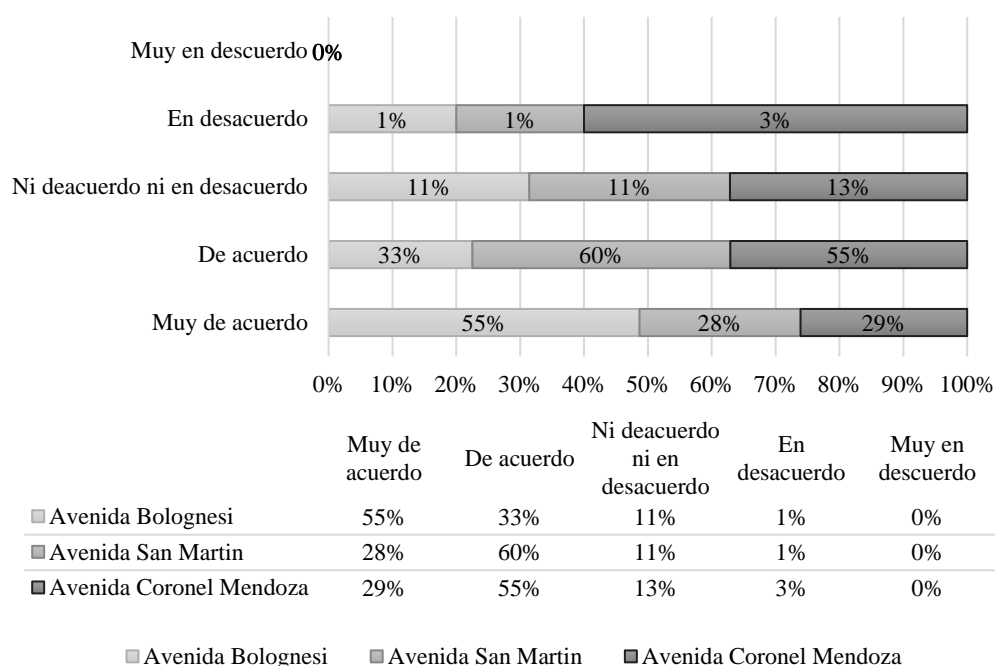
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

La percepción de la muestra considera que el 57% en la Avenida Bolognesi y el 56% en la Avenida Coronel Mendoza están muy de acuerdo en que el turismo de consumo ha generado un intercambio cultural positivo por la buena convivencia entre residentes y turistas, mientras que en un 59% considera estar de acuerdo en la Avenida San Martín, ello conlleva a concluir que el impacto social en los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel

Mendoza se basa en la relación visitante y población residente; ya que existe un balance positivo a partir de los beneficios materiales económicos, sino que también de los beneficios simbólicos que se procesan de la interacción inmaterial entre locales y turistas, existiendo la relación Tacna-Arica por su relación transfronteriza, lo que ha conllevado a que interactúan, edifiquen proyectos de vida o simplemente se diviertan, lo que ofrece una imagen de cordialidad y solidaridades; ello complementa las fuertes implicaciones para la convivencia comunitaria, que supone una reciprocidad en base a la interacción entre culturas.

De la pregunta 5: La población dedicada al comercio y a los servicios turísticos ha logrado conocer a su público objetivo para la satisfacción del turista.

Figura 57. Gráficos de resultados de la pregunta 5.



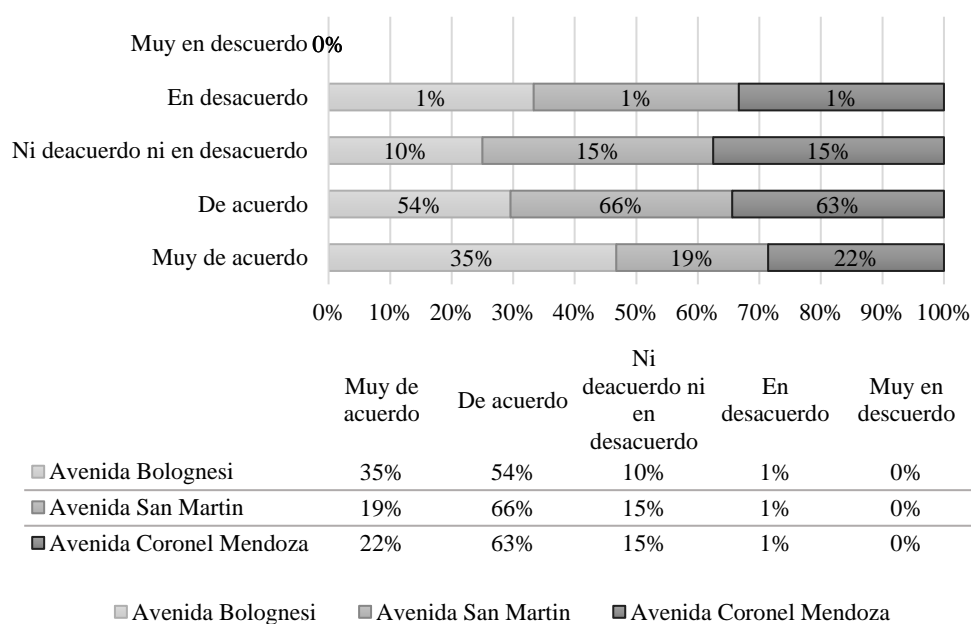
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Respecto a que la población dedicada al comercio y a los servicios turísticos ha logrado conocer a su público objetivo para la satisfacción del turista, en la Avenida Bolognesi considera estar muy de acuerdo el 55 %, mientras que consideran estar de acuerdo en la Avenida Coronel Mendoza el 55% y el 60% en la

Avenida San Martín, ello concluye que en los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza hay un alto grado de percepción de la comunidad y el turismo, ya que la ciudad de Tacna por su naturaleza comercial y de servicios se encuentran en constante búsqueda de satisfacer a los consumidores en especial a los turistas. Por lo tanto, las ciudades de frontera se articulan en base a construir un espacio de la interdependencia económica, siendo las ciudades de Tacna y Arica, ciudades que han desarrollado vínculos en lo comercial en el contexto de frontera y que han favorecido al incremento de flujos de consumo en mayor parte en territorio peruano, por ello Tacna hoy en día es valorada por los chilenos por encontrar en este cruce la mayor accesibilidad para la atención de servicios médicos y otros altamente valorados como la gastronomía, entretenimiento y consumo de productos a precios que les favorece.

De la pregunta 6: Existe una alta valoración en la satisfacción de los consumidores (turistas) y residentes de los productos turísticos en galerías, hospedajes, restaurantes y tiendas.

Figura 58. Gráficos de resultados de la pregunta 6.



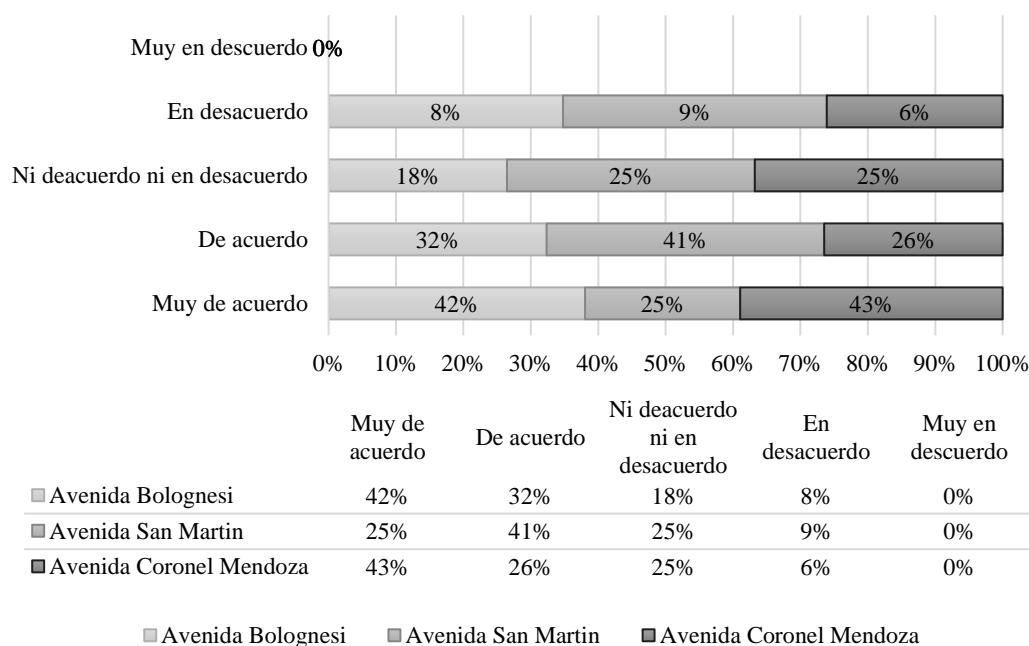
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Asimismo, respecto a la alta valoración en la satisfacción de los consumidores (turistas) y residentes de los productos turísticos en galerías, hospedajes, restaurantes y tiendas, en los tres ejes la muestra considera estar de acuerdo en un 66% en la Avenida San Martín, el 63% en la Avenida Coronel Mendoza y el 54% en la Avenida Bolognesi considera estar muy de acuerdo el 55 %, en tal sentido existe un alto grado de satisfacción respecto al turismo de consumo, por lo tanto se podría decir que los turistas están de acuerdo con la relación de calidad y precio, debido a que si cumplen con sus expectativas.

Dimensión ambiental

De la pregunta 7: Considera que los espacios públicos de recorrido evidencian alteraciones o deterioro por las actividades derivadas del turismo de consumo.

Figura 59. Gráficos de resultados de la pregunta 7.



