

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA ACADÉMICO-PROFESIONAL DE ARQUITECTURA



TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ARQUITECTO

TEMA
“NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA”

BACHILLER
Srta: GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

ICA, AGOSTO DEL 2019

DEDICATORIA

Dicho trabajo de investigación en primer lugar va dedicado a Dios, por la bendición y gracia de haber terminado mi carrera.

A la bendición más grande, mis padres, por su amor, comprensión y apoyo absoluto, y tenerme presente siempre en sus oraciones y poder así cumplir mis metas y objetivos.

A mis hermanos, primos, tíos (as), por sus palabras de aliento y confianza.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por la vida, por guiarme a lo largo de todo este proceso de trabajo, por fortalecerme en esos momentos de debilidad y dificultad.

Agradecer a mis padres: Nicandro y Juana, por inculcarme valores, principios y perseverancia, por depositar su confianza, por seguir mis sueños y metas, por la paciencia y confianza a lo largo de toda mi etapa universitaria.

Agradecer a mis docentes de la Universidad Alas Peruanas, por haber inculcado valores y enseñanza a lo largo de mi preparación profesional, de manera especial a la asesora Arq. Eliza Ramírez, por su guía, paciencia, rectitud y colaboración como profesional y docente en este proyecto.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación denominado "Centro Comercial en Chincha", es un proyecto que tiene como principio estimular el sector económico del lugar, para la población del distrito y la provincia. Que a mediano y largo plazo se determinara como uno de los corredores económicos más importantes de la ciudad y al mismo tiempo de la provincia. Cuya finalidad es desarrollar una propuesta arquitectónica, donde el sustento del diseño parta de un análisis aplicando la teoría y conceptualización, llegando a obtener una adecuada infraestructura para el usuario, con esta propuesta se logra determinar el planteamiento arquitectónico para el diseño del centro comercial, que son obtenidas del análisis económico, del contexto urbano y la parte conceptual, para luego ser plasmado en el partido arquitectónico. Para ello presento explicaciones conceptuales como temática al proyecto y a la vez sirve de soporte a la investigación.

Este proyecto de investigación fue desarrollado de las siguiente manera: se presenta el desarrollo del tema central, seguido del planteamiento metodológico, fundamentado con los marco teóricos y marcos referenciales, para la propuesta de intervención aplicables al tema de estudio, seguidamente se presenta la propuesta arquitectónica indicando toda la programación arquitectónica, partido arquitectónico, anteproyecto arquitectónico que sustentan todo el proceso de diseño arquitectónico, para finalizar se presenta documentación complementaria y la interpretación de resultados y balances de lecciones aprendidas.

En el proyecto arquitectónico planteado intentara dar solución al problema que radica en la ciudad, la falta de infraestructura comercial con estas características, así como dinamizar la economía producto del comercio diario, con este proyecto arquitectónico se lograra concretar la respuesta tentativa planteada como tema de estudio.

Palabras Claves: Centro Comercial, Local Comercial, Mercado, Comercio, Tienda Ancla, Propuesta Arquitectónica, Diseño Arquitectónico, Chincha.

ABSTRACT

This research project called "Shopping Center in Chincha" is a project that has as principle boost the local economy of the area, the population of the city and the province. The medium and long term is determined as one of the most important economic corridors of the city and at the same time the province. Whose purpose is to develop an architectural proposal, where the livelihood of the split design analysis by applying the theory and conceptualization, obtaining an infrastructure suitable for the user, with this proposal is able to determine the architectural approach to the design of the mall, which They are obtained from the economic analysis of the urban context and conceptual part, soon to be reflected in the architectural concept.

This research project was developed in the following way: the development of the theme, followed by the methodological approach, based with the theoretical framework and frames of reference for the proposed intervention applicable to the subject of study is presented, then the proposal is presented architectural indicating all the architectural programming, architectural party, architectural blueprint that support the whole process of architectural design, to complete additional documentation and interpretation of results and balances of lessons learned it is presented.

In the project architectural tried posed to solve the problem lies in the city, the lack of commercial infrastructure with these characteristics and stimulate the economy product of daily trade, this architectural project managed to finalize the tentative answer raised as a topic of study .

Keywords: Mall, Commercial, Market, Trade, anchor store, Architectural Proposal, Architectural Design, Chincha.

SUMARIO

| | |
|--|----|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO..... | 3 |
| RESUMEN | 4 |
| ABSTRACT | 5 |
| SUMARIO | 6 |
| INDICE DE CONTENIDOS POR CAPÍTULO Y TÍTULO | 7 |
| INDICE DETALLADO DE CONTENIDOS | 9 |
| LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS | 16 |

| | |
|--|-----|
| INTRODUCCION | 18 |
| CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO..... | 19 |
| CAPITULO II : MARCO TEÓRICO | 42 |
| CAPITULO III : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN..... | 69 |
| CAPITULO IV : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA | 103 |
| CAPITULO V : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE LECCIONES APRENDIDAS..... | 216 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 218 |
| ANEXOS | 222 |

INDICE DE CONTENIDOS POR CAPÍTULO Y TÍTULO

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO..... | 3 |
| RESUMEN | 4 |
| ABSTRACT | 5 |
| SUMARIO | 6 |
| INDICE DE CONTENIDOS POR CAPÍTULO Y TÍTULO | 7 |
| INDICE DETALLADO DE CONTENIDOS | 9 |
| LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS | 16 |

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCION | 18 |
| CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO..... | 19 |
| 1.1.- Caracterización General del Área de Estudios | 19 |
| 1.2.- Descripción de la realidad problemática | 28 |
| 1.3.- Formulacion del Problema..... | 30 |
| 1.4.- Objetivos de la Investigacion..... | 30 |
| 1.5.- Hipótesis y presupuestos conceptuales..... | 31 |
| 1.6.- Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto Arquitectónico | 33 |
| 1.8.- Diseño de la Investigación..... | 35 |
| 1.10.- Esquema Metodológico General de Investigación y elaboración de la Propuesta de Intervención..... | 36 |
| 1.11.- Justificación de la Investigación y de la Intervención Urbano- Arquitectónica..... | 40 |
| 1.12.- Alcances y Limitaciones de la Investigación | 40 |
| CAPITULO II : MARCO TEÓRICO | 42 |
| 2.1.- Antecedentes de la Investigación | 42 |
| 2.2.- Bases Teóricas | 55 |
| CAPITULO III : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN..... | 69 |
| 3.1.- Antecedentes | 69 |
| 3.2.- Condiciones físicas de la ciudad | 85 |
| 3.3.- Actividades Urbanas | 92 |
| 3.4.- Normatividad Vigente | 99 |

| | | |
|---|---|------------|
| 3.5.- | Lineamientos de intervención en edificaciones existentes..... | 99 |
| CAPITULO IV : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA | | 103 |
| 4.1.- | Programación arquitectónica | 103 |
| 4.2.- | Partico Arquitectonico | 140 |
| 4.3.- | Anteproyecto arquitectónico | 158 |
| 4.5.- | Documentos complementarios | 196 |
| 4.6.- | Evaluación económico-financiera del proyecto..... | 210 |
| 4.6.1.- | Análisis económico del país y del entorno del proyecto..... | 210 |
| 4.6.2.- | Análisis financiero del proyecto | 214 |
| CAPITULO V : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE LECCIONES APRENDIDAS..... | | 216 |
| 5.1.- | Interpretación de resultados del proceso..... | 216 |
| 5.2.- | Balance de lecciones aprendidas del proceso..... | 216 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN..... | | 218 |
| 1.- | Bibliografía | 218 |
| 2.- | Webgrafía | 219 |
| 3.- | Inei..... | 220 |
| 4.- | Normatividad..... | 220 |
| 5.- | Otras fuentes..... | 220 |
| 6.- | Tesis | 221 |
| ANEXOS | | 222 |
| 1.- | Matrices | 222 |
| 2.- | Cuadros y gráficos | 226 |
| 3.- | Esquema de Síntesis | 228 |
| 4.- | Cuadro de valores unitarios..... | 229 |
| 5.- | Norma A-0.70 Comercio..... | 230 |

INDICE DETALLADO DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO..... | 3 |
| RESUMEN | 4 |
| ABSTRACT | 5 |
| SUMARIO | 6 |
| INDICE DE CONTENIDOS POR CAPÍTULO Y TÍTULO | 7 |
| INDICE DETALLADO DE CONTENIDOS | 9 |
| LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS | 16 |

INTRODUCCION 18

| | |
|--|-----------|
| CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO..... | 19 |
| 1.1.- Caracterización General del Área de Estudios | 19 |
| 1.2.- Descripción de la realidad problemática | 28 |
| 1.2.1.- Análisis de causa-efecto (Árbol del Problema)..... | 29 |
| 1.2.2.- Análisis de medios-fines (Arbol de soluciones) | 29 |
| 1.3.- Formulación del Problema..... | 30 |
| 1.3.1.- Problema general | 30 |
| 1.3.2.- Problemas específicos..... | 30 |
| 1.4.- Objetivos de la Investigación..... | 30 |
| 1.4.1.- Objetivo general..... | 30 |
| 1.4.2.- Objetivos específicos..... | 31 |
| 1.5.- Hipótesis y presupuestos conceptuales..... | 31 |
| 1.5.1.- Escenarios de intervención urbano arquitectónica | 31 |
| 1.5.1.1.- Escenario tendencial urbano arquitectónica..... | 31 |
| 1.5.1.2.- Escenario deseable (sin intervención) | 31 |
| 1.5.1.3.- Escenario posible (con intervención) | 32 |
| 1.5.2.- Hipótesis general | 32 |
| 1.5.3.- Hipótesis específicas | 32 |
| 1.6.- Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto Arquitectónico | 33 |
| 1.6.1.- Variables independientes..... | 33 |
| 1.6.2.- Variables dependientes | 33 |

| | | |
|--------------------|--|-----------|
| 1.7.1.- | Consistencia transversal: problema/objetivo/hipótesis | 33 |
| 1.7.2.- | Consistencia longitudinal: categorías generales/ categorías específicas. | 34 |
| 1.8.- | Diseño de la Investigación..... | 35 |
| 1.8.1.- | Tipo de investigación | 35 |
| 1.8.2.- | Nivel de investigación | 35 |
| 1.8.3.- | Método de investigación | 35 |
| 1.9.1.- | Técnicas | 35 |
| 1.9.2.- | Instrumentos..... | 35 |
| 1.9.3.- | Fuentes..... | 36 |
| 1.10.- | Esquema Metodológico General de Investigación y elaboración de la Propuesta de Intervención..... | 36 |
| 1.10.1.- | Descripción por fases | 36 |
| 1.10.2.- | Esquema síntesis | 39 |
| 1.11.- | Justificación de la Investigación y de la Intervención Urbano- Arquitectónica..... | 40 |
| 1.11.1.- | Criterios de Pertinencia..... | 40 |
| 1.12.- | Alcances y Limitaciones de la Investigación | 40 |
| 1.12.1.- | Alcances Teóricos y Conceptuales | 40 |
| 1.12.2.- | Limitaciones..... | 40 |
| CAPITULO II | : MARCO TEÓRICO | 42 |
| 2.1.- | Antecedentes de la Investigación | 42 |
| 2.1.1.- | Tesis, investigaciones y publicaciones científicas | 42 |
| 2.1.2.- | Proyectos arquitectónicos y urbanísticos | 47 |
| | Análisis del proyecto Internacional..... | 47 |
| | <i>Parque Comercial Luz Shopping</i> | <i>47</i> |
| | Análisis del Ámbito Nacional..... | 49 |
| | <i>Centro Comercial Real Plaza Trujillo</i> | <i>49</i> |
| | Análisis del ámbito regional y local | 51 |
| | <i>Centro Comercial El Quinde Shopping Plaza Ica</i> | <i>51</i> |
| | <i>MegaPlaza Chincha (Chincha Alta).</i> | <i>53</i> |
| 2.2.- | Bases Teóricas | 55 |
| 2.2.1.- | Paradigmas filosóficos y metateóricos | 55 |
| | Shopping Mall y bioclimática..... | 55 |
| 2.2.2.- | Teorías generales y sustantivas de la arquitectura y el urbanismo | 58 |
| | Centros Comerciales en el Perú | 58 |
| | Conceptualización y principios Centro Comercial | 58 |

| | | |
|---------------------|--|-----------|
| 2.2.3.- | Teorías locales | 60 |
| | Orígenes del comercio urbano..... | 60 |
| | Teorías evolutivas de las formas comerciales..... | 61 |
| | <i>A - Teoría del Giro de la Rueda</i> | <i>61</i> |
| | <i>B- Teoría del Ciclo de la Vida</i> | <i>61</i> |
| | Teorías del Entorno: | 62 |
| | Teorías de Adaptación del Comercio Tradicional:..... | 62 |
| 2.3.1.- | Conceptos referidos al tipo de intervención urbano-arquitectónica | 63 |
| | El centro comercial como espacio de diferenciación desde la perspectiva feminista..... | 63 |
| | El Centro Comercial como Espacio de Revitalización de la Ciudad | 63 |
| | El centro comercial como lugar de compra, reunión y entretenimiento.... | 64 |
| | El centro comercial y recreacional entre el desarrollo urbano y la comunicación..... | 64 |
| 2.3.2.- | Conceptos referidos al tipo de equipamiento a proyectar..... | 64 |
| CAPITULO III | : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE | |
| | INTERVENCIÓN..... | 69 |
| 3.1.- | Antecedentes | 69 |
| 3.1.1.- | El lugar: La ciudad o localidad a intervenir | 69 |
| | 3.1.1.1.- Ubicación regional y límites jurisdiccionales..... | 69 |
| | 3.1.1.2.- Perfil histórico de la ciudad y/o localidad..... | 70 |
| | 3.1.1.3.- Población..... | 71 |
| | 3.1.1.4.- Dinámica económica | 72 |
| 3.1.2.- | Los actores sociales vinculados al proyecto..... | 73 |
| | 3.1.2.1.- La institución promotora o beneficiaria del proyecto y su rol en la ciudad..... | 73 |
| | <i>Reseña histórica de la Institución</i> | <i>73</i> |
| | <i>Motivación y expectativas con respecto al proyecto.....</i> | <i>73</i> |
| | <i>Caracterización de los usuarios potenciales del proyecto</i> | <i>73</i> |
| | 3.1.2.2.- Los actores y agentes sociales vinculados al proyecto | 75 |
| 3.1.3.- | Criterios para el análisis locacional de la propuesta..... | 76 |
| | 3.1.3.1.- Ubicación del predio y estatus legal..... | 76 |
| | 3.1.3.2.- Valor económico, histórico, artístico, y/o paisajístico del lugar | 78 |
| | 3.1.3.3.- Análisis locacional | 79 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| | <i>Alternativas de localización y ubicación</i> | 79 |
| | <i>Definición de criterios de localización</i> | 80 |
| | <i>Matriz de ponderación</i> | 81 |
| | <i>Discusión de resultados y toma de decisiones.....</i> | 84 |
| 3.2.- | Condiciones físicas de la ciudad | 85 |
| 3.2.1.- | Territorio | 85 |
| 3.2.1.1.- | Orografía, topografía y relieves..... | 85 |
| 3.2.1.2.- | Geología | 85 |
| 3.2.1.3.- | Sismología | 86 |
| 3.2.1.4.- | Masas y/o cursos de agua superficial | 87 |
| 3.2.1.5.- | Aguas freáticas..... | 87 |
| 3.2.2.- | Clima | 88 |
| 3.2.2.1.- | Componentes meteorológicos | 88 |
| 3.2.2.2.- | Componentes energéticos | 88 |
| 3.2.3.- | Paisaje urbano..... | 90 |
| 3.2.3.1.- | Aspectos generales del entorno mediano | 90 |
| 3.2.3.2.- | Aspectos particulares del entorno inmediato..... | 91 |
| 3.3.- | Actividades Urbanas | 92 |
| 3.3.1.- | Servicios Públicos..... | 92 |
| 3.3.2.- | Equipamiento urbano..... | 93 |
| 3.3.3.- | Dinámica actual de uso del espacio urbano | 95 |
| 3.3.4.- | Vialidad y transporte | 96 |
| 3.3.5.- | Comercialización y abastecimiento | 98 |
| 3.3.6.- | Otras actividades relevantes | 98 |
| 3.4.- | Normatividad Vigente | 99 |
| 3.4.1.- | Reglamento Nacional de Edificaciones | 99 |
| 3.4.2.- | Municipalidad Provincial | 99 |
| 3.4.3.- | Municipalidad Distrital | 99 |
| 3.4.4.- | Ministerio de Cultura (INC)..... | 99 |
| 3.4.5.- | Otras Regulaciones Especiales | 99 |
| 3.5.- | Lineamientos de intervención en edificaciones existentes..... | 99 |
| 3.5.1.- | Consideraciones generales..... | 99 |
| 3.5.2.- | Descripción del estado actual | 101 |
| 3.5.3.- | Tipo de intervención propuesta | 102 |
| 3.5.3.1.- | Pautas generales de orden arquitectónico | 102 |