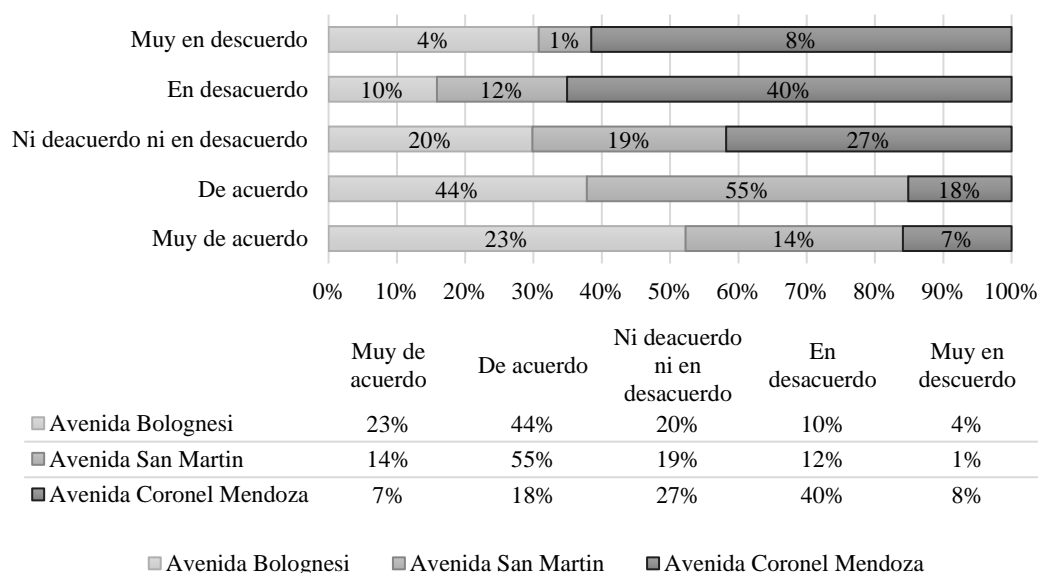
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Respecto la percepción de evidenciar alteraciones o deterioro por las actividades derivadas del turismo de consumo en el recorrido en el espacio público, el 43% está muy de acuerdo con 43% en la Avenida Bolognesi y 42% en la Avenida

Coronel Mendoza, mientras que están de acuerdo en un 41% en la Avenida San Martín, ello evidencia que los grados de alteración o deterioro por las prácticas turísticas de consumo han transformado físicamente la calle por el patrón de crecimiento de la ciudad al ser espacios de segregación o de uso muy acelerado en función de las necesidades de movilidad, ello también se denota en el estado de conservación de la materialidad de los elementos o mobiliario urbano. Al respecto las imágenes que observamos en el espacio público físicamente son factores que el observador desarrolla como una lectura espacial con la percepción ambiental vinculada al paisaje urbano, por lo que el espacio urbano es percibido, pero no valorado porque las alteraciones o deterioro evidencian una transformación negativa del territorio.

De la pregunta 8: La vegetación existente en el espacio público se encuentra en buen estado de conservación.

Figura 60. Gráficos de resultados de la pregunta 8.



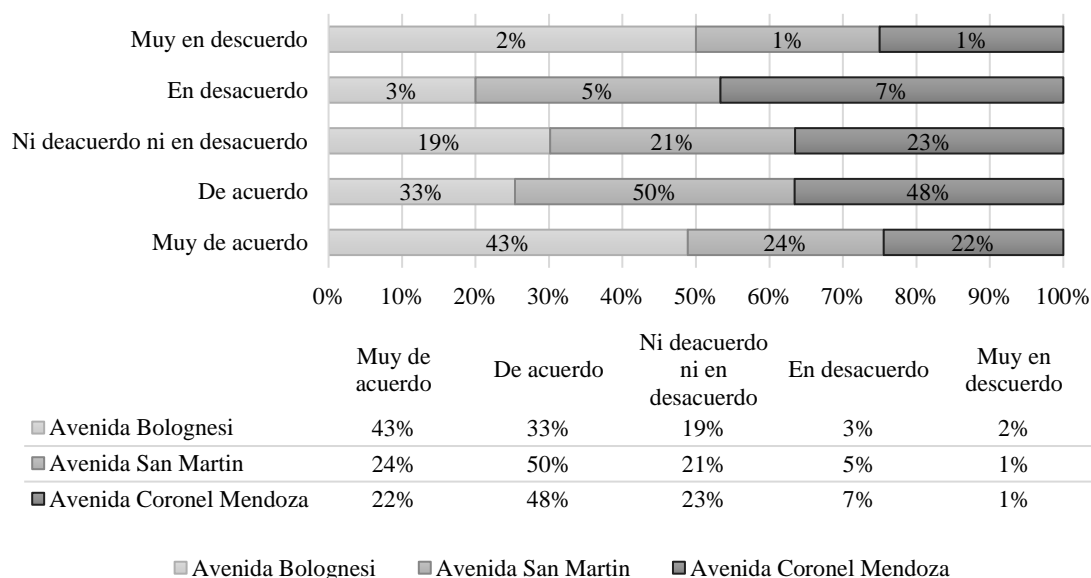
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Considerando la importancia de las áreas verdes en el espacio público, los datos de campo de la percepción de que la vegetación existente se encuentra en buen estado de conservación, en la Avenida San Martín considera estar de acuerdo

el 55%, y el 44% en la Avenida Bolognesi, habiendo una diferencia de percepción en la Avenida Coronel Mendoza, ya que el 40% considera estar en desacuerdo, con lo que se concluye que existe una percepción de deterioro de las áreas verdes por el rango de cobertura vegetal en el eje de la Avenida Coronel Mendoza ya que es mínima, esto se relaciona con el ornato de la ciudad y el mantenimiento por parte del gobierno local, ya que las áreas verdes mejoran las condiciones medioambientales en las ciudades y aporta a la calidad de vida, por ello tienen una incidencia en la percepción de la calidad ambiental, de tal manera que, el espacio edificado pueda ser usado y permita un entorno adecuado para la interacción social y al equilibrio entre la sociedad y el medio ambiente.

De la pregunta 9: Considera que hay un alto grado de transformación por los edificios construidos y el espacio público para el turismo de consumo.

Figura 61. Gráficos de resultados de la pregunta 9.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

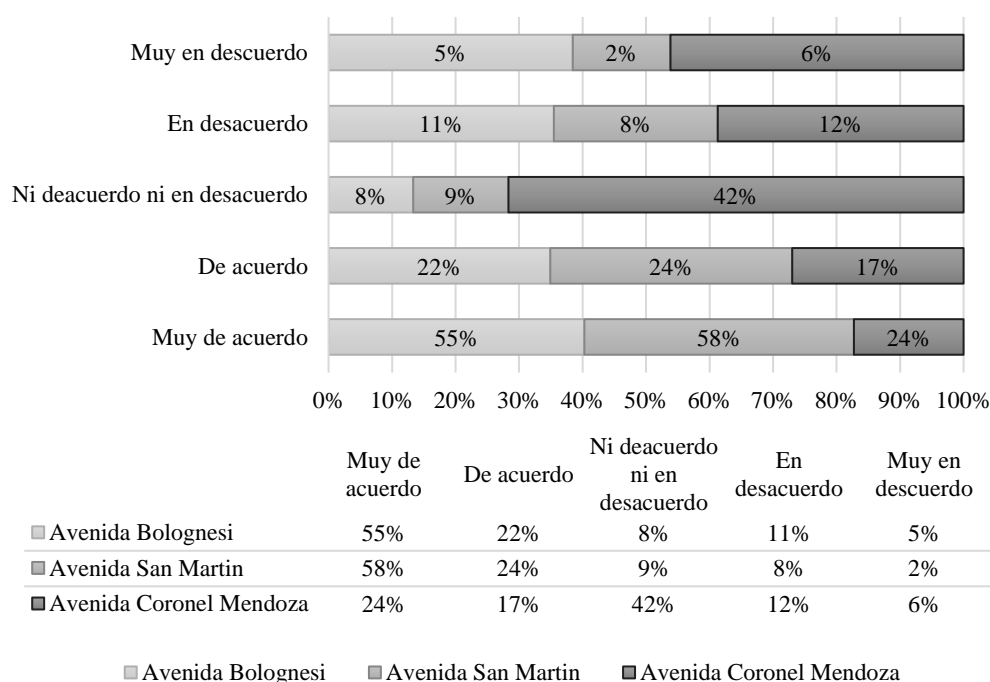
Según la percepción de la muestra el eje con mayor porcentaje en estar muy de acuerdo con el alto grado de transformación por los edificios construidos y el espacio público para el turismo de consumo es la Avenida Bolognesi con el 43%,

mientras que los ejes de la Avenida San Martín con 50% y el 48% de la Avenida Coronel Mendoza que consideran estar de acuerdo, en conclusión, la expansión de los espacios turísticos ha alterado el sector, siendo las intervenciones arquitectónicas las que inciden en el rango de alteraciones. El turismo de consumo ha incidido en la nueva arquitectura insertada en el territorio para satisfacer la demanda comercial y de servicios, ganando protagonismo por la transformación, ello ha conllevado a la dispersión y que se vea afectado el carácter colectivo que debe brindar el espacio público.

Dimensión cultural

De la pregunta 10. Considera que la demolición de edificios de valor histórico afecta la imagen urbana del espacio público.

Figura 62. Gráficos de resultados de la pregunta 10.



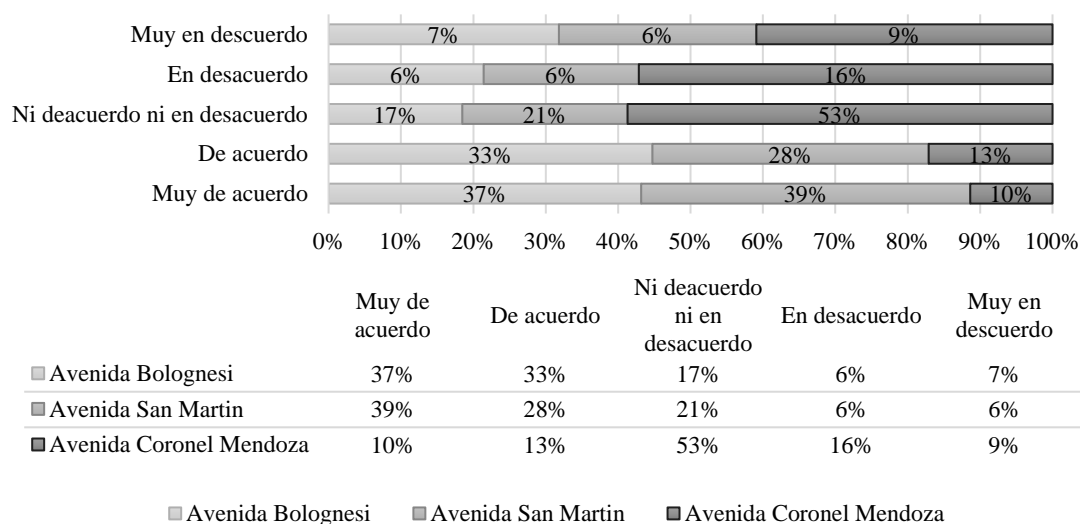
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Respecto al impacto cultural en relación al patrimonio edificado respecto a la pregunta de la demolición de edificios de valor histórico afecta la imagen urbana del espacio público, en los ejes de la Avenida San Martín con el 58% y la Avenida Bolognesi con 55% están muy de acuerdo, mientras que para la Avenida Coronel

Mendoza el 42% ni de acuerdo ni en desacuerdo, esto se evidencia, ya que la Avenida San Martín y Bolognesi, forman parte de la “Zona Monumental de Tacna” a diferencia de la Avenida Coronel Mendoza que no cuenta con ellos. En tal sentido, los principales inmuebles con valor patrimonial representativos de la ciudad, y el acelerado cambio de usos por satisfacer las necesidades del turismo de consumo ha llevado a que este patrimonio sea demolido para construir edificaciones como galerías comerciales, considerando que la imagen urbana es elemento importante para las sociedades, ya que se da a partir de lo que ve el ciudadano y de cómo lo interpreta.

De la pregunta 11. Ud. identifica edificios de valor histórico que se encuentran en peligro de ser demolidos para ser utilizados en actividades de consumo.

Figura 63. Gráficos de resultados de la pregunta 11.



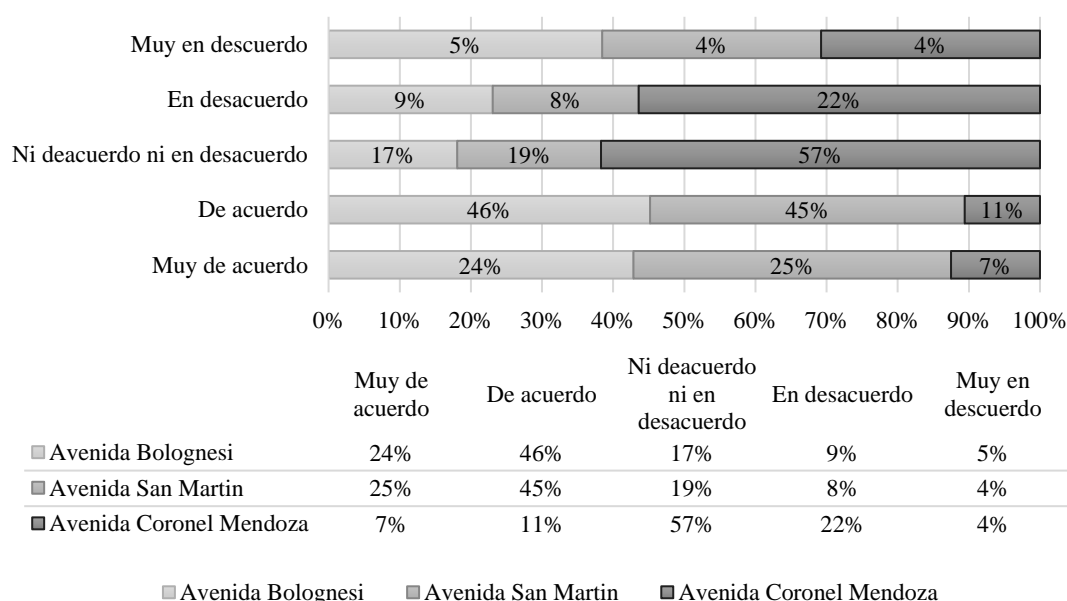
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

En la identificación de edificios de valor histórico que se encuentran en peligro de ser demolidos para ser utilizados en actividades de consumo, en la Avenida San Martín el 39% considera estar muy de acuerdo al igual que el 37% de la Avenida Bolognesi, mientras que el 53% de la Avenida Coronel Mendoza

considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, se concluye que existe un impacto cultural por la variación o amenaza de inmuebles patrimoniales que han desaparecido del perfil urbano durante las últimas décadas. Ello se evidencia por el descuido y falta de inversión privada para la restauración de inmuebles de valor patrimonial que puedan contribuir a la imagen urbana, además que dentro del contexto urbano los inmuebles de valor patrimonial perdidos desvirtúan el valor testimonial en función de la oferta y demanda turística, además que es estado y el sector privado desatienden o provocan el deterioro y pérdida total de la infraestructura y por ende de su valor histórico.

De la pregunta 12. El sector cuenta con edificios de valor histórico que han sido reutilizados para el turismo de consumo.

Figura 64. Gráficos de resultados de la pregunta 12.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Respecto a la pregunta si cuenta con edificios de valor histórico que han sido reutilizados para el turismo de consumo, tanto en la Avenida Bolognesi con un 46% y la Avenida San Martín con el 45 % considera estar muy de acuerdo, mientras que el 57% de la Avenida Coronel Mendoza considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, con ello se evidencia que hay un mínimo de inmuebles con valor

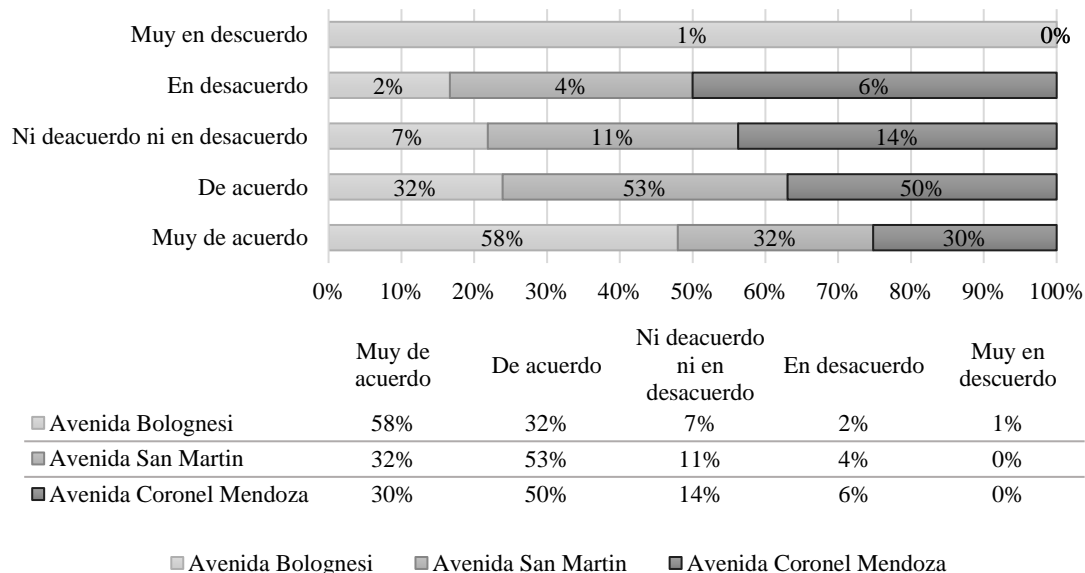
patrimonial que han sido adaptados a edificaciones para el consumo. La percepción de la reutilización de inmuebles con valor patrimonial no es trascendental ello evidencia que los elementos característicos de la arquitectura de la ciudad no son concebidos como promotores del desarrollo turístico, al ser elementos tangibles y la pérdida de la arquitectura tradicional que compite con la incorporación de una nueva arquitectura.

RESULTADOS DESCRIPTIVOS DE LA VARIABLE IMAGEN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO

Dimensión funcional

De la pregunta 13: En el espacio público existe una variedad de usos para compras, alojamiento, atención médica, recreación y alimentación.

Figura 65. Gráficos de resultados de la pregunta 13.