| | | |
|--------------------|---|------------|
| 3.5.3.2.- | Pautas generales de orden constructivo y estructural | 102 |
| CAPITULO IV | : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA | 103 |
| 4.1.- | Programación arquitectónica | 103 |
| 4.1.1.- | Localización y ubicación del inmueble a intervenir | 103 |
| 4.1.2.- | Relación proyecto-entorno | 104 |
| 4.1.2.1.- | Macroentorno (ámbito regional, provincial o metropolitano) | 104 |
| 4.1.2.2.- | Mesoentorno (ámbito urbano distrital o local)..... | 104 |
| 4.1.2.3.- | Microentorno (ámbito barrial o entorno inmediato)..... | 105 |
| 4.1.3.- | Actividades Potenciales del Proyecto..... | 106 |
| 4.1.3.1.- | Análisis de Fortalezas y Oportunidades (F-O) | 106 |
| 4.1.3.2.- | Análisis conceptual de cronotopos..... | 108 |
| 4.1.4.- | Determinación de los componentes principales del proyecto | 109 |
| 4.1.5.- | Definición de unidades funcionales..... | 110 |
| 4.1.6.- | Consideraciones dimensionales..... | 112 |
| 4.1.7.- | Consideraciones constructivas y estructurales..... | 121 |
| 4.1.8.- | Consideraciones ambientales generales..... | 123 |
| 4.1.9.- | Cuadro resumen de áreas | 125 |
| 4.2.- | Partido Arquitectónico | 140 |
| 4.2.1.- | Estudio previo | 140 |
| 4.2.1.1.- | Criterios y Premisas de Diseño | 140 |
| 4.2.1.1.1.- | <i>Criterios de Diseño</i> | 140 |
| 4.2.1.1.2.- | <i>Premisas de Diseño</i> | 141 |
| 4.2.1.2.- | Conceptualización | 143 |
| 4.2.1.3.- | Partido Arquitectónico..... | 148 |
| 4.2.1.4.- | Esquema general de conformación de sectores | 151 |
| 4.2.1.5.- | Diagramas de circulación..... | 152 |
| 4.2.1.6.- | Zonificación interna..... | 154 |
| 4.2.1.7.- | Criterios de modulación espacial | 156 |
| 4.2.1.8.- | Criterios de tratamiento volumétrico y paisajístico | 156 |
| 4.2.2.- | Esquema de síntesis..... | 157 |
| 4.3.- | Anteproyecto arquitectónico | 158 |
| 4.3.1.- | Consideraciones técnicas para el diseño arquitectónico | 158 |
| 4.3.1.1.- | Requerimiento para el confort y la seguridad..... | 158 |
| 4.3.1.2.- | Requerimiento para la selección de acabados..... | 159 |
| 4.3.2.- | Consideraciones técnicas de ingeniería | 161 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| 4.3.2.1.- | Conceptualización y requerimiento estructural..... | 161 |
| 4.3.2.2.- | Requerimiento para instalaciones hidráulica y energéticas . | 163 |
| 4.3.3.- | Consideraciones normativas de diseño..... | 165 |
| 4.3.3.1.- | Parámetros urbanísticos y edificatorios | 165 |
| 4.3.3.2.- | Requisitos para circulación y accesibilidad universal | 165 |
| 4.3.3.3.- | Parámetros de seguridad y previsión de siniestros | 166 |
| 4.3.3.4.- | Normas Técnicas de diseño para instalaciones sanitarias .. | 166 |
| 4.3.3.5.- | Normas técnicas para la gestión de residuos solidos..... | 166 |
| 4.3.4.- | Planos del Anteproyecto (a escala conveniente)..... | 168 |
| 4.3.4.1.- | Relación general de láminas..... | 168 |
| 4.3.4.2.- | Plano de ubicación | 169 |
| 4.3.4.3.- | Planos de conjunto | 170 |
| 4.3.4.4.- | Planos de plantas, cortes y elevaciones | 172 |
| 4.3.4.5.- | Planos de techos y coberturas..... | 177 |
| 4.3.4.6.- | Plano base de cimentación y estructuras..... | 178 |
| 4.3.4.7.- | Plano base de instalaciones hidráulicas y sanitarias..... | 180 |
| 4.3.4.8.- | Plano base de instalaciones eléctricas Luminarias | 181 |
| 4.3.4.9.- | Plano base de Seguridad Evacuación y Señalética | 184 |
| 4.3.4.10.- | Volumetrías, perspectivas y vistas en 3D | 185 |
| 4.5.- | Documentos complementarios | 196 |
| 4.5.1.- | Memoria Descriptiva de Arquitectura | 196 |
| 4.5.1.1.- | Antecedentes..... | 196 |
| 4.5.1.2.- | Descripción del terreno..... | 196 |
| 4.5.1.3.- | Descripción del proyecto arquitectónico..... | 197 |
| 4.5.1.4.- | Características constructivas y de ingeniería | 200 |
| 4.5.1.4.1.- | Estructuras | 200 |
| 4.5.1.4.2.- | Instalaciones Eléctricas | 201 |
| 4.5.1.4.2.- | Instalaciones Sanitarias..... | 202 |
| 4.5.2.- | Especificaciones técnicas por partidas y subpartidas..... | 205 |
| 4.5.2.1.- | Generalidades | 205 |
| 4.5.2.2.- | Obras provisionales | 205 |
| 4.5.2.3.- | Muros y Tabiques de Albañilería..... | 205 |
| 4.5.2.4.- | Revoques, Enlucidos y Molduras..... | 206 |
| 4.5.2.5.- | Cielorrasos | 206 |
| 4.5.2.6.- | Pisos y pavimentos..... | 206 |

| | | |
|-------------------|--|------------|
| 4.5.2.8.- | Carpintería de Madera | 206 |
| 4.5.2.9.- | Carpintería Metálica y Herrería | 206 |
| 4.5.2.10.- | Pintura | 207 |
| 4.5.2.11.- | Aparatos Sanitarios y Accesorios | 207 |
| 4.5.2.12.- | Varios | 207 |
| | 4.5.2.12.1.-Área Verde | 207 |
| 4.5.3.- | Metrado y presupuesto de arquitectura por partidas y subpartidas | 209 |
| 4.6.- | Evaluación económico-financiera del proyecto..... | 210 |
| 4.6.1.- | Análisis económico del país y del entorno del proyecto..... | 210 |
| | 4.6.1.1.- Análisis de mercado | 211 |
| | 4.6.1.2.- Planeamiento y gestión del proyecto | 213 |
| 4.6.2.- | Análisis financiero del proyecto | 214 |
| | 4.6.2.1.- Evaluación de rentabilidad económica y/o social | 214 |
| | 4.6.2.2.- Alternativas de financiación y/o apalancamiento..... | 215 |
| CAPITULO V | : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE | |
| | LECCIONES APRENDIDAS..... | 216 |
| 5.1.- | Interpretación de resultados del proceso..... | 216 |
| | 5.1.1.- Conclusiones | 216 |
| 5.2.- | Balance de lecciones aprendidas del proceso..... | 216 |
| | 5.2.1.- Lecciones aprendidas..... | 216 |
| | 5.2.2.- Recomendaciones | 217 |

| | |
|--|------------|
| FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 218 |
| 1.- Bibliografía | 218 |
| 2.- Webgrafía | 219 |
| 3.- Inei..... | 220 |
| 4.- Normatividad..... | 220 |
| 5.- Otras fuentes..... | 220 |
| 6.- Tesis | 221 |
| ANEXOS | 222 |
| 1.- Matrices | 222 |
| ▪ Matriz de antecedentes de investigación | 222 |
| ▪ Matriz de involucrados (actores sociales / agentes sociales) | 223 |
| • Matriz de análisis de escenarios | 224 |

| | |
|--|-----|
| • Matriz de consistencia tripartita..... | 225 |
| 2.- Cuadros y gráficos | 226 |
| 3.- Esquema de Síntesis | 228 |
| 4.- Cuadro de valores unitarios..... | 229 |
| 5.- Norma A-0.70 Comercio..... | 230 |

LISTA DE TABLAS Y GRAFICOS

| | |
|--|-----|
| Grafico 1 - Mapa del Perú y Región Ica | 19 |
| Grafico 2 – Limite Regional..... | 20 |
| Grafico 3 – Limite Provincial | 20 |
| Grafico 4 – Limite Distrital..... | 20 |
| Grafico 5 - Arquitectura Bioclimática | 56 |
| Grafico 6 - Limites Jurisdiccionales..... | 69 |
| Grafico 7 - Organigrama de Funcionamiento | 110 |
| Grafico 8 - Fluxograma | 111 |
| Grafico 9 - Antropometría Humana Proporciona el Dimensionamiento de Circulación ... | 112 |
| Grafico 10 - Antropometría Humana Proporciona el Dimensionamiento del Mobiliario... | 112 |
| Grafico 11 - Antropometría y Ergonomía..... | 113 |
| Grafico 12 - Consideraciones Ambientales | 124 |
| Grafico 13 - Forma Figura..... | 143 |
| Grafico 14 - Concepción de la Forma..... | 144 |
| Grafico 15 - Análisis de la configuración simétrica obtenida desde la concepción del proyecto..... | 146 |
| Grafico 16 – Imagen Objetivo | 150 |
| Grafico 17 - Criterio de modulación..... | 156 |
| Grafico 18 – Conceptualización Estructural | 161 |
| Grafico 19 – Requerimientos Básicos de la Estructura | 162 |
| Grafico 20 - Lámpara Solar..... | 164 |
| Tabla 1 - Matriz de Consistencia transversal..... | 33 |
| Tabla 2 - Matriz de Consistencia longitudinal | 34 |
| Tabla 3 - PEA Distrital..... | 71 |
| Tabla 4 - Población Económicamente Activa Por Distrito..... | 72 |
| Tabla 5 - Matriz de actores | 75 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 6 - Matriz de agentes sociales..... | 75 |
| Tabla 7 - Mapa de actores sociales | 75 |
| Tabla 8 - Componentes Principales del proyecto | 109 |
| Tabla 9 – Cuadro de Parámetros | 165 |

INTRODUCCION

Los Centros Comerciales en los últimos diez han ido desarrollado de manera tan rápida, que de 8 centro comerciales que había, ahora encontramos 79 centros de comercio a nivel nacional, teniendo a más del 60% en la ciudad de Lima y el 5% en provincias, esto ha generado gran movimiento del comercio, estabilizando la economía del país, permitiendo que los empresarios inviertan su capital, contribuyendo así a dinamizar la economía del país, permitiendo que el sector económico se ubique actualmente en el segundo lugar con más importancia.

El presente estudio tiene como resultado lograr proporcionar un objeto arquitectónico que tenga organización, ordenamiento física y espacial donde desarrollar el comercio que se da en este distrito de manera informal, teniendo como base las infinitas variables para desarrollar una actividad compleja como es el comercio, aportando así a la formalización de esta actividad en este distrito.

Por lo tanto, el desarrollo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo es descentralizado, debido a ello la ciudad presenta una imagen de contaminación visual ocupando calles y avenidas. Sin respetar la normativa urbana de zonificación residencial y comercial, sumando más problemas como tráfico vehicular e inseguridad ciudadana, etc.

En esta Investigación el contenido plasmado se desarrolla tal como se detalla a continuación: capítulo I: Planteamiento del Problema; Capítulo II: Marco Teórico y Conceptual; Capítulo III: Hipótesis y Variables; Capítulo IV: Metodología De Investigación Aplicada a La Arquitectura y el Urbanismo; Capítulo V: Marco Referencial para la Propuesta de Intervención; Capítulo VI: Criterios para la Intervención Arquitectónica en Edificaciones Existentes; Capítulo VII: Criterios para la Programación Arquitectónica; Capítulo VIII: Criterios de Evaluación Financiera y Económica del Proyecto Arquitectónico; Capítulo IX: Administración Del Proyecto De Investigación, donde se exponen los resultados del presente trabajo de tesis.

CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1.- Caracterización general del área de estudios

SITUACION GEOGRAFICA

Pueblo Nuevo es un distrito acogedor, joven y pertenece a la provincia de Chincha, se encuentra ubicado en la zona sur de la Provincia de Chincha, Departamento de Ica, con una superficie total de 209.45 Km².

Limita por el norte, con el distrito de Chavín y la quebrada de Topará, por el Este y Sur, con el distrito de Chincha Alta, por el oeste con el distrito de Grocio prado. Por su ubicación altitudinal y geográfica, el área presenta un clima desértico litoral.

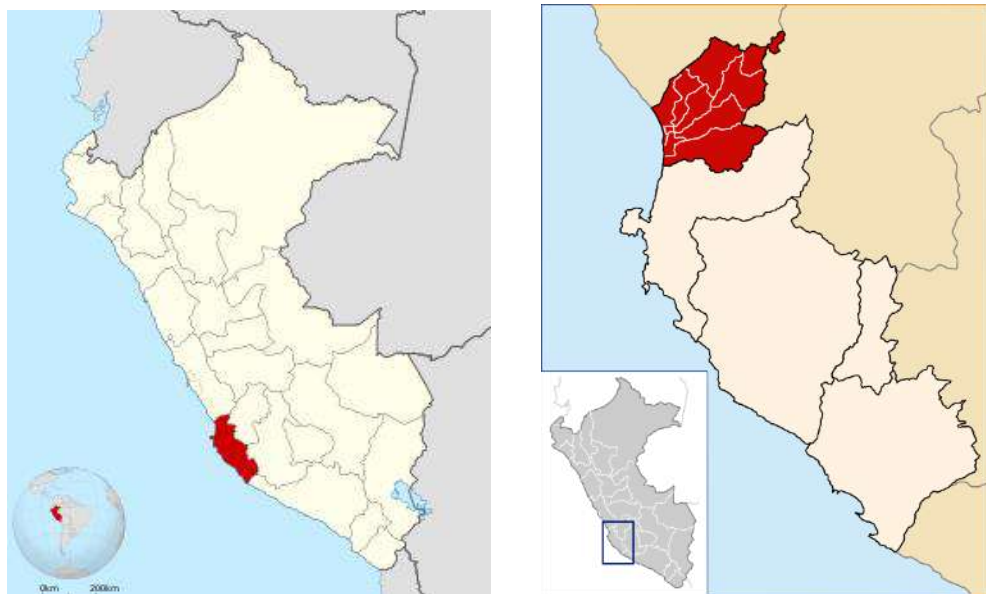


Grafico 1 - Mapa del Perú y Región Ica



LIMITE REGIONAL

- Por el norte con Lima
- Por el Este con Huancavelica y Ayacucho
- Por el Sur con Arequipa
- Por el Oeste con el Océano Pacifico



Grafico 2 – Limite Regional

LIMITE PROVINCIAL

- Por el norte con la provincia de Cañete y Yauyos
- Por el Este con la provincia de Castrovirreyna
- Por el Sur con la provincia de Pisco.
- Por el Oeste con el Océano Pacifico.



Grafico 3 – Limite Provincial

LIMITE DISTRITAL

- Por el norte con el distrito de Chavín y Topara.
- Por el Este con el distrito de Chincha Alta
- Por el Sur con el distrito de Chincha Alta.
- Por el Oeste con el distrito de Grocio Prado

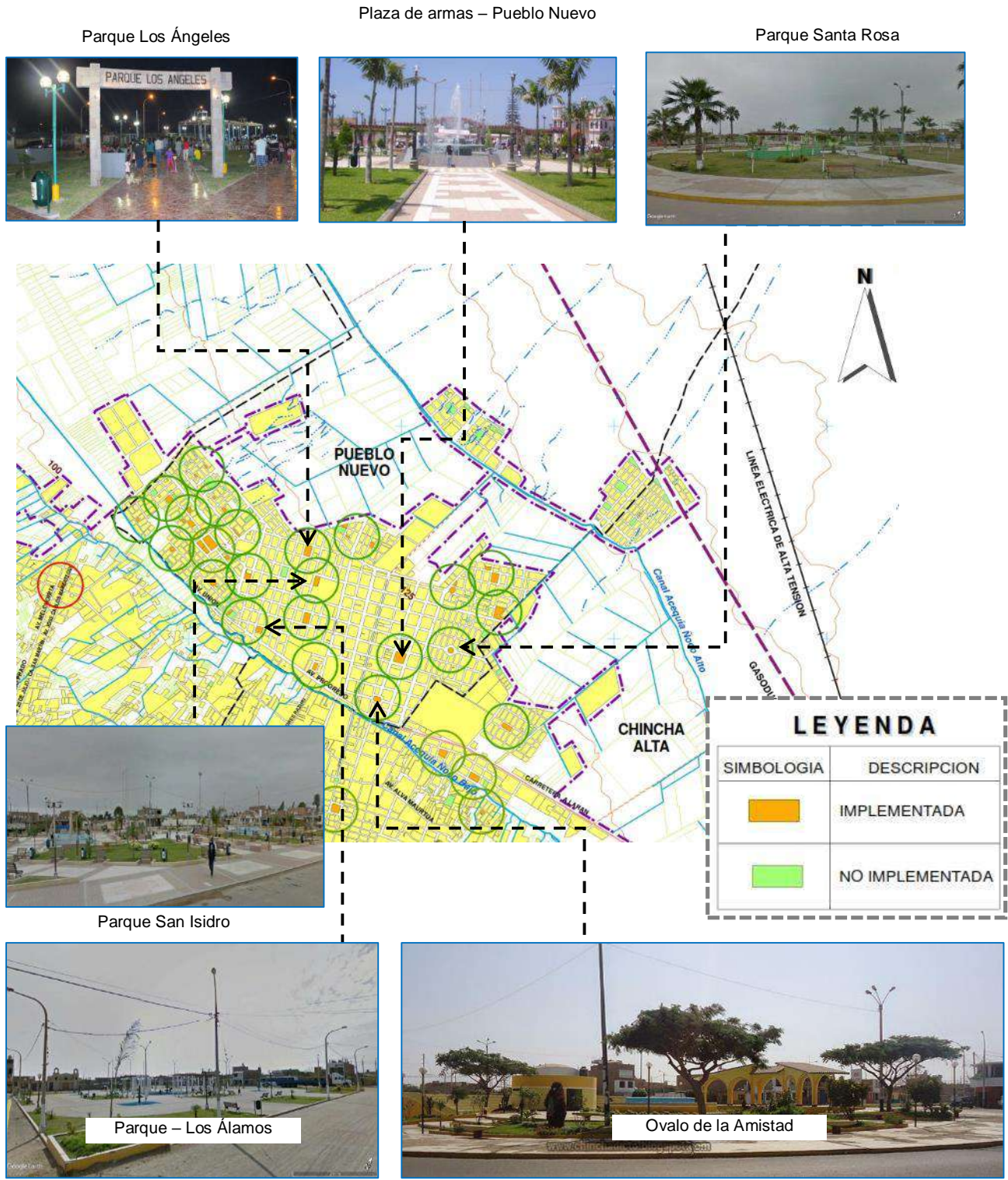


Grafico 4 – Limite Distrital

ESTRUCTURA ECOLOGICA

Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Áreas Verdes Implementadas - Elaboración Propia



ESTRUCTURA FUNCIONAL DE SERVICIOS

Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Red Vial - Elaboración Propia

Vía: Jr. Arica

Vía: Víctor A. Belaunde



Vía: Av. Unión

El acceso al distrito de Pueblo Nuevo, es por estas vías más principales:

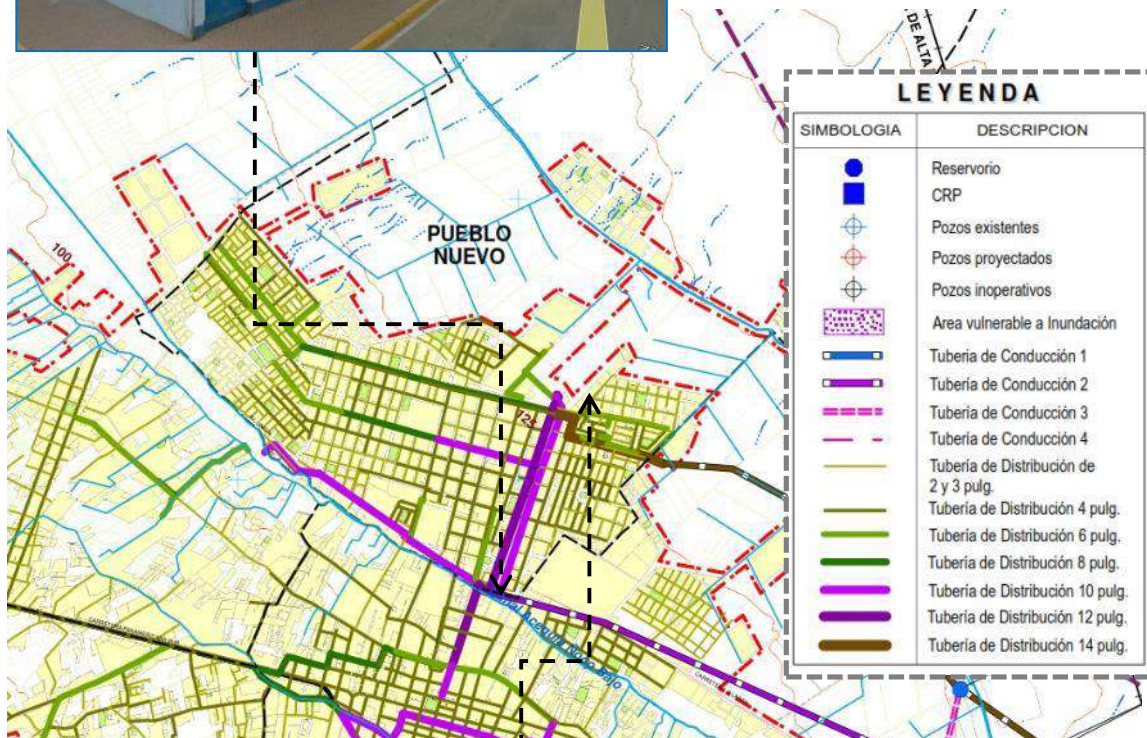
- Vía Principal: Av. Luis Gálvez Chipoco - Víctor A. Belaunde – Chíncha Alta – Pueblo Nuevo.
- Vía Principal: Los Ángeles – Oscar R. Benavides – Chíncha Alta - Pueblo Nuevo.
- Vía Principal: Calle. San Carlos – Av. Artemio Molina

ESTRUCTURA FUNCIONAL DE SERVICIOS

Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Redes de Agua - Elaboración Propia

Empresa: SEMAPACH



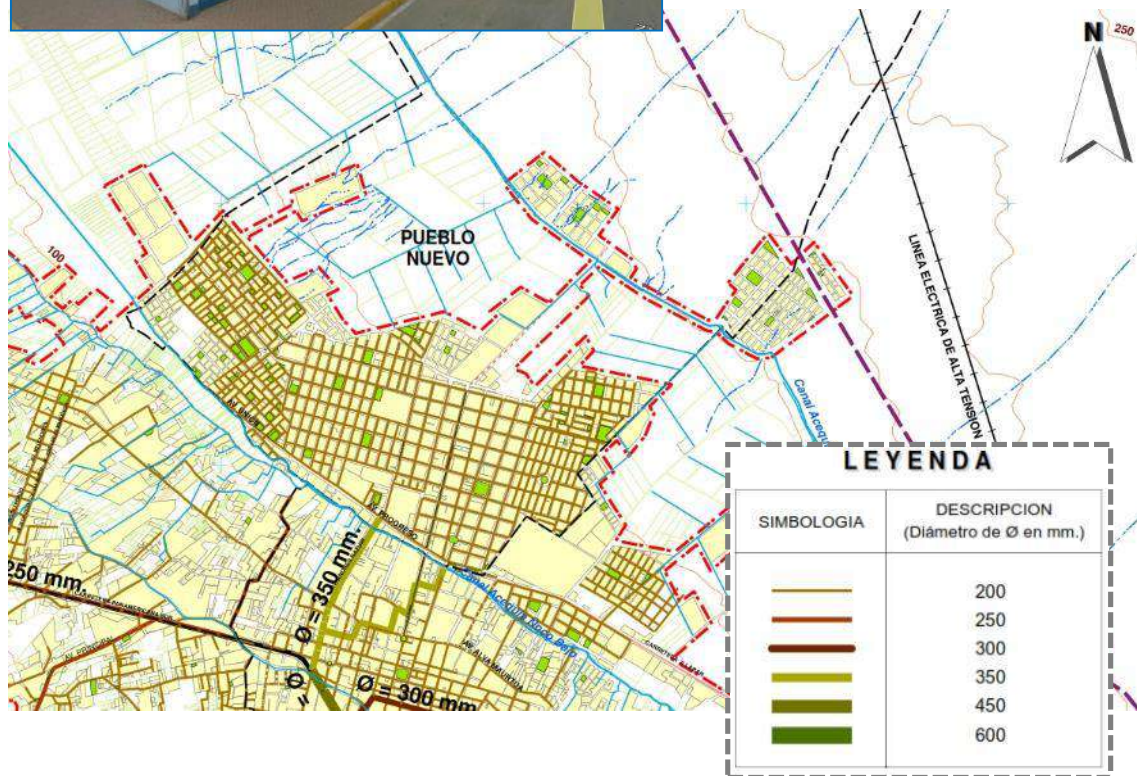
En su Totalidad la población de Pueblo Nuevo (Zona Urbana Consolidada) tiene el Servicio de Agua Potable en sus viviendas, las nuevas expansiones urbanas, todavía no cuentan con agua potable (25%).

ESTRUCTURA FUNCIONAL DE SERVICIOS

Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Alcantarillado - Elaboración Propia

Empresa: SEMAPACH



La población de Pueblo Nuevo (Zona Urbana Consolidada) en su totalidad cuenta con el Servicio de Alcantarillado en sus viviendas.

Las nuevas expansiones urbanas, ubicadas al norte de la plaza de armas del distrito, todavía no cuentan con este servicio (25%).

EQUIPAMIENTO URBANO

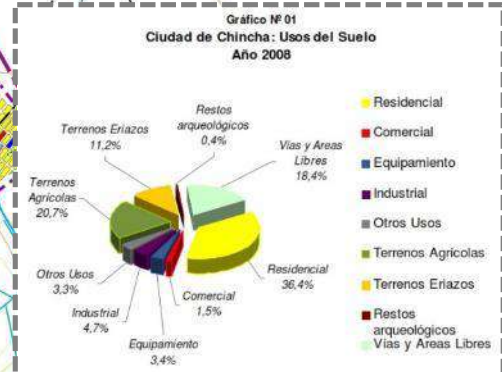
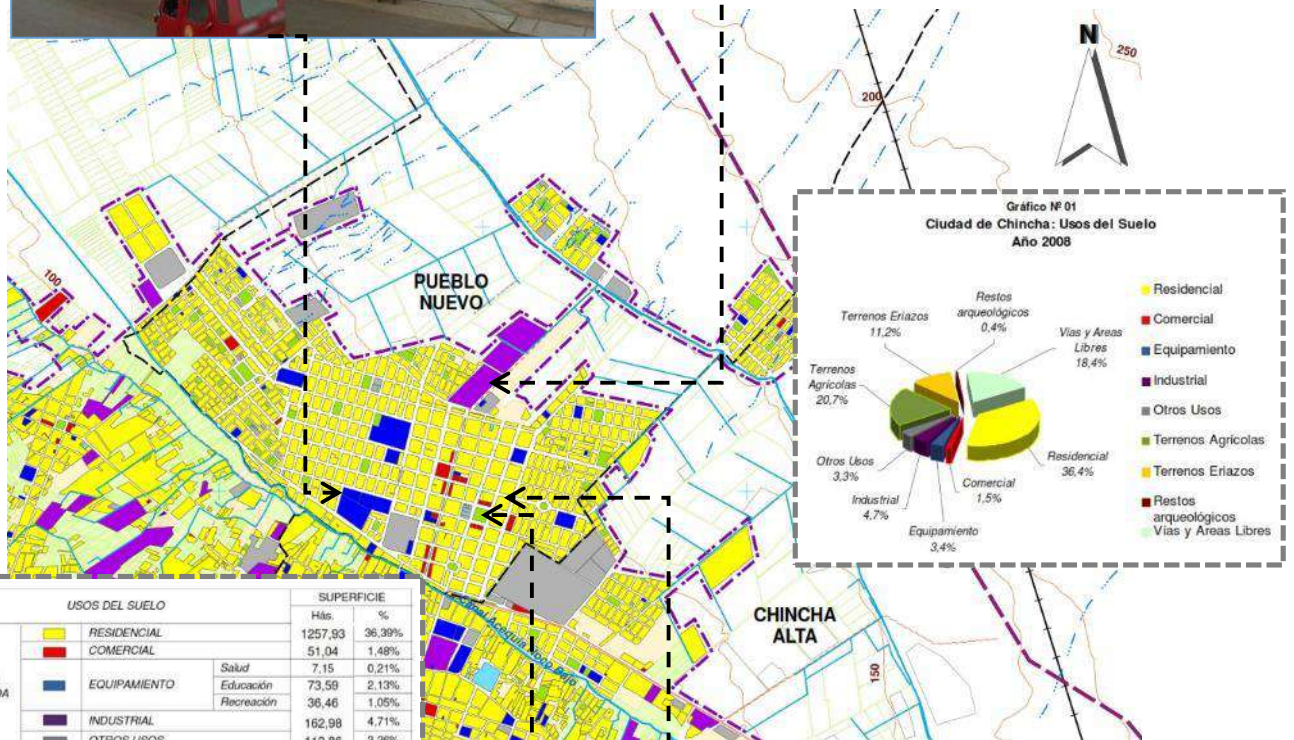
Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Usos de Suelo - Elaboración Propia

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO CHINCHA



FABRICAS DE INDUSTRIA LIVIANA



| USOS DEL SUELO | SUPERFICIE | | |
|--------------------------|-----------------|----------------|-------|
| | Hás. | % | |
| RESIDENCIAL | 1257,93 | 36,39% | |
| COMERCIAL | 51,04 | 1,48% | |
| EQUIPAMIENTO | Salud | 7,15 | 0,21% |
| | Educación | 73,59 | 2,13% |
| | Recreación | 36,46 | 1,05% |
| INDUSTRIAL | 162,98 | 4,71% | |
| OTROS USOS | 112,86 | 3,26% | |
| VÍAS Y ÁREAS LIBRES | 637,45 | 18,44% | |
| TERRENOS ERIAZOS | 386,34 | 11,18% | |
| TERRENOS AGRÍCOLAS | 717,03 | 20,74% | |
| RESTOS ARQUEOLÓGICOS | 14,06 | 0,4% | |
| TOTAL ÁREA URBANA | 3.456,89 | 100,00% | |

FUENTE: Trabajo de Campo Febrero-Marzo 2008 - Equipo Técnico INDECI
ELABORACIÓN: Equipo Técnico INDECI, Febrero 2008



CENTRO DE SALUD – PUEBLO NUEVO



IGLESIA PUEBLO NUEVO

EQUIPAMIENTO URBANO

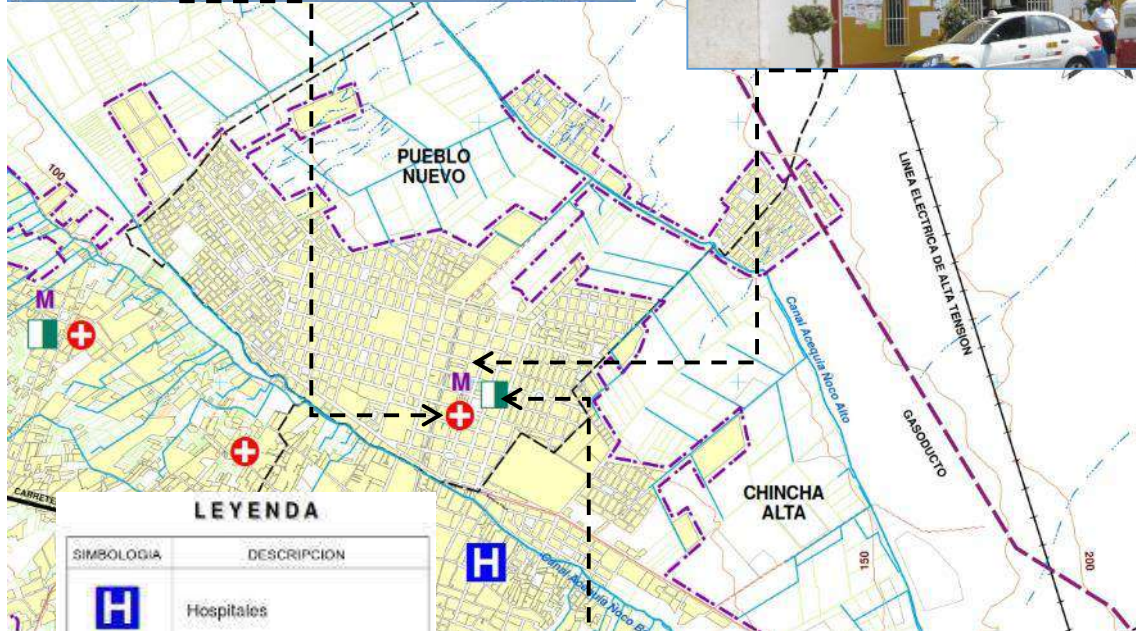
Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Servicios de Emergencia - Elaboración Propia