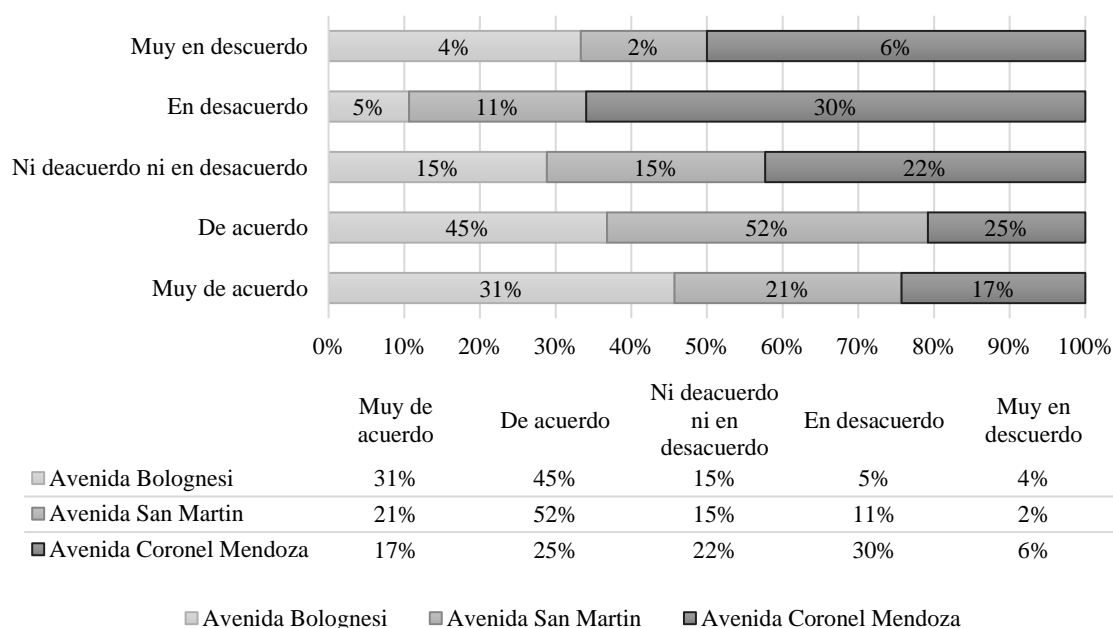
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Podemos deducir que la percepción más alta está en el eje de la Avenida Bolognesi con el 58% del muy de acuerdo, que en el espacio público existe una variedad de usos para compras, alojamiento, atención médica, recreación y alimentación, mientras que en la Avenida San Martín tiene el 53% y la Avenida

Coronel Mendoza el 50% está de acuerdo, ello concluye que existe una variedad de usos, en los ejes comerciales y de servicios de las Avenidas Bolognesi, San Martín y Coronel Mendoza, derivándose de los circuitos económicos que existen en la ciudad, con una variedad alta de usos, lo cual está relacionado a la calidad múltiple establecida en la red de relaciones, refleja diferentes frecuencias de uso, se da según los focos de diversidad funcional, esto se ve reflejado en los atractores según los usos, así como las rutas y paradas de transportes público durante el día, ocupan la calle y transforman las condiciones del espacio calle.

De la pregunta 14: El espacio público es receptivo en el cual se puede circular con recorridos adecuados y se conecta al entorno de las galerías, restaurantes, consultorios, restaurantes entre otros.

Figura 66. Gráficos de resultados de la pregunta 14.



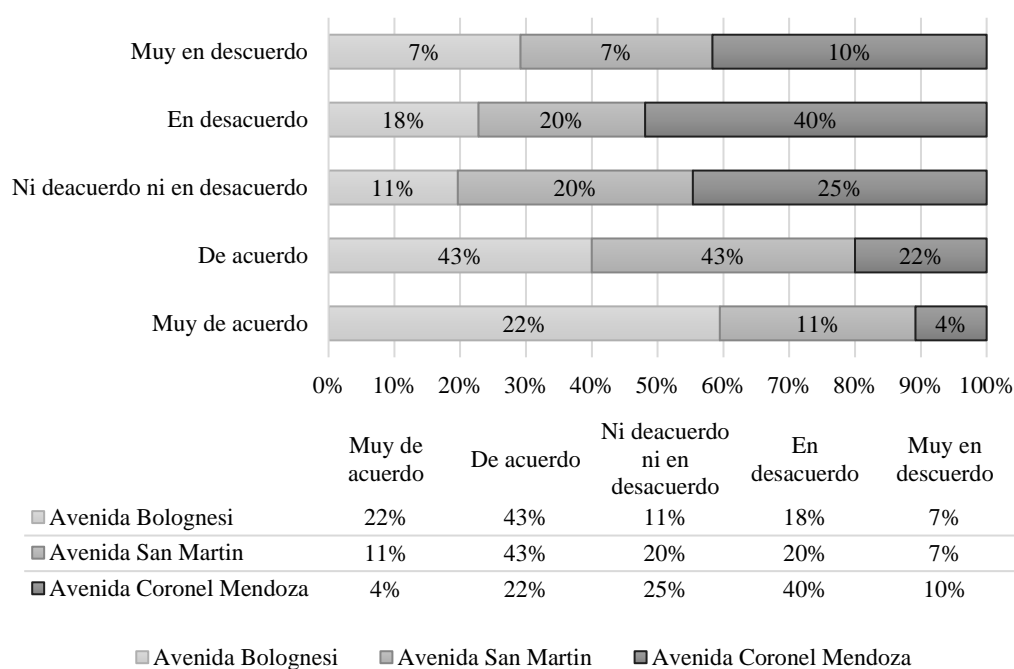
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Al analizar el gráfico respecto a que en el espacio público es receptivo en el cual se puede circular con recorridos adecuados y se conecta al entorno de las galerías, restaurantes, consultorios, restaurantes entre otros, los ejes de la Avenida

San Martín con el 52% y la Avenida Bolognesi con el 45% de la percepción de acuerdo, mientras que la Avenida Coronel Mendoza el 30% considera estar en desacuerdo, lo cual nos indica que son ejes urbanos que permiten la circulación y conectividad, por lo tanto, la permeabilidad del espacio público está relacionado a la capacidad de ser penetrado y que a través de él o dentro se pueda circular de un lado a otros, esta característica ha influido en la percepción de los residentes y turistas que consideran que los ejes de comercio y servicios cumplen con el número de recorridos alternos de un entorno, fundamentalmente en la traza urbana.

De la pregunta 15: El espacio público da prioridad al peatón en los recorridos.

Figura 67. Gráficos de resultados de la pregunta 15.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

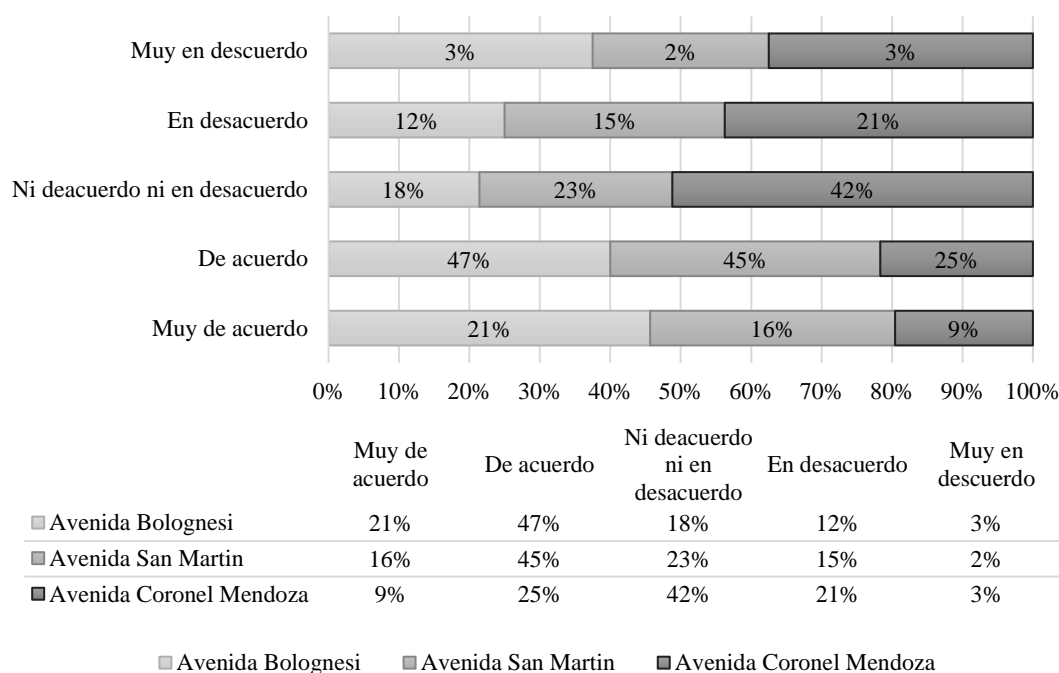
Respecto a que el espacio público da prioridad al peatón en los recorridos, consideraron, de acuerdo la Avenida Bolognesi y Avenida San Martín con el mismo del 43%, mientras que la Avenida Coronel Mendoza con el 40% considera estar en desacuerdo, lo que evidencia que hay una diferencia de lo que se percibe

físicamente del espacio público. Se define el resultado como una debilidad del espacio público, el cual no es considerado adecuado para los recorridos.

Dimensión perceptual

De la pregunta 16: En el espacio público reconoce puntos estratégicos como sendas (camino), hitos (elementos significativos), nodos (puntos de concentración), barrios y bordes (límites) que tienen una representación simbólica y originan el uso y apropiación cotidiana del espacio público.

Figura 68. Gráficos de resultados de la pregunta 16.