CENTRO DE SALUD – PUEBLO NUEVO



MUNICIPALIDAD PUEBLO NUEVO



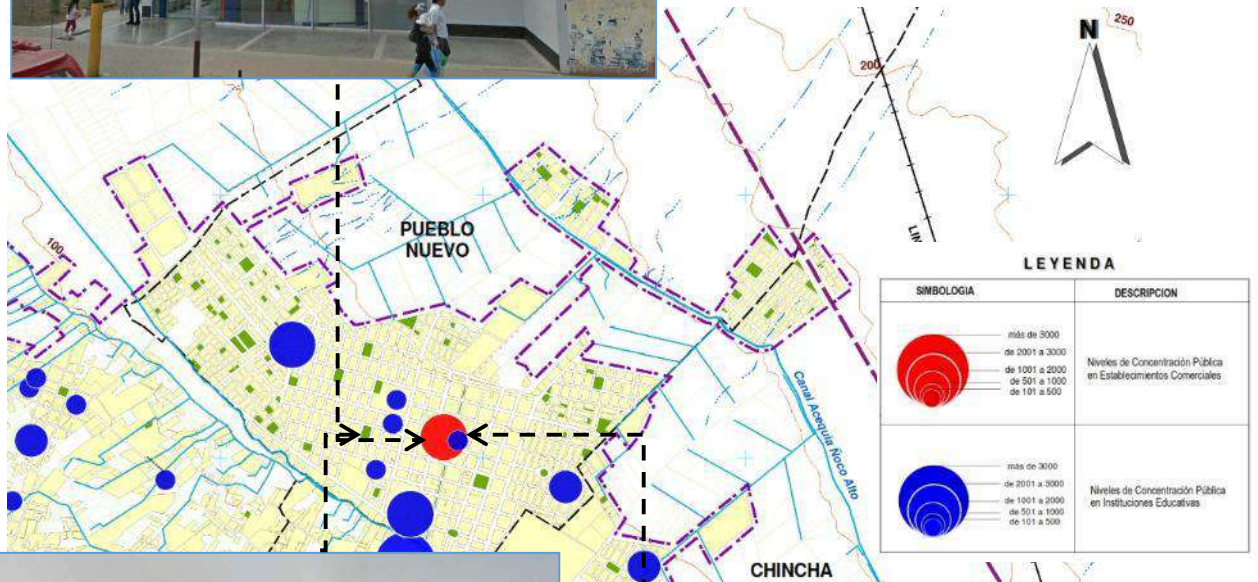
COMISARIA DE PUEBLO NUEVO

EQUIPAMIENTO URBANO

Fuente: INDECI, mayo 2008.

Análisis: Lugares de concentración publica - Elaboración Propia

BANCO DE CREDITO



INSTITUCION EDUCATIVA



PLAZA DE ARMAS

1.2.- Descripción de la realidad problemática

El proyecto aborda la situación actual de la ciudad de Pueblo Nuevo, enfocando el estudio en el ámbito económico, el cual está impulsado fundamentalmente por los negocios comerciales complementarios y actividades que se desarrolla ocupando las vías de tránsito y peatonal.

En tal sentido, la motivación que ha permitido concluir, que el tema para el proyecto nazca de la inexistencia de una infraestructura destinada a la actividad comercial.

Actualmente, la aglomeración comercial se presenta en la principal arteria de transporte público de la Av. Oscar R. Benavides, en el contorno de la plaza principal y en los mercadillos ubicados en diversos sectores del distrito de Pueblo Nuevo.

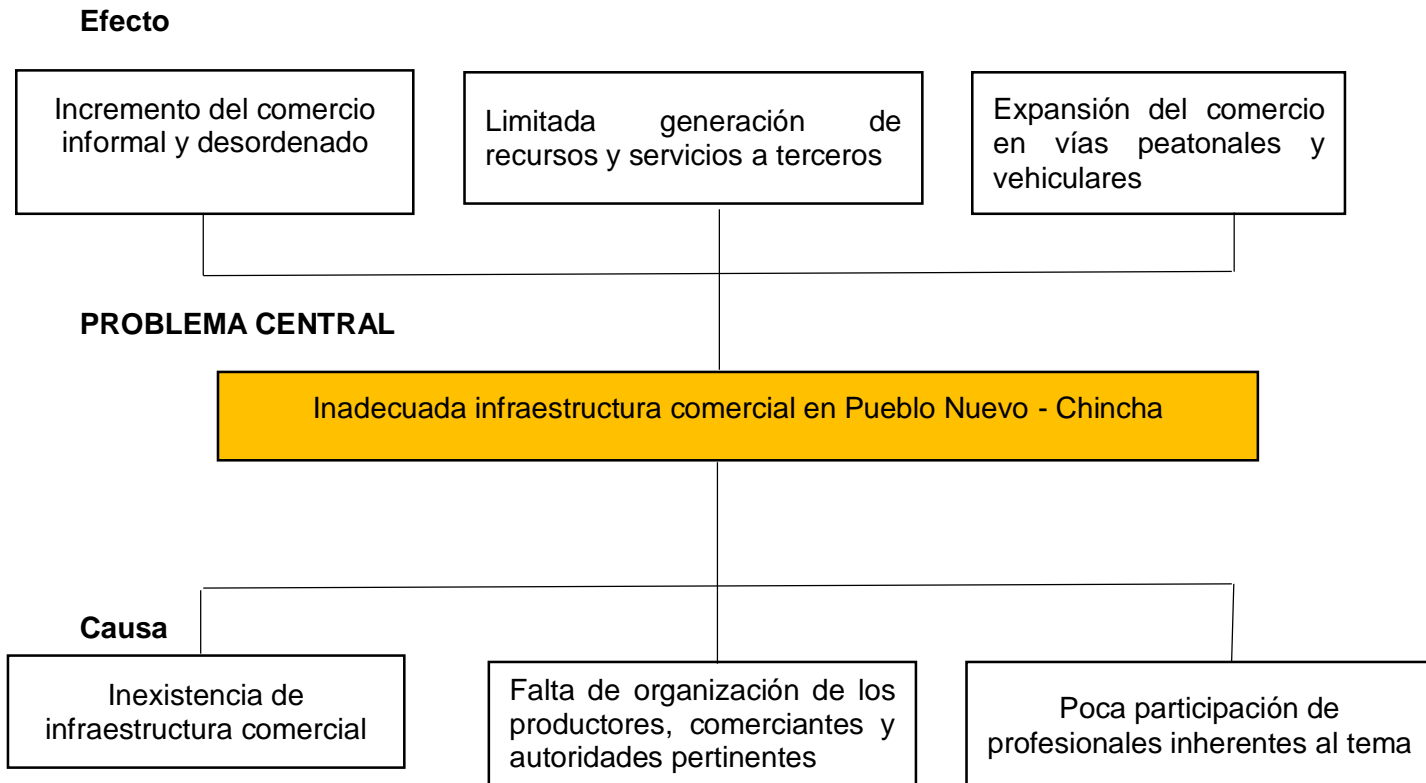
Actualmente los propietarios de viviendas ubicados en el sector de estudio prefieren otorgar sus predios en alquiler, perdiendo su esencial función de albergar familias, para ahora convertirlos en locales con fines comerciales, esto debido a la gran demanda que tienen los locales en la zona comercial y su área de influencia. Contribuyendo de esta manera con incrementar la informalidad, el desorden.

La zona comercial del distrito Pueblo Nuevo está marcada por una vía principal (Av. Víctor Andrés Belaunde) que parte de la plaza de armas de chincha, hasta la última cuadra de esta avenida, según el PDU – CHINCHA, es una vía colectora, generando así en la actualidad diferentes tipos de comercio que van creciendo más y más según la necesidad del ser humano y del poblador de este distrito.

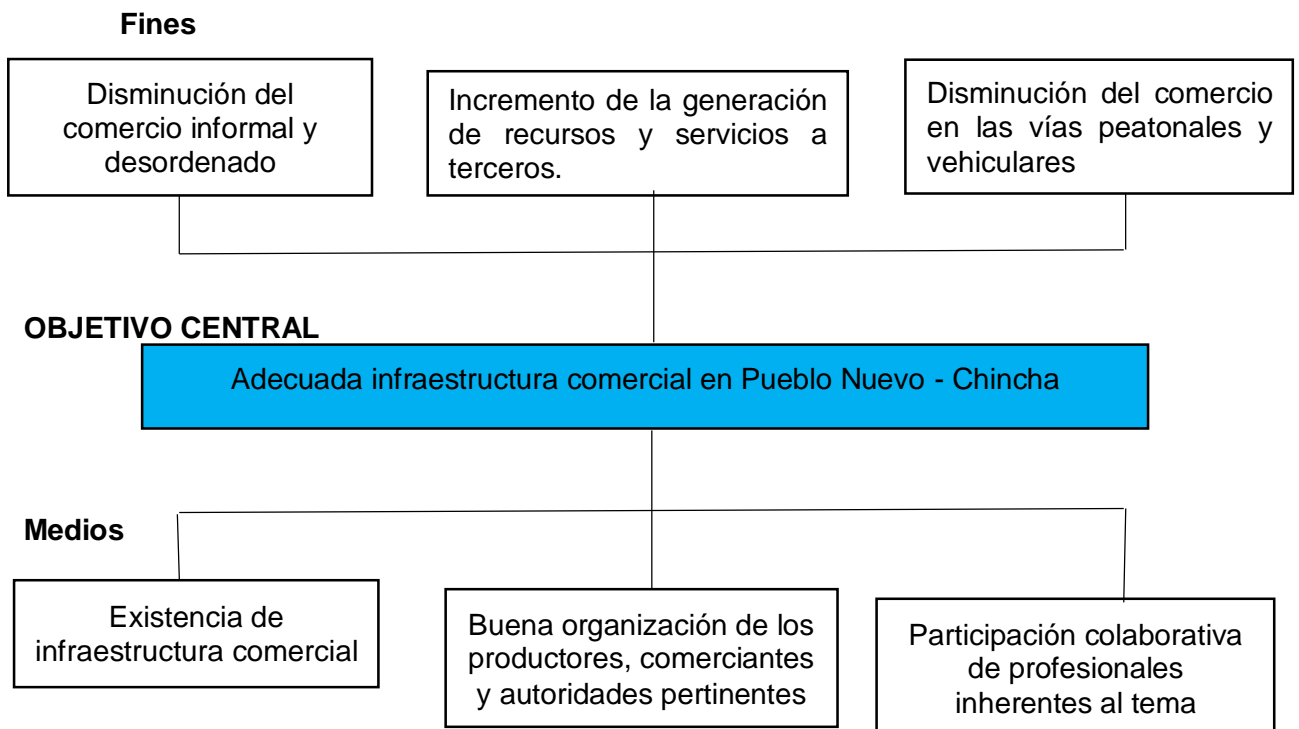
Analizando esta vía principal en el futuro será una de las salidas hacia la serranía de chincha, convirtiéndose en un eje comercial importante, dinamizador y económico para el distrito.

Este distrito se caracteriza por realizar actividades costumbristas, religiosas, culturales, a la vez acompañado de ferias comerciales, donde pobladores de la serranía de chincha, exhiben sus productos originarios de su zona.

1.2.1.- Análisis de causa - efecto (Árbol del Problema)



1.2.2.- Análisis de medios - fines (Árbol de soluciones)



1.3.- Formulación del problema

1.3.1.- Problema general

El crecimiento de la actividad comercial en el distrito de Pueblo Nuevo – Chincha, ha provocado un crecimiento desordenado e informal del comercio, situación que ha generado el deterioro progresivo de la ciudad de Pueblo Nuevo perjudicando la imagen de la ciudad y provocando mayor inseguridad ciudadana. Por tal motivo, es sumamente necesario plantear la implementación de una adecuada infraestructura comercial.

¿De qué manera la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial contribuye con dinamizar el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha?

1.3.2.- Problemas específicos

- ¿De qué manera la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial establecerá su integración al ámbito urbano en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha?
- ¿Qué particularidad formal, funcional y espacial definirá la actividad adecuada para la propuesta del diseño arquitectónico del complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha?
- ¿Con qué servicios complementarios se logrará mayor concurrencia y considerable tiempo del público según la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo?

1.4.- Objetivos de la investigación

1.4.1.- Objetivo general

- Definir el diseño arquitectónico del complejo comercial con la finalidad que contribuya con dinamizar el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha.

1.4.2.- Objetivos específicos

- Definir el proyecto arquitectónico del complejo comercial de modo que facilite su integración al ámbito urbano en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha.
- Determinar las particularidades formales, funcionales y espaciales para definir la actividad adecuada para la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha.
- Establecer los servicios complementarios que debe contener la propuesta de diseño arquitectónico comercial para lograr mayor concurrencia y considerable tiempo del público en el complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha.

1.5.- Hipótesis y presupuestos conceptuales

1.5.1.- Escenarios de intervención urbano arquitectónico

1.5.1.1.- Escenario tendencial urbano arquitectónica

Se observa un escenario carente de infraestructura a la oferta comercial que cumpla con una categoría y que contemple los requisitos necesarios de confort, esparcimiento y de integración con el contexto del entorno, esto se refleja en una insatisfacción comercial que se refleja en el leve desarrollo de la ciudad, desaprovechando las potencialidades y oportunidades de la región para un progreso socioeconómico.

1.5.1.2.- Escenario deseable (sin intervención)

La participación de las autoridades regionales, locales y distritales conjuntamente con inversionistas privados que brinden los medios para realizar proyectos de infraestructura comercial que disminuya y/o elimine la problemática del déficit de la oferta comercial, iniciando así el desarrollo del comercio en la Provincia de Chincha, con la de llegar a posicionarla

como una de las ciudades con un eje comercial bien definido y con mayor flujo comercial a nivel regional.

1.5.1.3.- Escenario posible (con intervención)

Como respuesta al aprovechamiento del potencial comercial de la Región Ica, la Provincia de Chincha incrementara su afluencia comercial anualmente con una satisfactoria impresión comercial, como resultado de las inversiones públicas y privadas, existe una variable oferta comercial como lo es "Centro Comercial de Pueblo Nuevo - Chincha" que cubre los requerimientos de confort y seguridad del usuario, con una ubicación moderadamente alejado del centro urbano.

1.5.2.- Hipótesis general

La propuesta de diseño Arquitectónico del complejo Comercial contribuirá con dinamizar el comercio en la ciudad de pueblo Nuevo-Chincha.

1.5.3.- Hipótesis específicas

- La propuesta de diseño Arquitectónico del complejo comercial establecerá su integración al ámbito urbano en la Ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha.
- Las particularidades formales, funcionales y espaciales definirán la actividad adecuada en la propuesta de diseño arquitectónico del complejo Comercial para la Ciudad de Pueblo Nuevo.
- Los servicios complementarios logran una mayor concurrencia y considerable tiempo del público según la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial en la Ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha.

1.6.- Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto Arquitectónico

1.6.1.- Variables independientes

- Diseño arquitectónico.

1.6.2.- Variables dependientes

- Infraestructura comercial adecuada.