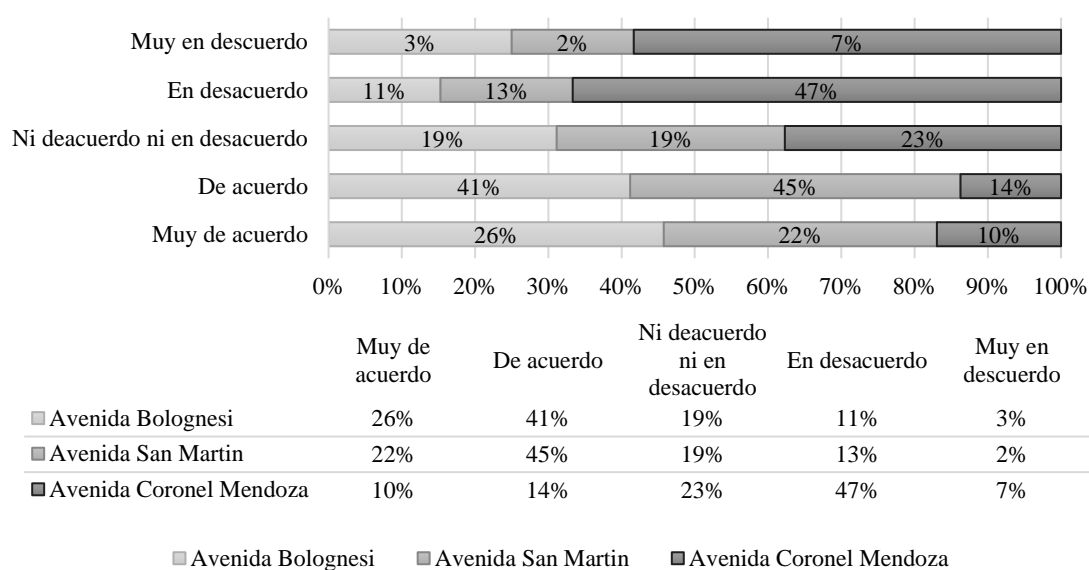
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

El espacio público reconoce puntos estratégicos como sendas (camino), hitos (elementos significativos), nodos (puntos de concentración), barrios y bordes (límites) estando de acuerdo el 47% en la Avenida Bolognesi y el 45% en la Avenida San Martín, mientras que el 42% en la Avenida Coronel Mendoza está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo tanto, los elementos de la legibilidad más

reconocidos se encuentran en la Avenida Bolognesi y San Martín. Por lo tanto, la legibilidad del espacio público se ve reflejado en el grado de comunicación entre el espacio público y el ciudadano que aporta a los rasgos físicos-simbólicos, ya que cuando se recorre un espacio se recuerda lo que se encuentra en él, ello depende de la facilidad de reconocer y entender las sendas como conductos que sigue el observador, los nodos como puntos estratégicos, los hitos como puntos de referencia, los bordes como elementos lineales y los barrios como secciones de ciudad con imagen identificable.

De la pregunta 17: Usted percibe una imagen positiva al recorrer el espacio público, porque identifica atractores urbanos o arquitectónicos que hace que recuerde el lugar.

Figura 69. Gráficos de resultados de la pregunta 17.



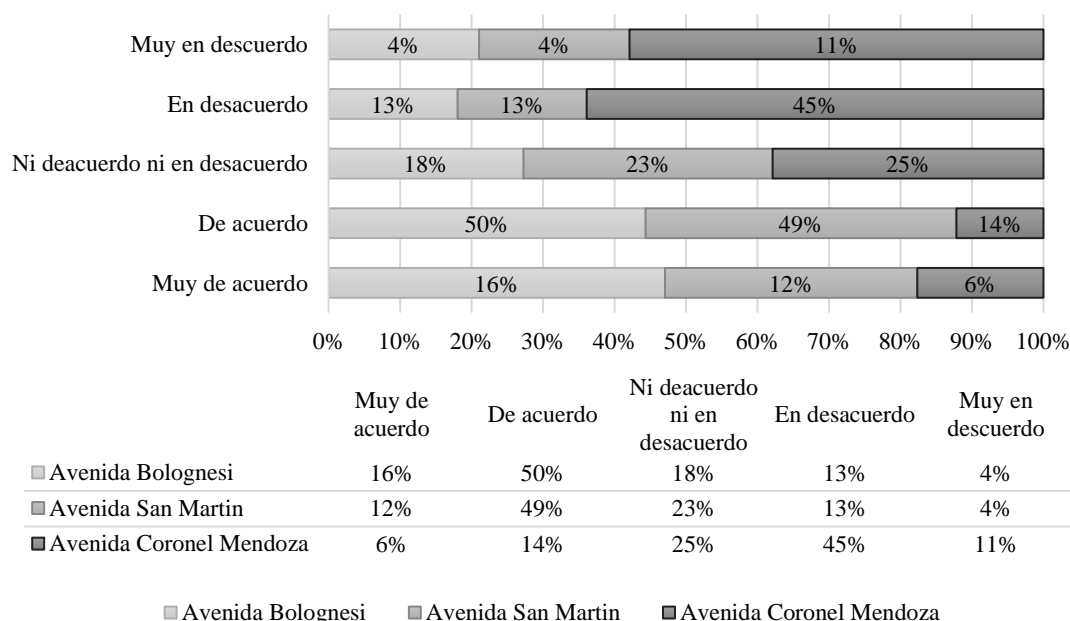
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

En la pregunta usted percibe una imagen positiva al recorrer el espacio público porque identifica atractores urbanos o arquitectónicos que hace que recuerde el lugar, la Avenida San Martín con el 45% percibe estar muy de acuerdo al igual que el 41% de la Avenida Bolognesi, mientras que en la Avenida Coronel Mendoza está en desacuerdo el 47%, por lo tanto, los mayores atractivos urbanos

están en la Avenida San Martín, en contraste con la percepción negativa de la Avenida Coronel Mendoza. Se identifica los atractores como elementos de los recuerdos del imaginario, los elementos evocados por su interacción de dependencia y la importancia que significan para el habitante y los elementos ausentes que tienen un papel por la construcción en el imaginario como, por ejemplo, el Paseo Cívico conformado por recursos turísticos de carácter histórico como la catedral, Arco Parabólico, la Pileta Ornamental, entre otros; los cuales rememoran ceremonias cívico – patrióticas.

De la pregunta 18: Considera que el espacio público que recorre el peatón es protector, confortable y placentero.

Figura 70. Gráficos de resultados de la pregunta 18.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

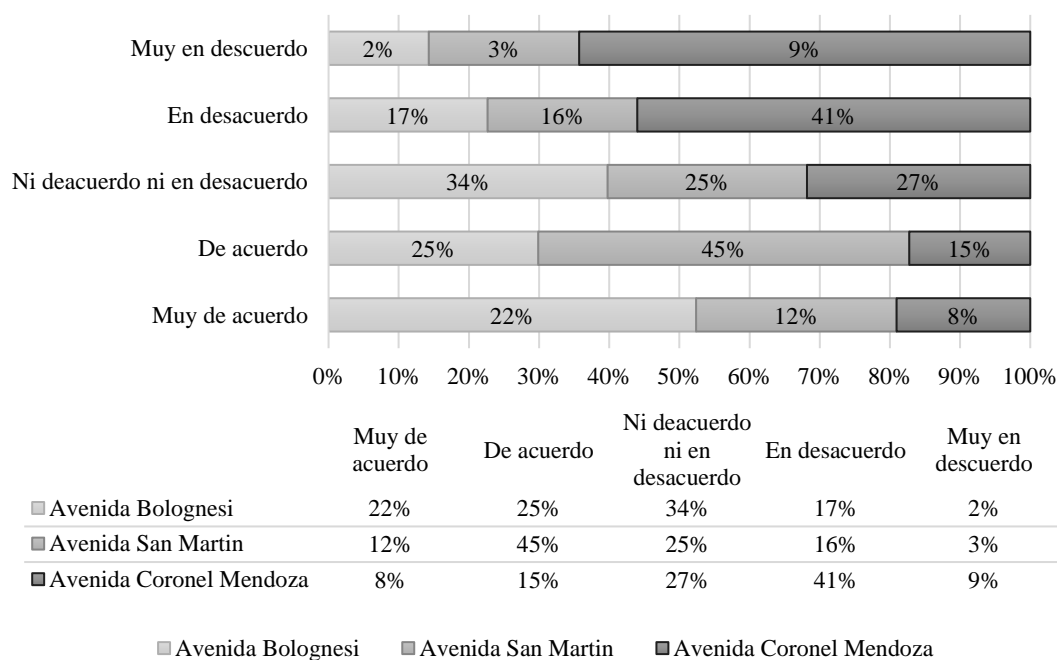
Respecto a considerar que el espacio público que recorre el peatón es protector, confortable y placentero, en la Avenida Bolognesi el 50% consideró estar de acuerdo al igual que el 49% en la Avenida San Martín, mientras que el 45% está en desacuerdo en la Avenida Coronel Mendoza, por lo tanto, hay una percepción positiva de calidad del espacio en los ejes de la Avenida Bolognesi y Avenida San

Martín a diferencia de la negativa en la Avenida Coronel Mendoza. En tal sentido el espacio público, al es un lugar donde se gestan prácticas sociales que contribuyen al encuentro de las personas, debe ser habitable y, por tanto, impactar en la calidad de vida urbana.

Dimensión morfológica

De la pregunta 19: Las edificaciones en sus fachadas (forma, altura, materiales y estilos) favorecen la imagen urbana del espacio público.

Figura 71. Gráficos de resultados de la pregunta 19.