1.7.- Matriz de consistencia tripartita

1.7.1.- Consistencia transversal: problema/objetivo/hipotesis

Matriz de Consistencia

Tabla 1 - Matriz de Consistencia transversal

| PROBLEMAS (P) | OBJETIVOS (O) | HIPOTESIS (H) |
|---|--|--|
| P. GENERAL El crecimiento de la actividad comercial en el distrito de Pueblo Nuevo – Chincha, han provocado un crecimiento desordenado e informal del comercio, situación que ha generado el deterioro progresivo de la ciudad de Pueblo Nuevo perjudicando la imagen de la ciudad y provocando mayor inseguridad ciudadana. Por tal motivo, es sumamente necesario plantear la implementación de una adecuada infraestructura comercial. | O. GENERAL Determinar el diseño arquitectónico del complejo comercial con la finalidad que contribuya con dinamizar el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha. | H. GENERAL La propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial contribuirá con dinamizar el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha. |

1.7.2.- Consistencia longitudinal: categorías generales/ categorías específicas

Tabla 2 - Matriz de Consistencia longitudinal

| PROBLEMAS (P) | OBJETIVOS (O) | HIPOTESIS (H) |
|---|--|--|
| P. ESPECIFICO | O. ESPECIFICO | H. ESPECIFICO |
| 1.- ¿De qué manera la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial establecerá su integración al ámbito urbano en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha? | 1.- Definir el diseño arquitectónico del complejo comercial de modo que facilite su integración al ámbito urbano de la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha. | 1.- La propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial establecerá su integración al ámbito urbano en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha. |
| 2.- ¿Qué particularidad formal, funcional y espacial definirá la actividad adecuada para la propuesta del diseño arquitectónico del complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha? | 2.- Determinar las particularidades formales, funcionales y espaciales para definir la actividad adecuada para la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha. | 2.- Las particularidades formales, funcionales y espaciales definirán la actividad adecuada en la propuesta de diseño arquitectónico del complejo Comercial para la Ciudad de Pueblo Nuevo. |
| 3.- ¿Con qué servicios complementarios se logrará mayor concurrencia y considerable tiempo del público según la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo? | 3.- Establecer los servicios complementarios que debe contener la propuesta de diseño arquitectónico comercial para lograr mayor concurrencia y considerable tiempo del público en el complejo comercial en la ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha. | 3.- Los servicios complementarios lograran una mayor concurrencia y considerable tiempo del público según la propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial en la Ciudad de Pueblo Nuevo-Chincha. |

1.8.- Diseño de la Investigación

1.8.1- Tipo de investigación

- Inductivo

1.8.2.- Nivel de investigación

- Descriptivo

1.8.3.- Método de investigación

- Descriptiva y explicativa

1.9.- Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos Relevantes para el Proyecto

1.9.1.- Técnicas

- Observación (documental y personal).
- Experimentación Directa.
- Visita al campo de estudio.
- Fotografías.

1.9.2.- Instrumentos

Los instrumentos dispuestos para llevar a cabo la investigación fueron:

- Computadora.
- Páginas Web de instituciones relacionadas.
- Libros, folletos.
- Archivos digitales brindados.
- Planos.
- Mapas (Google Earth).
- Directorios.
- Videos, imágenes.
- Cámara fotográfica, etc.

1.9.3.- Fuentes

Fuentes primarias

- Observación Directa.
- Entrevista.
- Fichas.
- Fotografía.

Fuentes Secundarias

- Municipalidades.
- INEI.
- Municipalidad Distrital.
- MINCETUR.
- INC.
- DIRCETUR.
- Bibliotecas.
- Estadísticas.
- Documentos (actas, cartas, películas, diarios, periódicos).
- Censos.
- Expedientes.
- Tesis.

1.10.- Esquema Metodológico General de Investigación y elaboración de la Propuesta de Intervención

1.10.1.- Descripción por fases

☞ FASE 1: Análisis Urbano

- Título de la Investigación
- Problemática
- Problema General
- Problema Especifico
- Objetivo General
- Objetivos Específicos
- Hipótesis General
- Hipótesis Especifica
- Variable
 - Variables Dependientes
 - Variables Independientes
- Diseño de la Investigacion
 - Tipo de investigación
 - Nivel de investigación
 - Método de investigación

- Técnicas de recopilación de datos
 - Técnicas
 - Instrumento
 - Fuentes

- ☞ **FASE 2: Master Plan**
PROCESO PENTAFASICO
 - Problema
 - Déficit de infraestructura y oferta comercial
 - Programa
 - Comercio
 - Esparcimiento
 - Cultural
 - Proyecto
 - Centro Comercial en Chincha
 - Producto
 - Satisfacción comercial, social y cultural.
 - Prueba
 - Incremento de comercio
 - Incremento económico a la Región Ica

- ☞ **FASE 3: Objeto Arquitectónico**
 - Centro Comercial en Chincha
 - Características
 - Comercial
 - Alimentación
 - Recreación
 - Esparcimiento
 - Producto
 - Mayor afluencia comercial
 - Incrementación de la cantidad de usuarios
 - Incremento económico

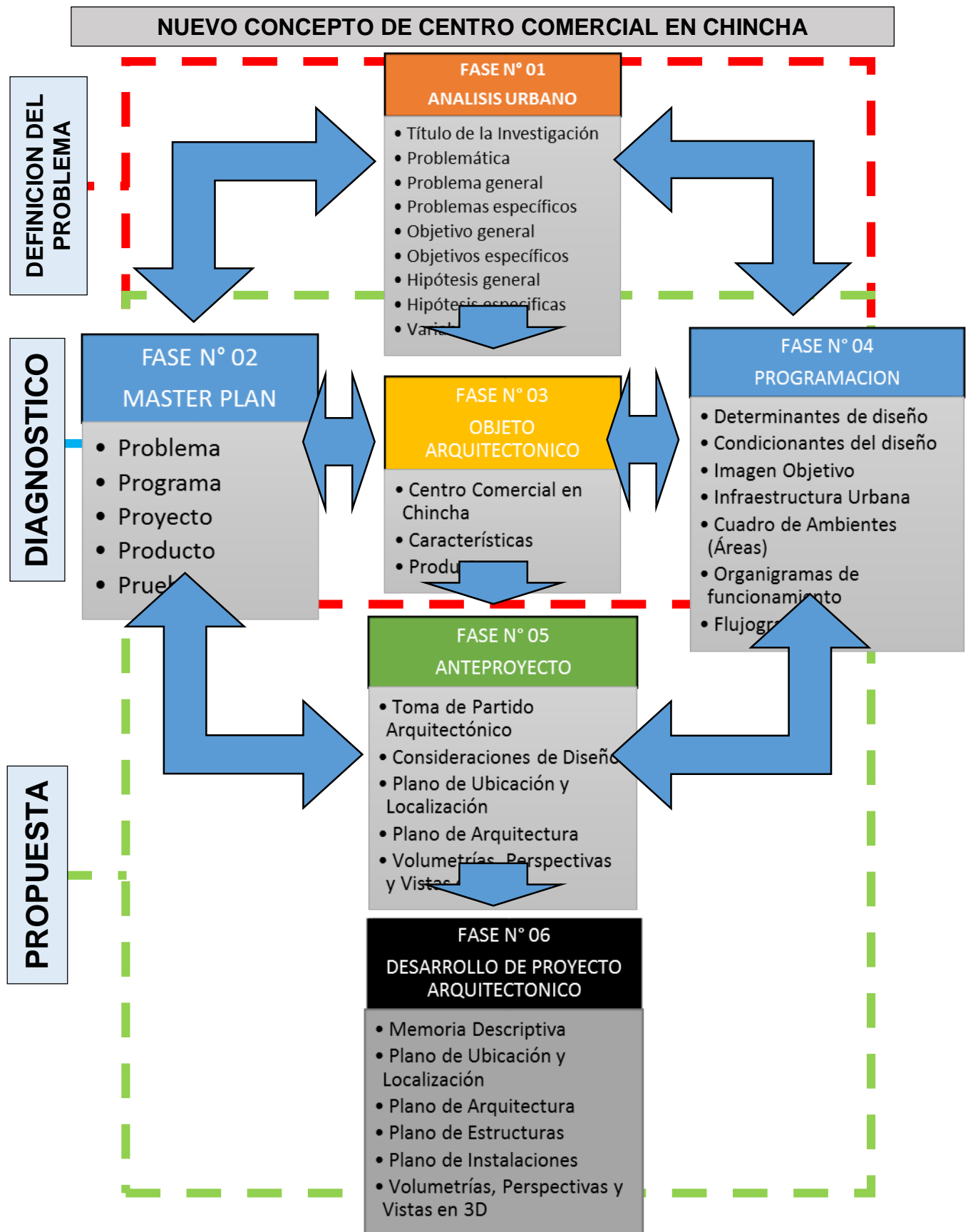
- ☞ **FASE 4: Programación**
 - Determinantes de diseño
 - Sitio
 - Normativa Urbana
 - Condicionantes del diseño
 - Sistema de espacios
 - Condiciones ambientales
 - Sistema de espacios (Antropometría)
 - Sistema de infraestructura pública
 - Sistema de estructura
 - Sistema de Instalaciones
 - Sistema de Muebles o mobiliario
 - Imagen Objetivo

- Bocetos desde el entorno urbano edificado
- Bocetos o apuntes interiores
- Bocetos o apuntes exteriores
- Infraestructura Urbana
- Cuadro de Ambientes (Áreas)
- Organigramas de funcionamiento
- Flujogramas

- **FASE 5: Anteproyecto**
 - Toma de Partido Arquitectónico
 - Consideraciones de Diseño
 - Topografía
 - Geología
 - Hidrología
 - Impacto Ambiental
 - Estructura Urbana
 - Relación con el entorno
 - Plano de Ubicación y Localización
 - Plano de Arquitectura
 - Planos de plantas
 - Planos de cortes y elevaciones
 - Detalles Arquitectónicos
 - Volumetrías, perspectivas y visa en 3D

- **FASE 6: Desarrollo de Proyecto Arquitectónico**
 - Memoria Descriptiva
 - Plano de Ubicación y Localización
 - Plano de Arquitectura
 - Plano de planta
 - Plano de corte y elevación
 - Detalles Arquitectónicos
 - Plano de Estructuras
 - Cimentación
 - Losa Aligerada
 - Plano de Instalaciones
 - Plano de Instalación Eléctrica
 - Plano de Instalación Sanitaria
 - Volumetrías, perspectivas y visa en 3D

1.10.2.- Esquema síntesis



1.11.- Justificación de la investigación y de la intervención urbano - arquitectónico

1.11.1.- Criterios de pertinencia

En la ciudad de Pueblo Nuevo, el crecimiento comercial es muy desordenado, el cual ocasiona problemas de colocación de venta informal, afectando la seguridad y la imagen urbana.

Este proyecto beneficiara a los pobladores del distrito, para el desarrollo social y económico, porque generara empleo, dinamizara la economía del sector, generara rentabilidad y mejorara la atención al público contando con espacios de recreación y esparcimiento.

1.12.- Alcances y limitaciones de la investigación

1.12.1.- Alcance teóricos y conceptuales

El reciente estudio propone recubrir un proyecto arquitectónico dirigido al comercio en el sector de Pueblo Nuevo. Teniendo intención de que el comercio sea formalizado y bien distribuido, generando relación con el entorno que lo rodea, tomando los siguientes puntos.

- Como primer punto, es saber las fortalezas que brindaría el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo e identificar puntos estratégicos para plantear equipamientos comerciales.
- Como segundo punto, analizar las investigaciones y estudios con referencia al comercio.
- Como tercer punto, plantear las particularidades formales, funcionales y espaciales que definirá la adecuada actividad para la propuesta arquitectónica comercial con relación al contexto inmediato.

1.12.2.- Limitaciones

- La poca información y falta de organización, generan vacíos en la ciudad, haciendo del comercio un eje generador de recursos con limitaciones de espacio y forma, generando congestión vehicular y peatonal.

- La mayoría de los pobladores del distrito ven al comercio como una alternativa de desarrollo, y se ve limitado por la falta de infraestructura que proporcione un ambiente adecuado con fluidez para las ventas de los productos.
- La carencia de líderes con capacidad, objetivos y metas para proponer ideas que ayuden a la organización y al grupo de comerciantes capacidad de negociación.
- El presupuesto es limitado para promover, planificar, controlar y ejecutar un proyecto dirigido al comercio, porque la misma población no es consciente de la falta de planificación en su distrito para llegar a establecer espacios dirigidos a este tipo de actividad.

CAPITULO II : MARCO TEORICO

2.1.- Antecedentes de la investigación

2.1.1.- Tesis, investigaciones y publicaciones científicas

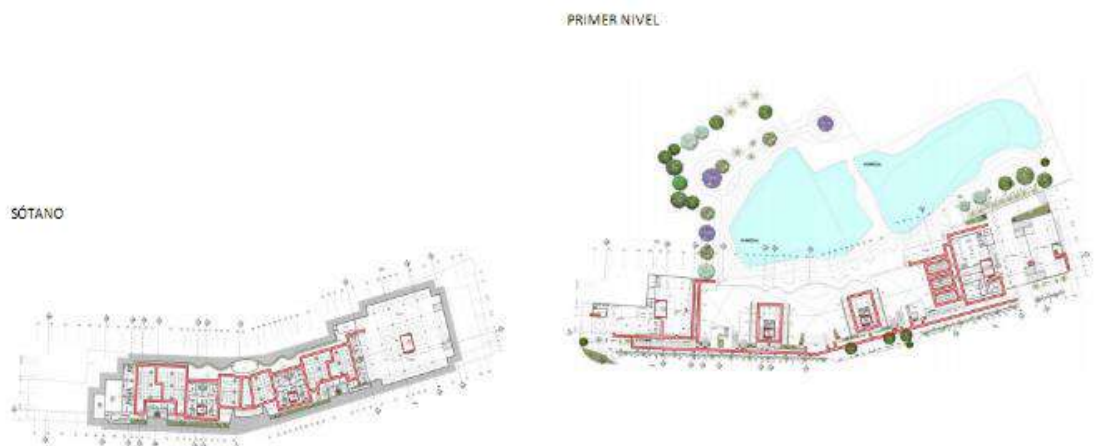
Tesis "Centro Turístico – Comercial para El Balneario de Máncora – Piura - Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Ricardo Palma (URP)" (Alvarado, Martínez, 2015).

Este proyecto tuvo como lugar de intervención la plazuela ubicada en el centro de Máncora, ya que estuvo invadida por los comerciantes que ofrecen productos de manera informal. **(Alvarado, Baca, 2015).**

En esta propuesta la arquitectura toma lugar en un balneario consolidado, pretendiendo dar solución de mejor atención al comercio y turismo. **(Alvarado, Baca, 2015).**

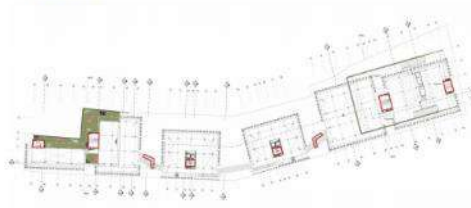
En este proyecto se buscó la vinculación entre la edificación y el contexto (paisaje), de forma que ninguno de vea más que el otro. Existieron diversas posibilidades para adecuarse al paisaje, y una de ellas fue darle vida al humedal central haciendo que fuera parte de este proyecto.

La edificación se relaciona con el entorno aplicando la arquitectura, contemplando la vida que se plasma en el balneario, llegando a pensar que es una proyección de la sociedad y la vida. Una edificación es un volumen interpretando al lugar como manejo de su emplazamiento y forma.



Como problemática de la zona, se estudió el clima, cuáles eran las carencias y cómo funcionaba. Buscando proponer al balneario como espacio público y así mejorar la calidad de servicios a brindar, buscando la integración en lo cultural, social y comercial.

SEGUNDO NIVEL



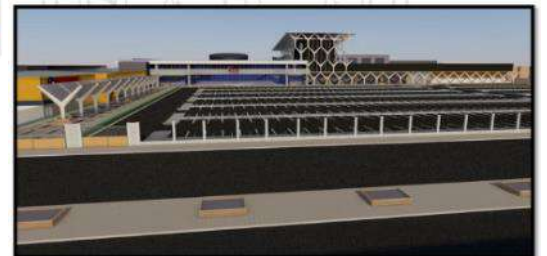
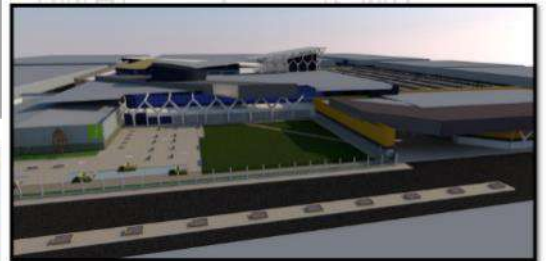
TERCER NIVEL



Tesis "Propuesta Arquitectónica Comercial para la ciudad de Juliaca - Sector Norte" – Puno - Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional del Altiplano (UNA), (Quispe, Fernández, 2016).