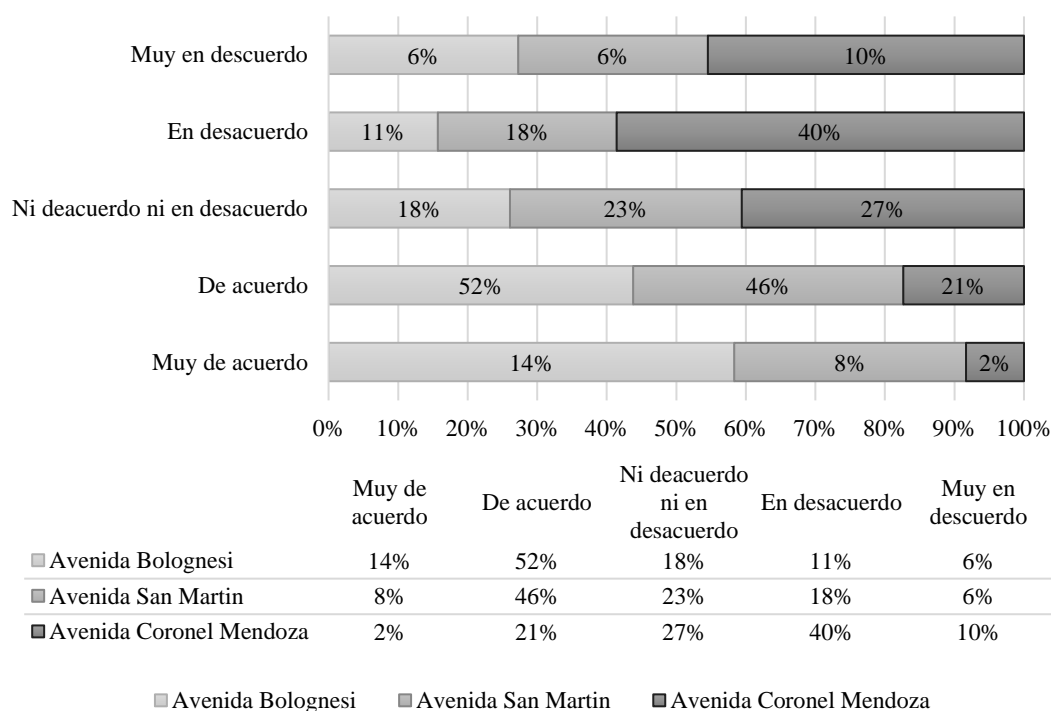
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

El análisis de los resultados de las edificaciones en sus fachadas (forma, altura, materiales y estilos) favorecen la imagen urbana del espacio público, en la Avenida San Martín el 45% está de acuerdo, el 34% ni de acuerdo ni en desacuerdo en la Avenida Bolognesi, mientras que en la Avenida Coronel Mendoza el 41% está en desacuerdo. Por lo tanto, la imagen urbana de las fachadas existentes asume una percepción negativa, considerando que no favorecen como contenido de escena urbana. La forma en que las personas perciben la ciudad, implica un impacto

emocional a través de la visión, esta creación de contrastes hace que las personas recuerden el lugar, siendo un impacto para quienes la visitan ya que los edificios en conjunto por su forma, colores, materialidad y estilo arquitectónico proporcionan un placer visual que le da valor a la ciudad.

De la pregunta 20: Usted se siente cómodo en el recorrido que percibe en el espacio público en relación al ancho de la calle y la altura de las edificaciones.

Figura 72. Gráficos de resultados de la pregunta 20.



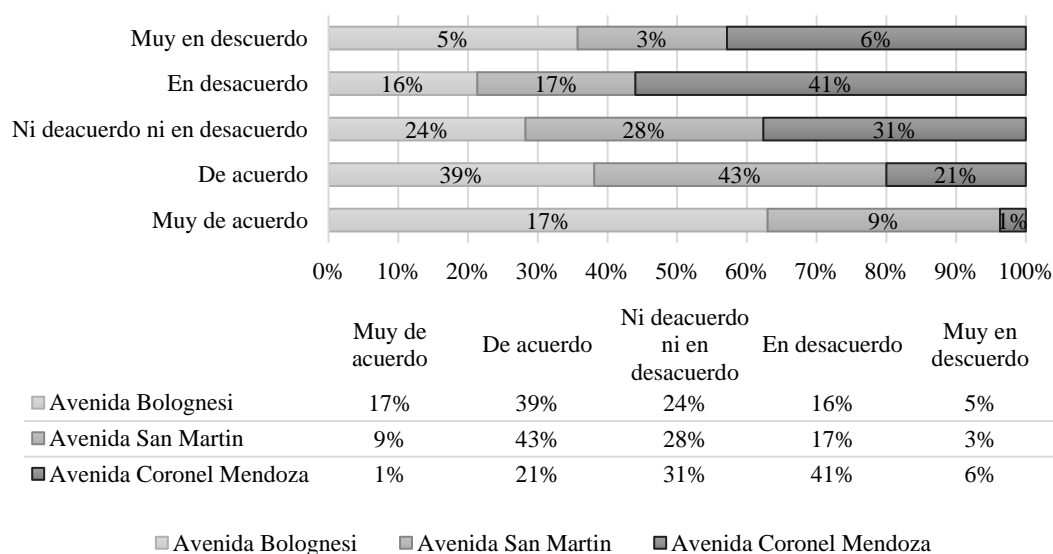
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Respecto a la sensación de comodidad en el recorrido que se percibe en el espacio público en relación al ancho de la calle y la altura de las edificaciones, la muestra indicó que el 52% en la Avenida Bolognesi está de acuerdo al igual que el 46% de la Avenida San Martín, mientras que el 40% está en desacuerdo en la Avenida Coronel Mendoza, por lo tanto, existe una relación entre la sección vial con el uso, distancia y alturas del entorno, ya que ello da la percepción de comodidad en el recorrido. En la dinámica de la morfología del espacio público, la

lectura de la calle a partir de la fachada como línea de edificación y al espacio inmediatamente adyacente como zona de circulación libre donde la intensidad de uso establece la permanencia de los residentes y turistas, en específico los desplazamientos, ocupaciones y prácticas cotidianas que otorga un modo de habitar distinto generando prácticas de consumo ya sea con fachadas activas y áreas libres de descanso de vigía, interactiva o privatizada, de esta forma construyen un espacio que permite reunir a las personas.

De la pregunta 21: Los elementos de la sección vial (vereda, pista y bermas) favorecen a la imagen urbana que percibe en el recorrido del espacio público.

Figura 73. Gráficos de resultados de la pregunta 21.



Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

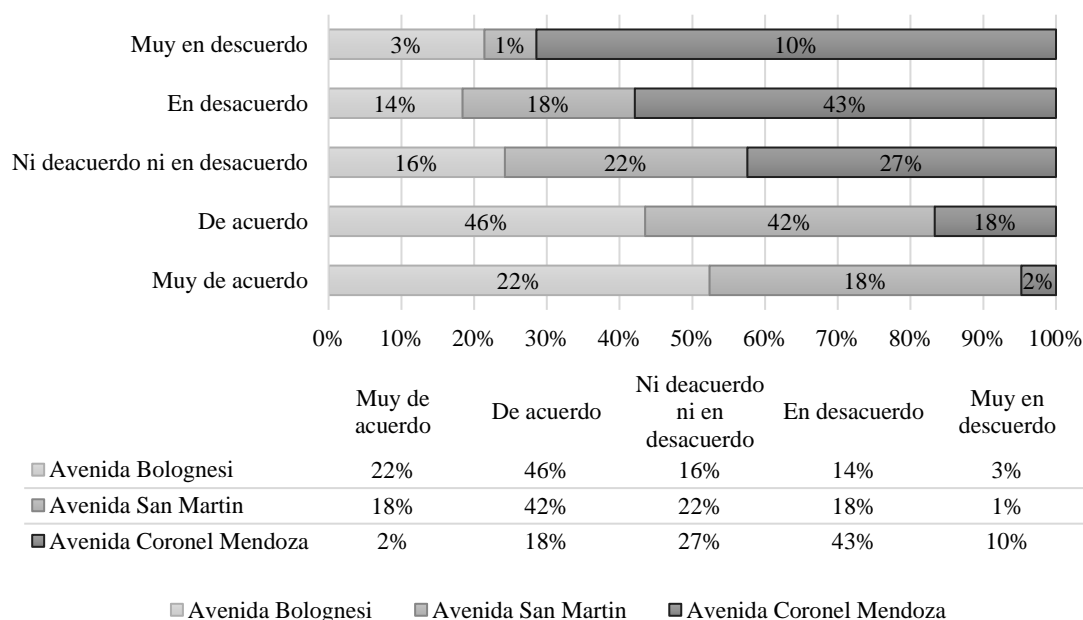
De acuerdo al gráfico presentado respecto a que los elementos de la sección vial (vereda, pista y bermas) favorecen a la imagen urbana que se percibe en el recorrido del espacio público, están de acuerdo el 43% en la Avenida San Martín y el 39% en la Avenida Bolognesi, mientras que el 41% está en desacuerdo en la Avenida Coronel Mendoza, ello deviene de la concepción de que los elementos del recorrido peatonal y vehicular son vinculantes en el flujo del peatón. La movilidad y el desplazamiento generan en el espacio público una acogida de múltiples

funciones, encuentro y socialización, por ello el espacio público debe ser un bien colectivo de uso para todos los ciudadanos, garantizando la sostenibilidad, por lo que debe ser flexible y funcional, además como elemento integrador, que conecta los diferentes sectores y dirige los desplazamientos de las personas.

Dimensión visual

De la pregunta 22. Usted considera que el espacio público tiene un fondo escénico atractivo que lo impacta al percibirlo visualmente.

Figura 74. Gráficos de resultados de la pregunta 22.



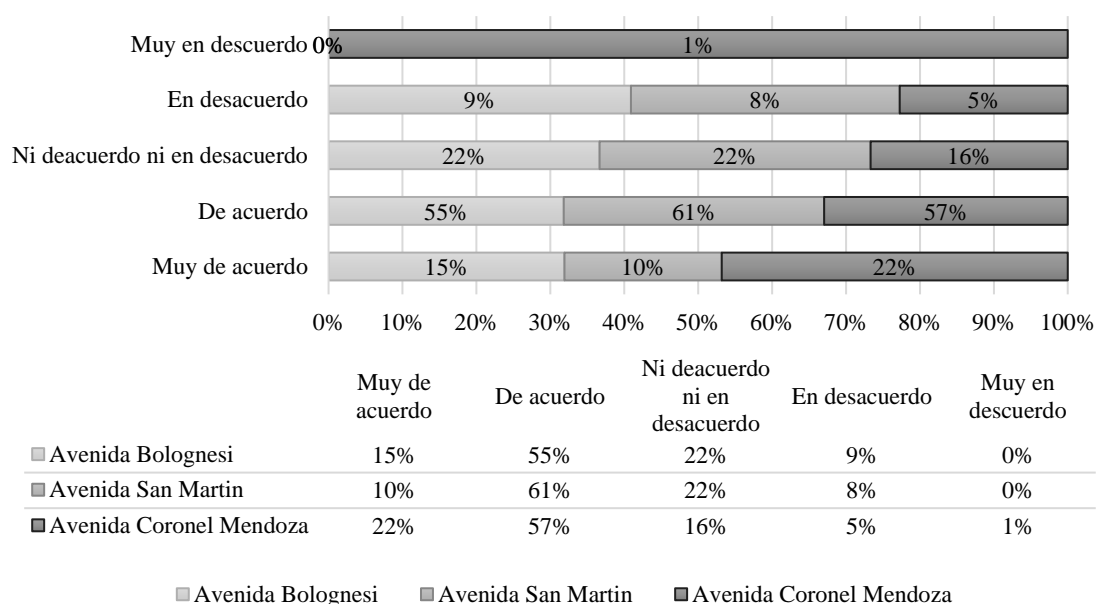
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

En la dimensión visual respecto a que el espacio público tiene un fondo escénico atractivo que lo impacta al percibirlo visualmente, tanto en la Avenida Bolognesi con 46% y en la Avenida San Martín con 42% están de acuerdo, mientras que la Avenida Coronel Mendoza con 43% está en desacuerdo, ello se relaciona con las áreas de interés escénico y los puntos de interés visual que poseen, asimismo la cubierta vegetal dominante a diferencia de la Avenida Coronel Mendoza que no cuenta con un fondo escénico que converja e interactúe en los distintos planos de profundidad. La estética urbana se interpreta por el orden, la belleza y el estilo de

los elementos que componen el espacio público como asociaciones, que son referentes directos del imaginario de la ciudad, muchos de los elementos que aportan son los sitios representativos que tienen atributos de identidad, que, como información visual por su estilo, materiales y manejo cromático, ofrecen una información visual con diferente grado de significación.

De la pregunta 23. Al observar el espacio público mientras lo recorre, existen elementos que perturban la continuidad visual de la secuencia de los elementos construidos y naturales.

Figura 75. Gráficos de resultados de la pregunta 23.



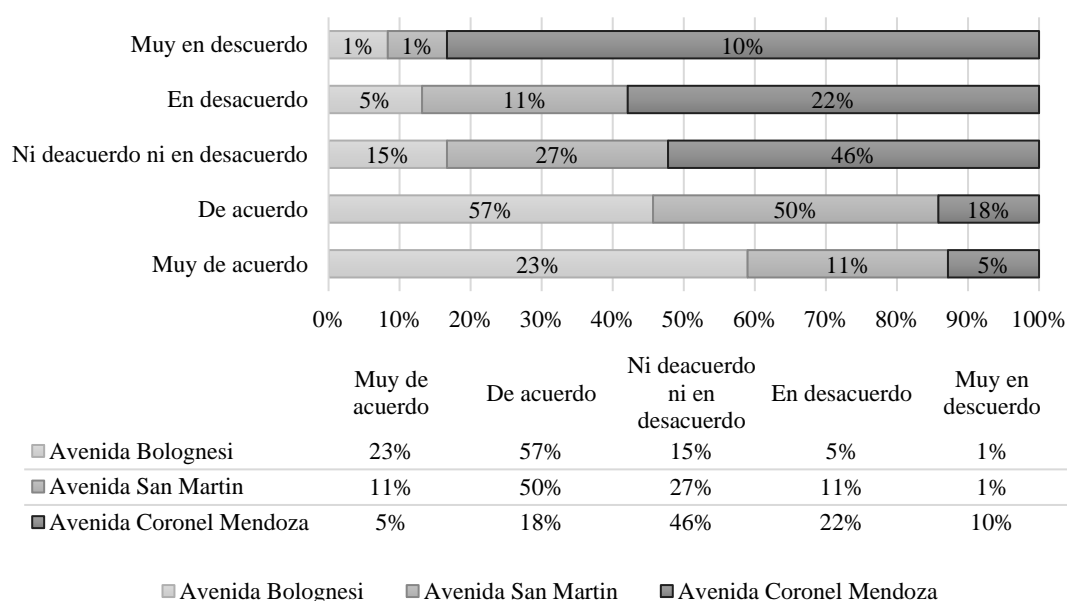
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Los resultados nos demuestran que, en los tres ejes el 61% en la Avenida San Martín, con 55% en la Avenida Bolognesi y 57% de la Avenida Coronel Mendoza, están de acuerdo que al observar el espacio público mientras lo recorre, existen elementos que perturban la continuidad visual de la secuencia de los elementos construidos y naturales, ya que las secuencias visuales se reconocen edificaciones discordantes, cableado aéreo, propaganda entre otros factores que inciden en la obstrucción de vistas por elementos, barreras y perturbaciones que

generan interrupciones, barreras y fragmentan la unidad y continuidad. El espacio público se puede entender como el lugar en donde el hombre se encuentra en movimiento y observa lo que lo rodea, en algunos casos permanece estático, por lo cual si existen perturbaciones en la imagen urbana influyen en como distraen, por la forma de los elementos adyacentes a la vialidad o que generan desorganización o incoherencia visual y crea afectaciones a la percepción del residente y turista.

De la pregunta 24. Se observa diversos elementos como la vegetación, las edificaciones construidas y áreas de recorrido que en conjunto le expresan una armonía visual que le agrada permanecer en el lugar.

Figura 76. Gráficos de resultados de la pregunta 24.



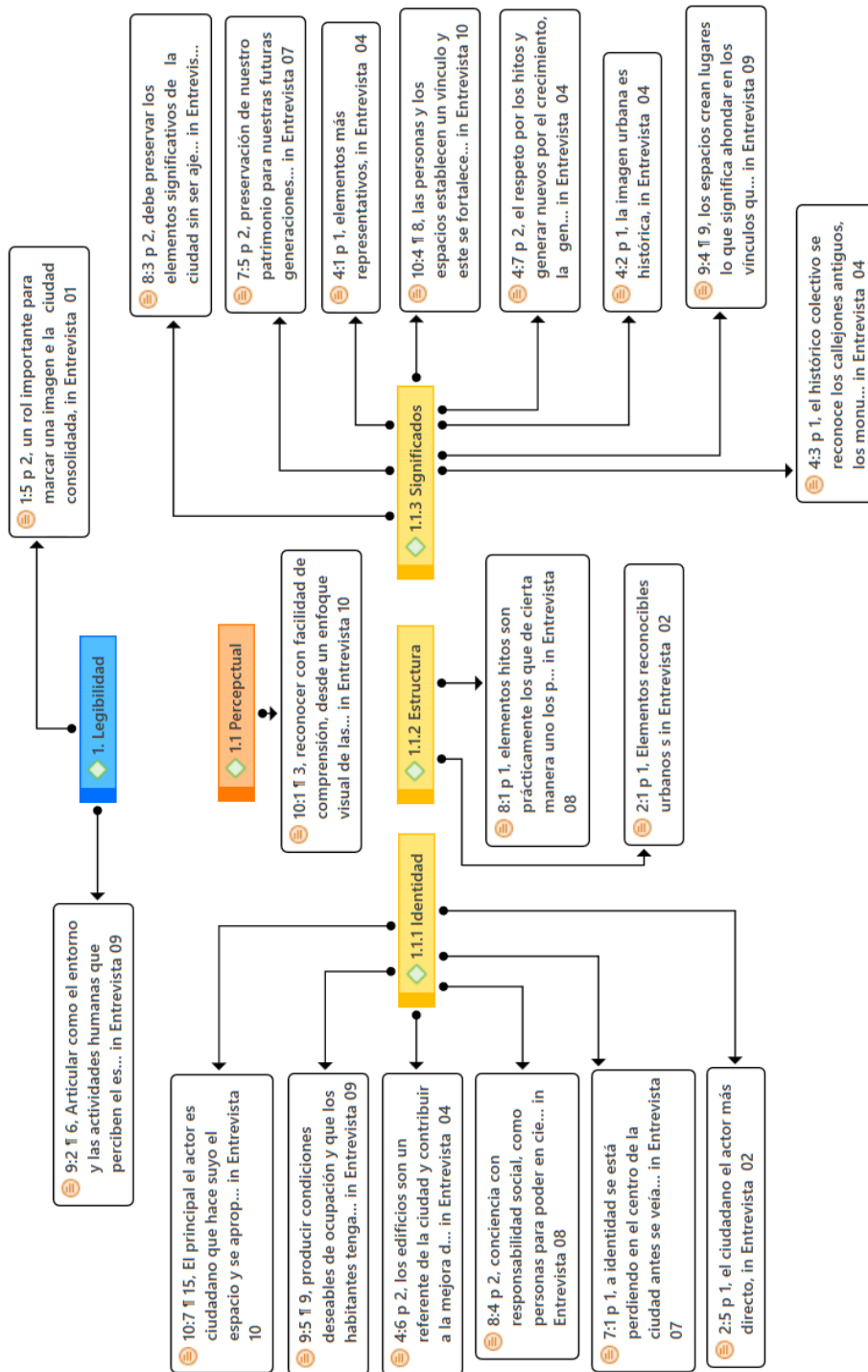
Nota. Elaboración propia en función a encuesta aplicada.