El presente proyecto tuvo por objetivo complementar la infraestructura con la naturaleza para así desarrollar actividades de comercio, recreación y cultura, sostenidos en elementos muy particulares con capacidad para brindar un mejor servicio. **(Quispe, Fernández, 2016).**

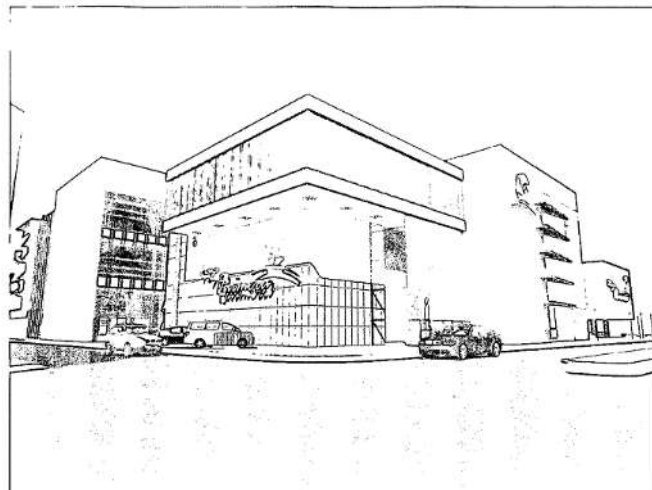
El país en la actualidad está incorporando y experimentando recientes medidas aplicadas a infraestructuras con el fin de mejorar el intercambio comercial, presentando a la naturaleza como una propuesta implementada a la infraestructura con actividades dinámicas de recreación, esparcimiento. **(Quispe, Fernández, 2016).**



Tesis "El Ocio en la Transformación Espacial de los CC de Huancayo" - Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP), (Ilich Uliano, 2013).

Este presente trabajo analiza a los centros comerciales desde la perspectiva función – espacio, por las nuevas demandas y necesidades que exige los usuarios, así como el ocio y recreación. (Uliano, 2013).

Teniendo como propósito principal comprender el proceso que comprende las actividades de recreación, partiendo de la mutación de espacios para el comercio y dichos factores que involucran la problemática, aplicando conocimientos y estrategias de construcción para una adecuada intervención a nuevas edificaciones de uso comercial con la capacidad de aplicar nuevas tendencias. (Uliano, 2013).



Tesis – “Diseño Arquitectónico del Centro Comercial Asociación de Comerciantes 24 de mayo “La Bahía” de la Ciudad de Catamayo Provincia de Loja con Características Bioclimáticas – Loja - Ecuador - Escuela para La Ciudad, El Paisaje y la Arquitectura de la Universidad Internacional del Ecuador Loja UIEL” (Luna, 2017).

Este presente estudio de investigación está desarrollado bajo el principio de ofrecer al usuario, confort y otra clase de vida, con agradables temperaturas y óptimos espacios, asimismo proponiendo el intercambio entre el vendedor y comprador, ofreciendo espacios de ocio y esparcimiento diseñados para desarrollar cada una de las actividades. **(Luna, 2017).**

El presente proyecto tiene áreas de locales, área de descanso, patio de comida, espacios de distracción, para así convencer al usuario, teniendo como finalidad enfatizar las ideas sobre los centros comerciales, aplicando la bioclimática y generar un mejor impacto ambiental. **(Luna, 2017).**

En este proyecto generaron un diagnostico actual de la ciudad, observando sus características, necesidades, problemáticas. Asi también el sistema constructivo propuesto fue diseñado para un clima cálido, teniendo como fin refrescar los ambientes internos del proyecto, se planifico también la colocación de envoltentes de vegetación en las terrazas, jardines y así evitar la directa radiación del sol, buscando emplear ciertas características bioclimáticas con el fin de evitar el uso de equipos mecánicos y no generar gasto de energía eléctrica.



2.1.2.- Proyectos arquitectónicos y urbanísticos

Análisis del proyecto Internacional

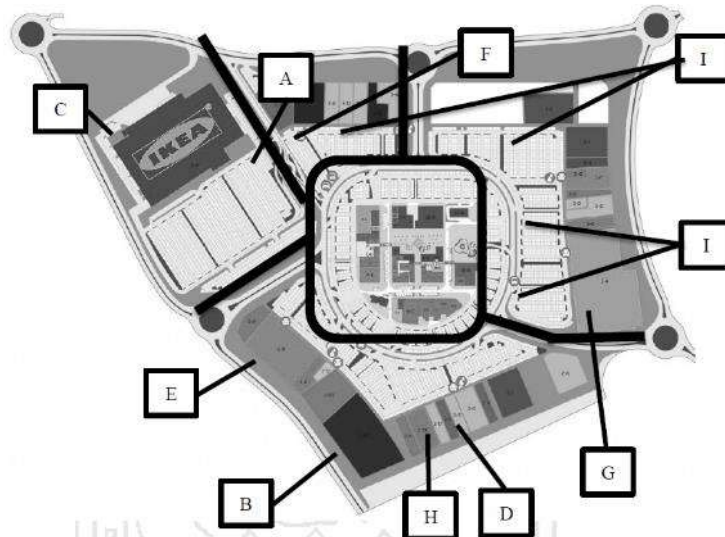
Parque Comercial Luz Shopping

Datos Generales:

- País - España
- Zona – Cadiz
- Cuidad – Jerez de la frontera
- Actividad - Comercio

Características:

FIGURA: Planta del Parque Comercial Luz shopping



FUENTE: Propuesta Arquitectónica comercial para la ciudad de Juliaca- Sector Norte.

El proyecto comercial cuenta con una amplia cantidad de zonas de las cuales tenemos las más principales:

Zona de venta de electrodomésticos, Zona de artefactos para el hogar, Zonas de juguetería, Zona de patio de Comidas, Zona de Hipermercados
Zona de estacionamientos.

En el proyecto se tiene ambientes especiales como el Lifestyle, donde puede realizar actividades de adquisición de insumos y materiales para el hogar.

Tiene un amplio flujo vehicular y abastece en gran cantidad el número de estacionamientos al mismo que por su ubicación exige que tenga esa demanda de estacionamientos, también cuenta con accesos bien diferenciados y marcos de primer y segundo nivel.

Organización Funcional y Espacial

El proyecto está organizado y se caracteriza por tener una organización espacial agrupada, organizada en un 1º nivel y 1 sótano, relacionándose de manera horizontal, tomando como espacio central y organizador el patio de comidas, empleado en un terreno con accesos viales por todos los lados.

Forma

Forma Genérica. - La forma dinámica (curva) y cuadrada, muestran al proyecto con una buena interrelación con el entorno y espacio teniendo formas dinámicas, estáticas.

FIGURA: Volumetría y Emplazamiento del centro comercial



FUENTE: "Propuesta Arquitectónica comercial para la ciudad de Juliaca- Sector Norte".

Justificación de la Selección De Propuesta

Del proyecto se rescata la organización de sus estacionamientos y lo accesible al parque.

Donde se puede realizar actividades para compartir en familia y otros establecimientos como son: tiendas, galerías, o espacios especializados, con un entorno rodeado de vegetación, ventilación natural de manera organizada para realizar actividades recreativas.

Análisis del Ámbito Nacional

Centro Comercial Real Plaza Trujillo

FIGURA: Emplazamiento y volumetría



FUENTE: Centro Comercial Tipo Mall

FIGURA: Imagen aérea del centro comercial



FUENTE: Centro Comercial Tipo Mall

Datos Generales:

- País – Perú
- Zona – Prolongación Fátima a espaldas de la Universidad Antenor Orrego.
- Ciudad – Trujillo
- Actividad – Comercio.

Características:

Primer piso - Zonificación

Zona comercial, Zona de recreación, Zona de patio de comida, Zona de financiera, Zona administrativa, Zona de mantenimiento.

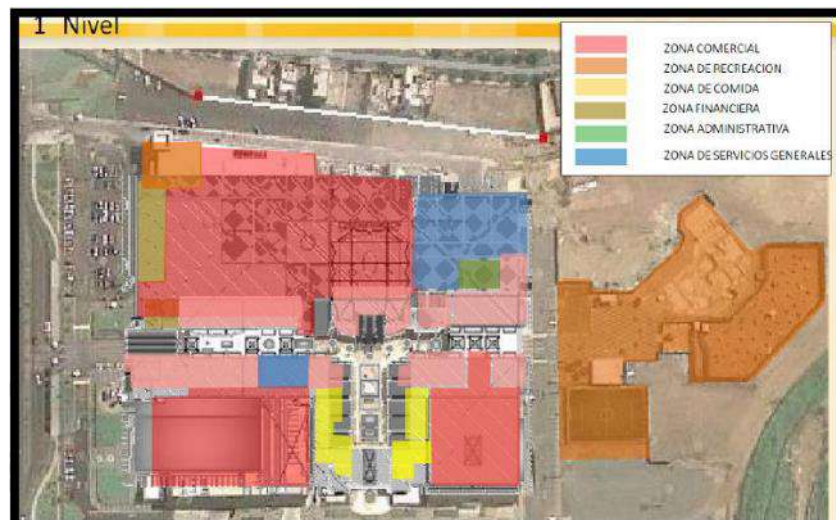
Segundo piso - Zonificación

Zona comercial, zona recreación, Zona administrativa, Zona financiera, Zona de comidas, Zona de mantenimiento.

El presente proyecto se basa en la arquitectura moderna, Real Plaza cumple con todos los estándares de servicio al público exigente y está al nivel internacional de centros comerciales modernos, cuenta con amplias zonas de esparcimiento y áreas verdes.

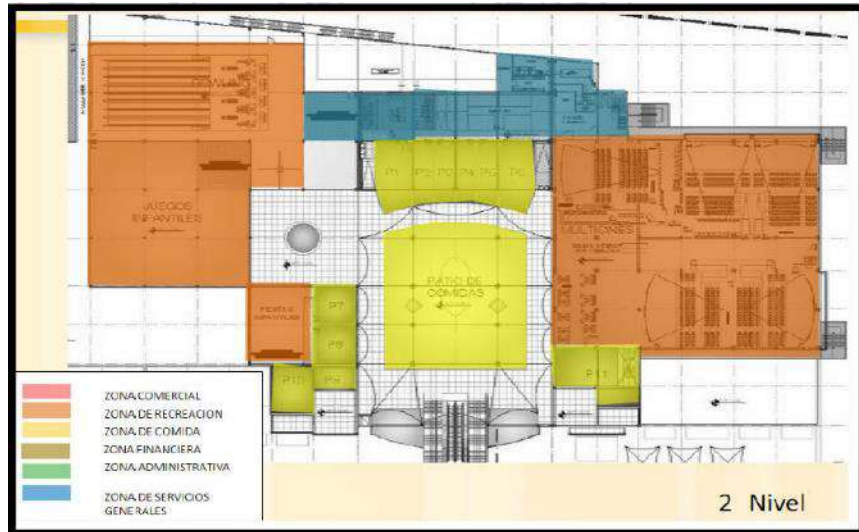
Real Plaza de Trujillo accesos principales

FIGURA: Zonificación del Centro Comercial



FUENTE: Centro Comercial Tipo Mall.

FIGURA: Zonificación de la Planta de Distribución R.P.T.



FUENTE: Centro Comercial Tipo Mall.

Conclusión

El proyecto toma como referencia las características de forma, función y espacio, por ser de nivel regional está diseñada en base a la población, del que se toma como referencia para la ciudad de Chincha.

Análisis del ámbito regional y local

Centro Comercial El Quinde Shopping Plaza Ica

Datos Generales:

- País - Perú
- Zona - El Cercado Oeste
- Ciudad - Ica
- Actividad - comercio

Cuenta con diferentes zonas como un área de restaurantes y comidas, área de diversiones, y más de 100 locales que ofrecen ofertas comerciales en la ciudad de Ica.

El proyecto arquitectónico toma como diseño la arquitectura moderna, combinando técnicas de la arquitectura actual, para lograr mayor atracción y sea polo de atracción no solo comercial sino también social. La ubicación del proyecto fue desarrollada estratégicamente en un lugar

de mayor demanda y con proyección a expansión, y tomando en cuenta los accesos de mayor y menos tráfico vehicular.



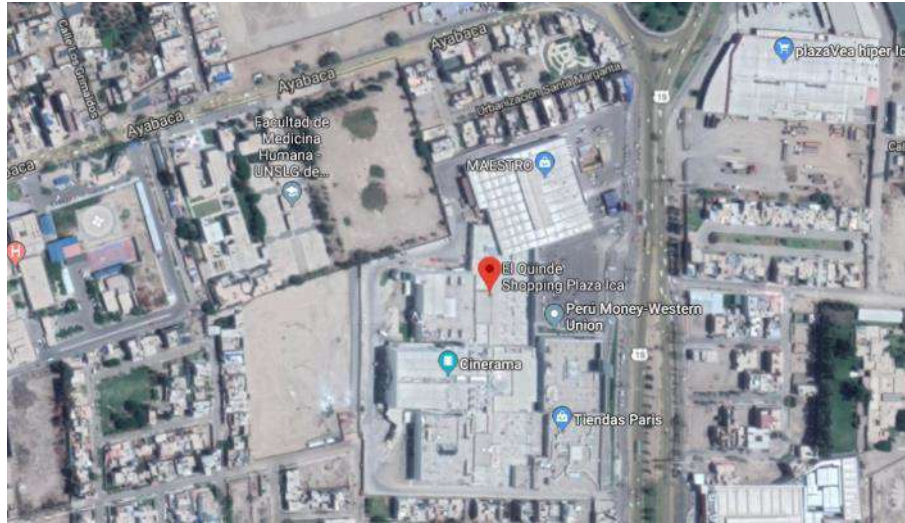
FUENTE: Carlos Chinen Arquitectos & Consultores S.A.C.



FUENTE: Carlos Chinen Arquitectos & Consultores S.A.C.



FUENTE: Carlos Chinen Arquitectos & Consultores S.A.C.



FUENTE: Google Maps



FUENTE: Carlos Chinen Arquitectos & Consultores S.A.C.

Conclusiones

Se toma como referencia este proyecto, por tener características espaciales, funcionales en toda su edificación, teniendo áreas de esparcimiento, recreación, partiendo de un eje lineal en la parte central.

El proyecto arquitectónico presenta un diseño inspirado en la arquitectura moderna e intensiva por el uso del tradicional elemento como es la piedra de sillar.

MegaPlaza Chíncha (Chíncha Alta).

Este proyecto tiene como tendencia a la arquitectura moderna, desde un aspecto más reducido, guardando relación con el contexto urbano, se diseñó pensando en la concentración y el sano esparcimiento de la población donde realicen diferentes actividades como el ocio, recreación, shopping, actividades financieras.

FIGURA: Fachada Principal MegaPlaza Chinch



FUENTE: Fotografía Propia.

Cuenta con dos ingresos uno principal y el otro secundario, posee un espacio amplio para el patio de comidas, y amplios locales comerciales.

Datos Generales:

- País - Perú (Ica)
- Zona - Norte
- Ciudad - Chinch
- Actividad - comercio

MegaPlaza Chinch, Es uno de los proyectos comerciales más importantes e innovadores de la ciudad de Chinch. Ubicado en la panamericana sur, frente al ingreso del Distrito de Sunampe y cerca de la ciudad con un área de 10,000 m2 dando continuidad al eje comercial de la Provincia de Chinch.

FIGURA: Planta de Distribución Mega Plaza Chinch



FUENTE: www.googlemaps.com

Primer Piso - Zonificación

Zona de recreación, Zona de comercio Zona financiera, Zona administrativa, Zona patio de comidas, Zona de mantenimiento.

2.2.- Bases Teóricas

2.2.1.- Paradigmas filosóficos y metateóricos

Shopping Mall y bioclimática

Un análisis sociológico indica que el consumo se estructura realizando una comparación para diferenciar desde un aspecto social de estatus de exclusividad e incorporación social. **(Alonso, 1992).**

La idea de Mall surge como espacio dedicado al público para realizar actividades, para todos los ciudadanos como caminar, observar, comprar, acogiendo en su interior circulaciones complejas diferenciadas. **(Barros, Jara, Salinas, Stange, 2005).**

El Mall es un espacio abierto de modo híbrido, para pasear, para realizar actividades culturales, temporales, asexuales, donde hay gran cantidad de público que busca recreación, distracción, llegando a generar un mejor estilo de vida con ideas consumistas. **(Barros, Jara, Salinas, Stange, 2005).**

En la sociedad postmoderna, el Mall forma parte de un definido dispositivo heterogéneo donde incluye discursos, instituciones arquitectónicas, reglamentarias, medidas administrativas, leyes, filosofía, moral y la filantropía. **(Foucault, 2005, p.1).**

El consumir en el Mall, hace que uno tenga relación de adquisición y estatus social, el cómo sustentar una identificación personal y estilo de vida. El consumir es una acción profundamente emocional, afectivo, orientado por el interés de principios desconocidos de la conciencia de él que compra. **(Cristoffanini, Gil y Feliu, 2010).**

El Mall sirve para realizar prácticas de cultura, arte, haciendo de él un espacio privado, público para realizar intercambios de comunicación, tal como los que acontecen en las plazas. **(Bermúdez, Cornejo, Bellón, 2008).**

La idea de centros comerciales nace despertando la imaginación de promotores y ayuntamientos en concebir un prototipo de centro comercial cerrado, la idea inicial era incluir elementos que integran una ciudad como, viviendas, parques, óvalos, vías, y equipamientos, una vez utilizado todos los elementos e innovación se concretó el formato espacio cerrado para compras.

Es así que se llega a definir una tipología específica de edificios para fines comerciales, con la difusión de este formato se llega a simplificar la superposición de lo urbano, de lo social y lo comercial, modificando los hábitos de compra, la manera de desplazarse y el hábito de ocio de millones de personas.

Llegando a optar por un estilo consumista, convertido en **Shopping Mall** dejando atrás el centro urbano. Llegando a interactuar en la vida social, lugar de encuentro para el sano entretenimiento, diversión y compras.

Grafico 5 - Arquitectura Bioclimática

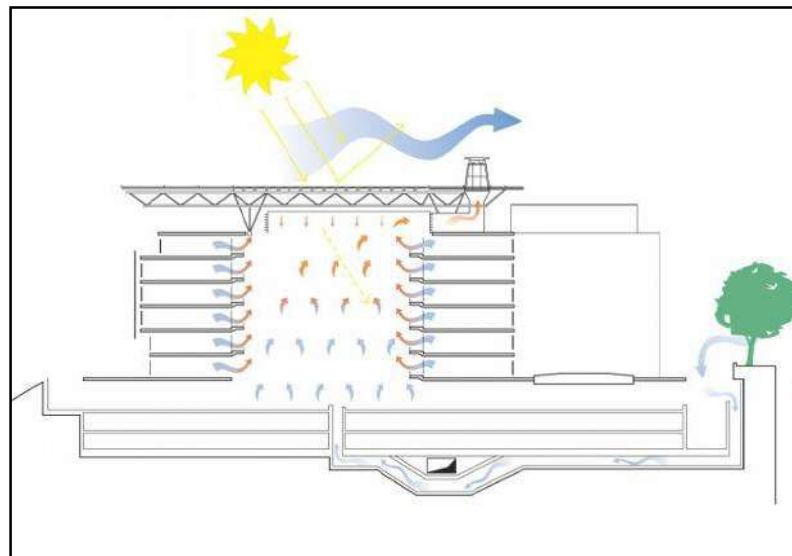


FUENTE: www.google.com.pe/search?rlz=1C1CHZL_esPE769PE769&tbm=isch&sa=1&ei=V1VSW5-VJsGswgTgu7WgBw&q=CENTROS+COMERCIALES+BIOCLIMATICOS&oq

Este tipo de edificios para fines comerciales también están aptos para el diseño y explotación con el entorno urbano teniendo en cuenta la climatología y los recursos naturales como son (sol, luz natural, viento, vegetación, etc.), el objetivo es proporcionar un entorno habilitado al usuario, con un impacto mínimo en el entorno en términos de consumo de energía, niveles de ruido, emisiones contaminantes.

Es necesario optimizar los recursos naturales al alcance del usuario, la naturaleza, el desarrollo energético.

La disponibilidad de energía barata y la especulación inmobiliaria ha hecho que los procesos constructivos se hayan alejado mucho de esas técnicas tradicionales de construcción que se habían pulido durante generaciones.



FUENTE: www.google.com.pe/search?rlz=1C1CHZL_esPE769PE769&tbm=isch&s=1&ei=V1VSW5-VJsGswgTgu7WgBw&q=CENTROS+COMERCIALES+BIOCLIMATICOS&oq

2.2.2.- Teorías generales y sustantivas de la arquitectura y el urbanismo

Centros Comerciales en el Perú

En los últimos años los centros comerciales han ido creciendo en sus ventas, triplicando su valor y aumentando así la creación de nuevos centros comerciales. Promoviendo así una mejora a nuevos usuarios en las diferentes zonas del Perú, generando así mejores y nuevos empleos, con ingresos que aporten al país.

En una encuesta nacional de hogares se pudo comparar el crecimiento de gasto total por hogares, en los centros comerciales, obteniendo como resultado, que es en lo que más gasta un ser humano al momento de hacer compra, estos son: alimentos, vestimenta, zapatos, enseres, muebles, mantenimiento, esparcimiento y entretenimiento).

La actividad y venta en los centros comerciales ha ido creciendo a pasos agigantados y estos centros comerciales son: por ejemplo, Open Plaza, Grupo Falabella, Real Plaza, Grupo Interbank, Jockey Plaza, son los operadores que más centros comerciales manejan.

Uno de los aspectos más destacados del crecimiento de los centros comerciales es la creciente inclusión de mayor población en el consumo moderno, el compartir un espacio que brinde comodidad y sano esparcimiento, un lugar que brinde seguridad, confort y buenos productos.

Conceptualización y principios Centro Comercial

En el estado de Minnesota – Estados Unidos, se construyó el primer Centro Comercial, creada por el Arquitecto Víctor Gruen, teniendo como concepto, componer elementos de una ciudad como son: las edificaciones, los espacios públicos, el comercio, las áreas verdes, las escuelas. Llegando solo a concretarse la zona comercial como un ambiente cerrado donde realizar compras.

Al pasar el tiempo dicho concepto fue evolucionando en función a la necesidad, demanda, ideología, costumbre de cada zona o país.

La necesidad de hacer un recorrido por todo el espacio buscando un producto para luego adquirirlo, es disfrutar la permanencia y estancia del lugar, transformando esa experiencia de comprar en la satisfacción más grande, dando solución a ese deseo incontrolable, convirtiendo así en experiencias múltiples para el que consume.

Es la causa por la cual los centros comerciales se posicionan y reformulan a través de múltiples estímulos ya sea, visual, auditivo, gustativo con características arquitectónicas y tecnológicas para generar una experiencia única e integral.

Para que un centro comercial tenga éxito, tiene que adaptarse en la sociedad y en el mercado, con buenos productos, con buenos establecimientos.

Estableciendo una dinámica de compra y venta entre los compradores y los vendedores, complementando con espacios que brinden diversión, entretenimiento y otros servicios en general.

Tenemos 10 puntos clave para un exitoso proyecto.

1. Accesibilidad y ubicación.
2. Con operadores adecuados.
3. Analizando el entorno.
4. Buena proporción y dimensión.
5. Aplicar nuevas tendencias e Innovación.
6. Lugar rentable y placentero.
7. Identificar el producto.
8. Plan de negocios.
9. Evaluación financiera y económica.
10. Proyección a futuro.

Como últimas tendencias para centros comerciales tenemos la aplicación de tecnologías y la relación entre ir de compras y el estilo de

vida. Ir de compras se potencia en la necesidad que existe, en la determinación anticipada del lugar donde queremos establecer nuestras expectativas.

La idea principal es compartir un mismo espacio, una misma actividad, ya sea cultural, comercial, entretenimiento y gastronómica, acompañada de espectáculos y buena infraestructura, un espacio que ofrezca muchas opciones en cada uno de los rubros y sobre todo que permita disfrutar de cada una de las instalaciones del lugar.

Habiendo analizado algunas tesis, proyectos arquitectónicos, y las bases teóricas, llego a la conclusión que los centros comerciales nace a partir de la necesidad de actividades de compra, entretenimiento, diversión, esparcimiento y tomo como conceptualización integrar todos los elementos que componen una ciudad como las vías, veredas que llevan a un espacio central, las viviendas a ambos lados, llegando a concebir un espacio cerrado adecuado para realizar todas las actividades de ocio que tiene el ser humano.

Tomo como idea que el proyecto sea bioclimático llegando a optimizar los recursos naturales, para que se integre a la naturaleza, con espacios que tengan ventilación directa, utilizando muy poco la energía eléctrica.

2.2.3.- Teorías locales

Orígenes del comercio urbano

Atravez de la historia, existieron diversas organizaciones que se formaron como aldeas con enclaves de producción sedentaria, trayendo la necesidad del intercambio de productos entre ellos el doméstico, para luego obtener otros productos que no tenían.

En la historia, el comercio es fundamental en una ciudad, antiguamente el mercado era el lugar en el que los agricultores de todos los alrededores venían y ofrecían sus productos a cambio de otros productos o dinero. **(Aldeturriaga, 1996).**

Al principio esa manera de intercambiar era el llamado trueque para posteriormente ser el metal, conforme crecía la ciudad adquiría más importancia. Mientras la ciudad tenía más habitantes menor era la posibilidad de abastecer a todos los habitantes con sus propios alimentos y la dependencia para aprovisionarse de su área que los rodeaba iba en aumento.

Con el pasar de los años y el crecimiento de la población, las ocupaciones se fueron definiendo con más precisión, generando más especialidades requiriendo el servicio de más comerciantes que sepan dirigir los problemas logísticos. **(Miskimin, 1981).**

Teorías evolutivas de las formas comerciales

A lo largo del tiempo los centros comerciales han sufrido cambios drásticos, desde las primeras formas de hacer comercio hasta llegar a tener un espacio donde se desarrolle dicha actividad, teniendo un crecimiento rápido.

Los cambios producidos en el nivel minorista y las nuevas fórmulas de comercio, han hecho que los investigadores presten un interés, en las últimas décadas a esas características del intermediario. **(Santesmases, 1996).**

A - Teoría del Giro de la Rueda

Tiene como fundamento el proceso de destrucción, partiendo de la base de donde los nuevos conceptos de centros comerciales están orientados a conseguir precios bajos. Esta teoría comienza en el momento en el que se prioriza y se asegura las ventas en vez de ofrecer un buen servicio. **(McNair, 1958).**

B- Teoría del Ciclo de la Vida

Teoría que parte del inicio del ciclo de la vida de un producto, exponiendo que por analogía el periodo de vida de un producto o tiempo de vida de los seres vivos, es la existencia de varias etapas que se

desarrollan de distintas formas, partiendo desde el lanzamiento hasta el cese, alcanzando el desarrollo y madurez. (*Davidson, 1970*).

Teorías del Entorno:

La distribución comercial y la tendencia dependen de muchos factores medioambientales, empezando de cómo se comporta el consumidor, la organización, el valor de cada recurso, la aplicación de nuevas tecnologías. (*Blizzard, 1976*).

Teorías de Adaptación del Comercio Tradicional:

Esta teoría expone básicamente la lógica en la evolución del comercio tradicional, en cuanto a otras formas de comercio en tres criterios que son las siguientes: (*Pulido, 1976*):

- La incorporación de nuevas Tecnologías.
- Buena organización y técnicas implementadas.
- Especialización y dimensión.

2.3.- Definición de Términos Básicos

2.3.1.- Conceptos referidos al tipo de intervención urbano-arquitectónica

El centro comercial como espacio de diferenciación desde la perspectiva feminista.

La mayoría de los centros comerciales modernos son lugares de abastecimiento y satisfacción de necesidades y exigencias, para cumplir los estándares de la sociedad; donde la mujer es la pieza fundamental de todas las actividades que se realizan.

Estilo de vida y espacio donde se diferencia el espacio público y privado, para las mujeres el pasear es una práctica moderna, el cual permite no ser identificadas como heroínas o víctimas, sino intercambiar roles y sentir el espacio como suyo y único. Buscar un centro comercial es muy importante porque permite sentir el lugar y muchas veces no es necesario el objeto a comprar, llegando a desarrollar la perspectiva feminista con que una mujer aprecia a un centro comercial. **(Morris, 1993).**

El Centro Comercial como Espacio de Revitalización de la Ciudad

Existen muchas necesidades cuando se habla de ciudad como, por ejemplo, mejorar las zonas comerciales que estén ubicadas en el centro de la ciudad, clasificando al comercio por rubros y ventas, generando una mejor visión de ciudad para aumentar las ventas y que las propiedades tengan valor, impulsando mejores opciones en los inversionistas.

Los centros comerciales son para los peatones, que a lo largo del tiempo se ha ido transformando en una parte importante del proceso de transformación de los sectores en las ciudades. Según el arquitecto Rubenstein. **(Rubenstein, 1978).**

El centro comercial como lugar de compra, reunión y entretenimiento.

Los centros comerciales son parte de un negocio y como tal se han transformado en zonas para compartir en familia, para realizar actividades sociales, brindando al cliente un ambiente seguro donde realizar todas las actividades del ocio y entretenimiento.

Siendo tendencia internacional, los centros comerciales en estos últimos tiempos, ha tenido mucha aceptación y acogida del público, llegando a posesionarse en la mente de todos los consumidores como uno de los lugares donde se pueda ir de compras, entretenerse, divertirse y realizar actividades sociales. *(Marcuschamer, Ulloa, 1997).*

El centro comercial y recreacional entre el desarrollo urbano y la comunicación

Los centros comerciales funcionan como puntos atractivos, dentro de una ciudad haciendo del desarrollo urbano un lugar con proyección y crecimiento ordenado con la capacidad para que futuras empresas puedan financiar urbanizaciones u otras construcciones, valorando los terrenos.

Müller analiza el fuerte impacto que hay sobre los centros comerciales, desde la estructura, infraestructura, y como el crecimiento de toda una metrópoli se genera alrededor de ella. Empezando por el concepto urbano que no es más que la función de ir de compras y utilizar los servicios, si no como un espacio para socializar, divertirse, compartir y realizar diversas actividades. *(Müller, 2004).*

2.3.2.- Conceptos referidos al tipo de equipamiento a proyectar

Centro comercial

Es un espacio que consta de una edificación en algunos casos de gran magnitud, donde se realiza actividades comerciales, de ocio, albergando locales, oficinas, donde se concentran gran cantidad de personas.

Comercios minoristas

Se realizan actividades comerciales de venta de bienes directamente a otros consumidores, por lo general el espacio es más pequeño.

Comercio mayorista

Actividad donde los servicios y productos se venden en grandes volúmenes, haciendo del espacio un lugar amplio y grande, debiendo contar con bodegas de almacén.

Conglomerado comercial

Es un espacio que combina diversas líneas minoristas, clasificadas a un mismo tipo de propiedad, integrando una buena distribución y administración.

Edificio comercial

Edificio que está distribuido en el primer piso por bancos y espacios comerciales y los pisos superiores destinadas a agencias, utilizando el sótano para estacionamiento.

Avenida comercial

Es un espacio que tiene una vía principal donde se establecen diversos tipos de comercios, donde se llega en automóvil, porque se cuenta con estacionamientos propios.

Plaza Comercial

Se agrupan los pequeños comercios y las tiendas departamentales, unidas por circulaciones internas que llegan a una plaza, siendo el elemento característico para descansar.

Comercio de ciudad

Punto de reunión desde una ciudad a otra. Es una zona de comercio o conjunto de comercios, pudiendo tener la misma jerarquía.

Comercio Especializado

Es una tienda que ofrece productos solo por su especialización, llegando a tener mucho poder en el sector o ciudad.

Comercio Departamental

Es una tienda que ofrece productos variados, sin la necesidad de especializar en alguno de ellos.

Consumidor

Se denomina a cualquier persona que consuma los bienes y servicios, todos sin ninguna excepción, son consumidores, llegando a ser inevitable utilizar los servicios para satisfacer sus necesidades a lo largo de la vida diaria. Se denomina consumidor al demandante de los bienes finales que ofrezca el mercado.

Consumo

Es el acto de obtener un producto o servicio, sirve para saber indicar cuando se quiere adquirir un bien o servicio, llegando a medir la cantidad de lo que uno desea adquirir.

Comerciante:

Persona que se dedica al comercio, venta de productos o bienes, ya sea también propietario de un inmueble y se le aplica las leyes mercantiles.

Tienda

Lugar, casa o puesto donde se realiza la venta al público en general de artículos de venta menor.

Complejo

Es la unión de edificios o instalaciones para realizar determinada actividad.

Confort

Espacio o ambiente que produce bienestar, comodidad y buena estancia.

Comercializar

Intercambiar productos o bienes con condiciones para su venta.

Abastecimiento

Se proveen los productos a los puestos o bodegas directamente en camiones u otros medios de transporte.

Bodega

Lugar donde depositar las mercancías o productos.

Transporte

Sistema de transporte para llevar mercadería, productos de un lugar a otro.

Estacionamiento

Lugar reservado para que se estacionen los vehículos.