Respecto a la pregunta si observa diversos elementos como la vegetación, las edificaciones construidas y áreas de recorrido que en conjunto le expresan una armonía visual que le agrada permanecer en el lugar, en la Avenida Bolognesi el 57% y la Avenida San Martín con el 50% están de acuerdo, mientras que el 46% en la Avenida Coronel Mendoza considera estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, esta percepción permite valorar las condiciones de articulación entre el espacio público

y el construido, en base a la presencia y relación de distintos elementos bióticos y abióticos observados en el paisaje que en conjunto expresan condiciones de confort visual, por lo tanto debe existir un contraste por la variedad de la vegetación en la estructura, el color y la textura, mientras que lo visual está determinado por la espacialidad y la escala del observador, esta ponderación de acuerdo a lo observado en los ejes comerciales y de servicios de la Avenida Bolognesi y Avenida San Martín tiene un “potencial estético alto”, mientras que por el contrario la Avenida Coronel Mendoza tiene un “potencial estético bajo”, por ello es importante reconocer todos los elementos bióticos y abióticos que tiene un atractivo paisajístico, caracterizan las evaluaciones de calidad, fragilidad y belleza del paisaje.

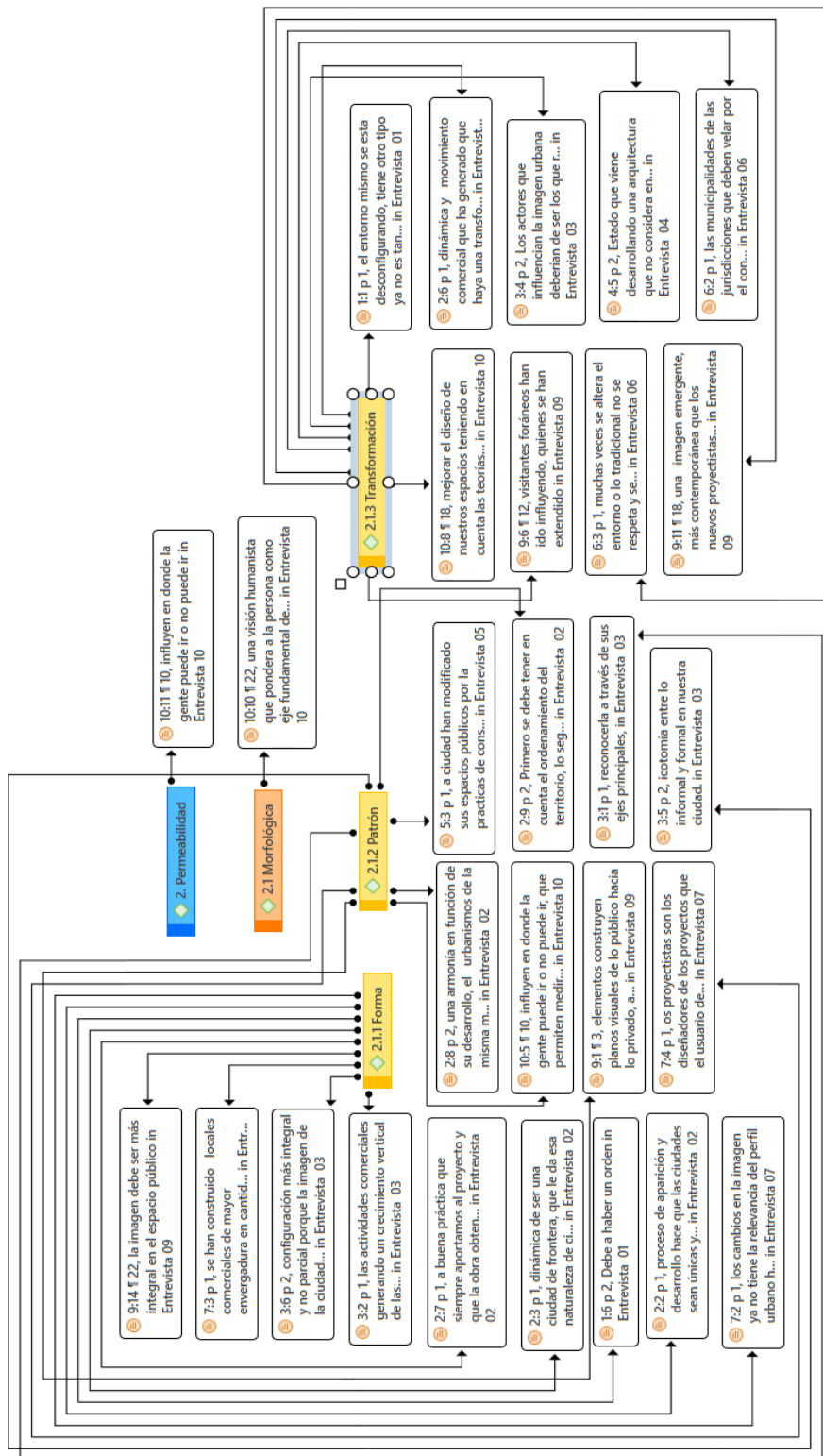
ANEXO 06: REDES DE CODIFICACIÓN

Figura 77. Redes de codificación de tema legibilidad.



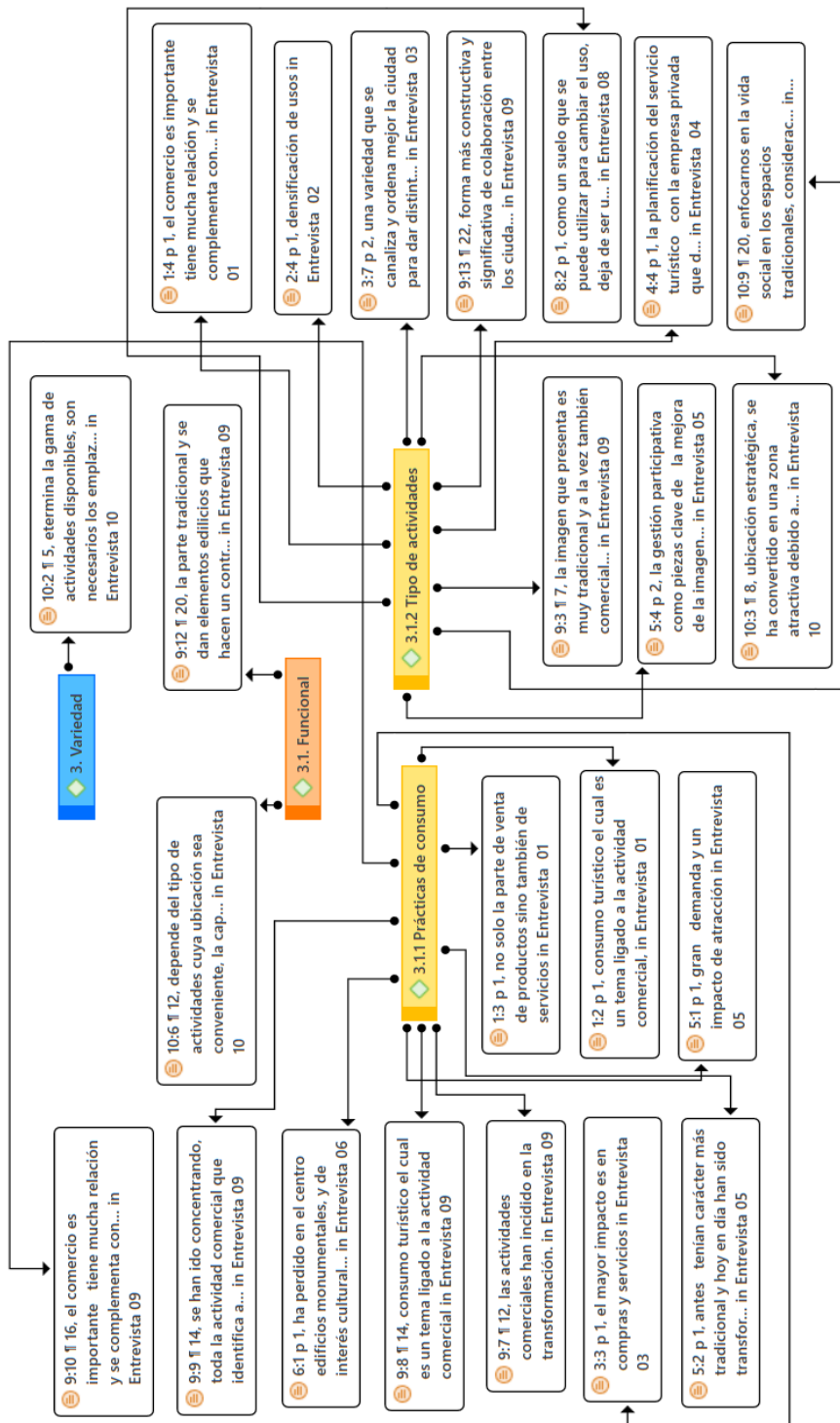
Nota. Elaborado en atlas. ti 9 con base en datos de las entrevistas.

Figura 78. Redes de codificación de tema permeabilidad.



Nota. Elaborado en atlas. ti 9 con base en datos de las entrevistas.

Figura 79. Redes de codificación de tema variedad.



Nota. Elaborado en atlas. ti 9 con base en datos de las entrevistas.