Transacción

Efecto de ceder, una acción mediante acuerdo o trato.

Local comercial

Es un ambiente dirigido al comercio de dimensiones entre 48.00 metros cuadrados, con una altura de 3.50 metros, su área para comprar esta Atravez de mostradores, cajas y vitrinas.

Ancla

Considerado un espacio muy importante dentro de un centro comercial para atraer más usuarios, denominado supermercado o grandes locales, donde ofrezcan variedad de productos.

Mercancía

Es el objeto a vender, sea de cualquier producto, marca, modelo, etc.

Producto

Es el objeto que produce la naturaleza o el hombre, para que se genere el intercambio comercial, habiendo productos perecederos y no perecederos.

Producto perecedero

Es aquel producto que tiene tiempo de conservación y/o caducidad, como, por ejemplo: alimentos en general, productos de farmacia y flores.

Productos no perecederos

Es aquel producto que tiene mucho tiempo sin descomponerse, como, por ejemplo: los enceres domésticos, la ropa, aparatos electrodomésticos, etc.

CAPITULO III : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

3.1.- Antecedentes

3.1.1.- El lugar: La ciudad o localidad a intervenir

3.1.1.1.- Ubicación regional y límites jurisdiccionales

El distrito de Pueblo Nuevo, conforma uno de los 11 distritos perteneciente a la Provincia de Chincha, región de Ica.



Gráfico 6 - Límites Jurisdiccionales

Límites y Accesos.

- Este: Con el cementero de Chincha, prolongándose al norte con los terrenos de los agricultores de la Pampa de Ñoco, hasta la quebrada de Topara, y se prolonga al sur hasta la parte central de la Acequia de Ñoco.
- Norte: Con el Distrito de Chavín y la quebrada de Topará.
- Oeste: Con el Distrito de Grocio Prado.
- Sur: con el sector de Chincha Alta dividido por la principal acequia Ñoco.

3.1.1.2.- Perfil histórico de la ciudad y/o localidad

El Distrito de Pueblo Nuevo es costero y es el más poblado y denso de la provincia de Chincha, debido a sus características geográficas tiene un diseño de vías con calles y avenidas amplias, diferente a la tradicional ciudad de Chincha Alta, en la que sus calles eran muy angostas. En el año 1950 esas pampas de Ñoco, fueron poblándose rápidamente por familias procedentes de Chincha Alta, de la quebrada de Chincha y de Castrovirreyna.

La avenida principal del distrito la denominaron Víctor Andrés Belaunde, en la que se instaló la estatua de San Antonio de Padua, santo patrón del distrito, avenida que conecta con la ciudad de Chincha. El distrito de Pueblo Nuevo fue creciendo también por gente proveniente de otros distritos como, tambo de mora, Grocio Prado, llegando a expandirse en todas las áreas adyacentes a la avenida principal, para que el año 1960 aparezca el pueblo joven de San Isidro.

Algunos pobladores de Chincha Alta, deseaban contar con terrenos propios para construir sus viviendas, así que tomaron sus lotes próximos a la acequia de Ñoco, la cual hoy divide al distrito de Pueblo Nuevo de Chincha Alta.

El distrito de Pueblo Nuevo en la actualidad es el distrito más importante de la región, por su crecimiento poblacional y su fuerte actividad comercial, ofreciendo como principal fuerza laboral a los fundos y actividades agroindustriales de los valles de cañete, pisco, chincha, como en la pesca, en la avícola, en fábricas, pequeños comercios ambulatórios, trabajos en instituciones estatales y privadas y otras actividades económicas.

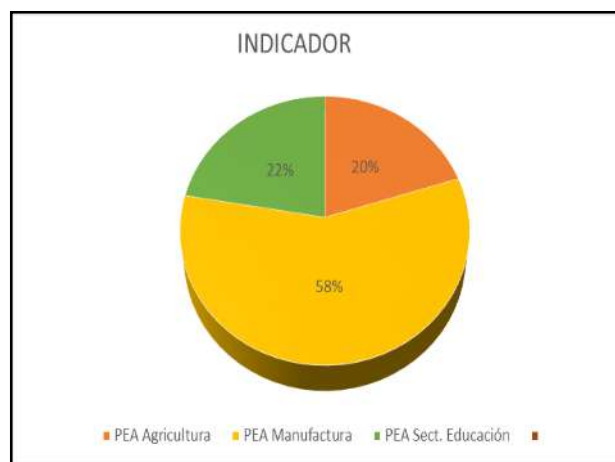
3.1.1.3.- Población

El INEI la población al 2017 es de 63,163 Hab., para efectos de este estudio es considerada la población usuaria del proyecto, podemos definir que la población directamente identificada de acuerdo al PEA será: **PEA Manufactura** (personal que labora en las fábricas textiles, Copeco, Topitop, Del valle, Prolan, etc.), **PEA Agricultura** (personal que labora en las fábricas agroexportadoras, Fruchincha, La Calera, Viru, Beta, etc.), **PEA Sect. Educación** (personal que labora en las diferentes instituciones públicas o privadas),

Tabla 3 - PEA Distrital

| Indicador | Pueblo Nuevo |
|---------------------|-----------------|
| Pea | 23,209.00 |
| PEA Agricultura | 1,568.00 |
| PEA Manufactura | 4,471.00 |
| PEA Sect. Educación | 1,736.00 |
| TOTAL | 7,775.00 |

Fuente: PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021



Análisis: Elaboración Propia

3.1.1.4.- Dinámica económica

Como actividad principal el distrito de Pueblo Nuevo tiene: al Comercio, la agricultura, la industria, crianzas, principalmente de aves, artesanías y otras. Entre las principales e importantes industrias tenemos el textil, cuya producción está dirigida para la exportación. Una de las actividades que evidencia crecimiento en la producción avícola, y poco a poco se fortalecen y consolidan mas. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

Por otra parte, la agricultura, aunque se haya desarrollado en espacios pequeños, siempre muestran buena producción frutícola variadas en hortalizas y menestras. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

Tabla 4 - Población Económicamente Activa Por Distrito

| Indicador | Pueblo Nuevo | Medida | Año |
|------------------------------|--------------|----------|------|
| Población estimada | 63 163 | Personas | 2017 |
| Población joven que trabaja | 36 825 | Personas | 2014 |
| PEA | 23 209 | Personas | 2007 |
| PEA Ocupada | 23 209 | Personas | 2007 |
| PEA Adm. Publica y Defensa | 595 | Personas | 2007 |
| PEA Agricultura | 1 568 | Personas | 2007 |
| PEA Pesca | 71 | Personas | 2007 |
| PEA Minería | 53 | Personas | 2007 |
| PEA Manufactura | 4 471 | Personas | 2007 |
| PEA Sect. Educación | 1 736 | Personas | 2007 |
| PEA Electricidad, Gas y Agua | 48 | Personas | 2007 |
| PEA Construcción | 1 788 | Personas | 2007 |
| PEA Rest. Y Hoteles | 747 | Personas | 2007 |
| PEA Trans. Y Comunicaciones | 2 282 | Personas | 2007 |
| PEA Sect. Financiero | 71 | Personas | 2007 |
| PEA Sect. Inmobiliario | 794 | Personas | 2007 |
| PEA desocupada | 988 | Personas | 2007 |

Fuente: PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021

3.1.2.- Los actores sociales vinculados al proyecto.

3.1.2.1.- La institución promotora o beneficiaria del proyecto y su rol en la ciudad.

Reseña histórica de la Institución

El distrito de Pueblo Nuevo se creó según Ley 15414 de fecha 29 de enero de 1965, en el gobierno del Sr. Fernando Belaunde Terry, eligiendo por voto popular el 13 de noviembre de 1966 a su primer Alcalde el Sr. Julio Gallegos Ramírez. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

En concordancia con el plan de desarrollo concertado proyecta una visión al 2021 con el lema que dice: **“PUEBLO NUEVO CIUDAD DE TODAS LAS SANGRES, ORGANIZADA, SEGURA, COMERCIAL Y TURISTICA”.**

Motivación y expectativas con respecto al proyecto

Esta investigación tiene como motivación principal los ejes de desarrollo del Plan de Desarrollo Concertado de Pueblo Nuevo, constituyendo los elementos básicos, del segundo eje como es el desarrollo económico y en uno de sus objetivos estratégicos, proponen que el distrito tenga potencial en centros comercial y destinos turísticos. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

Caracterización de los usuarios potenciales del proyecto

Es importante clasificar el tipo de usuario potencial que asistirá al centro comercial, con el objetivo de fijar dimensiones, afluencias y accesos para una buena organización y funcionamiento.

En una conferencia de Jordi Borja, se expuso que la creación de espacios públicos, no solo se debe tener en

cuenta la opinión de los creadores, sino también el de los actores sociales como los comerciantes, vecinos porque ellos serán el usuario final, y porque un espacio público se crea principalmente a partir de la participación.

De esta manera se pretende lograr un proyecto comercial que brinde, servicios como comprar, diversión, entretenimiento, socializar, esparcimiento a toda la población del distrito, provincia, región, para que asista al centro comercial, brindando seguridad, estabilidad, tranquilidad, confort.

A. Usuarios permanentes y temporales del complejo, zona de uso público.

a. Usuarios permanentes

Son aquellas personas que se encargan del buen funcionamiento y dirección de la actividad comercial. Aquellas personas que hacen su trabajo en distintas áreas como se detalla a continuación:

- Área administrativa
- Área de limpieza
- Área de abastecimiento
- Área de vigilancia
- Agentes Bancarios
- Personal en ventas y atención al público.

b. Usuarios temporales

Son aquellas personas de clase media y baja que asisten al establecimiento para realizar actividades de ocio, recreación para disfrutar del espacio con toda la comodidad, seguridad y confort.

3.1.2.2.- Los actores y agentes sociales vinculados al proyecto

Tabla 5 - Matriz de actores

| MATRIZ DE ACTORES | | | |
|--|----------------|----------------|-------------------|
| ACTOR | ENTIDAD | ROL | FUNCION |
| Municipalidad Provincial de Chincha | Gobierno | Administrativo | Inversión/Control |
| Municipalidad del Distrito de Pueblo Nuevo | Gobierno | Administrativo | Inversión/Control |
| Gobierno Regional de Ica | Gobierno | Administrativo | Inversión |
| Inversionistas Privados | Privada | Administrativo | Inversión |
| DIRCETUR | Publica | Publica | Jurídica |

Tabla 6 - Matriz de agentes sociales

| MATRIZ DE AGENTES | | |
|---|------------------|----------------|
| ACTOR | ROL | FUNCION |
| Poblador de Pueblo Nuevo - Chincha | Comprar/trabajar | Usuario |
| Personal del Centro Comercial | Trabajar | Usuario |
| Compradores | Comprar | Usuario |
| Comensales | Comer | Usuario |
| Visitantes | Ocio | Usuario |
| Otros | Ocio | Usuario |

Tabla 7 - Mapa de actores sociales

| MAPA DE ACTORES SOCIALES | | | |
|---|-----------------------------------|--------------------------------|--|
| ACTOR | PERSONA ENCARGADA | TELEFONO | CORREO / WEB |
| Alcalde de Chincha | Ing. Cesar Antonio Carranza Falla | (056) 267627 | www.municipalidadchincha.gob.pe |
| Alcalde de Pueblo Nuevo | Lic. Hugo Buendía Guerrero | (056) 580548 | municipalidad@munipnuevochincha.gob.pe |
| Gobernador Regional de Ica | Ing. Fernando Cilloniz Benavides | (056) 237348 - (056) 228200 | fcilloniz@regionica.gob.pe |
| Director Regional Comercio Exterior y Turismo | Ing. Edgar Alan Watkin Sejuro | (056) 228200 | ewatkin@regionica.gob.pe |

Estatus Legal:

La determinación del área, al ser un predio rural se obtuvo la información técnica del terreno de la base catastral de Chíncha. El terreno con unidad catastral N°00106, tiene un área de 106,859.71m² (10.6 Ha).

La propiedad inscrita se encuentra en preparación/descanso. Teniendo en cuenta que el área es muy extensa para el desarrollo del proyecto, se deberá evaluar la posible subdivisión de lote.

No existen edificaciones en el terreno ni edificaciones vecinas, según el Plan de desarrollo Urbano, el terreno elegido no se encuentra dentro del casco urbano y del área urbana consolidada, por lo tanto no cuenta con parámetros urbanos arquitectónicos, para el desarrollo de este proyecto se asumirá los parámetros urbanos arquitectónicos según reglamento de Acondicionamiento Territorial y Desarrollo Urbano, según D.S. N°027-2003-VIVIENDA.

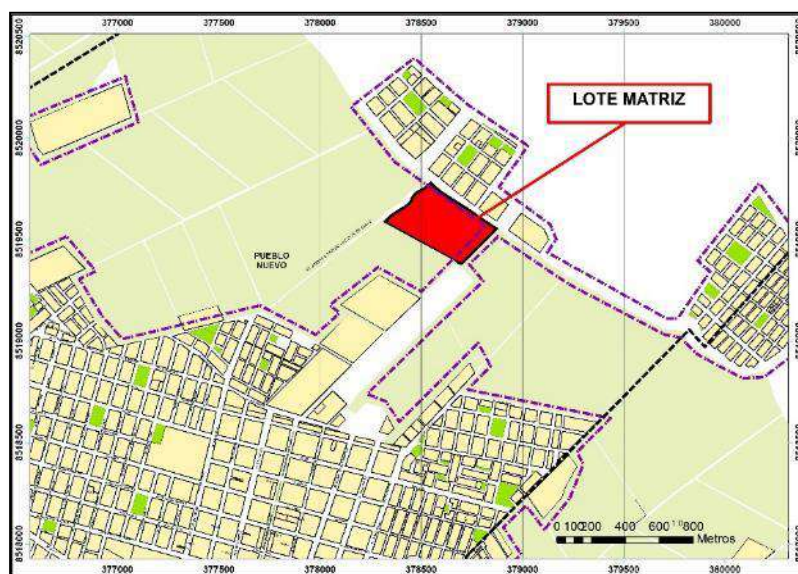


Ilustración: Predio Matriz PDC 2011
Análisis: Elaboración Propia

La subdivisión de lotes da como resultado en el Lote A un área total de 55,050.58 m² y en el Lote B un área de total de 51,809.20 m².

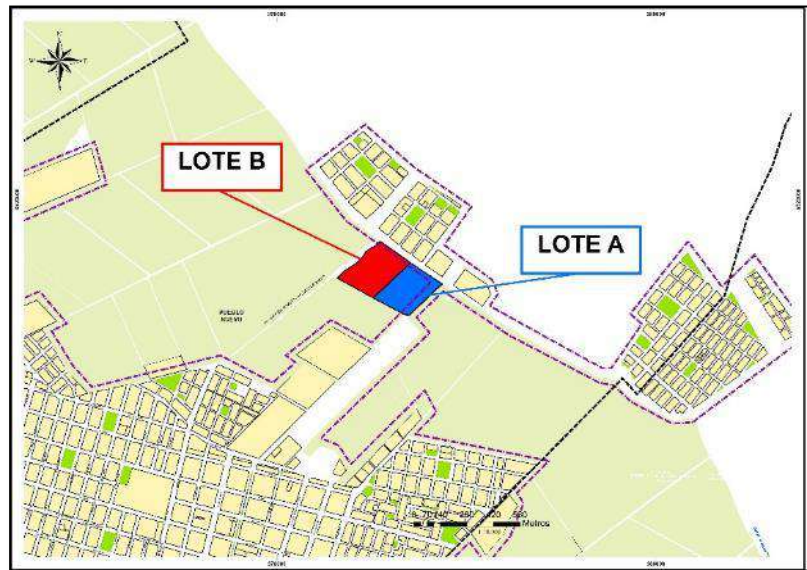


Ilustración: Predio Matriz PDC 2011
Análisis: Elaboración Propia

3.1.3.2.- Valor económico, histórico, artístico, y/o paisajístico del lugar

Valor Económico:

En el distrito de Pueblo nuevo, donde está localizado el terreno, el m² tiene un costo aproximado de US\$ 75,000.00

El terreno tiene un área de 55,050.58 m² por ende el costo sería de US\$ 412,500.00.

3.1.3.3.- Análisis locacional

Alternativas de localización y ubicación

Alternativa de Terreno 1:

El terreno analizado está ubicado al Norte de la Plaza Central del distrito de Pueblo Nuevo, entre la Av. Víctor Andrés Belaunde y la Av. La Paz, de U.C. N°00106, Lote A cerca a la vía pública que llega desde el centro de la ciudad de Chincha, considerado corredor comercial según PDC Pueblo Nuevo.

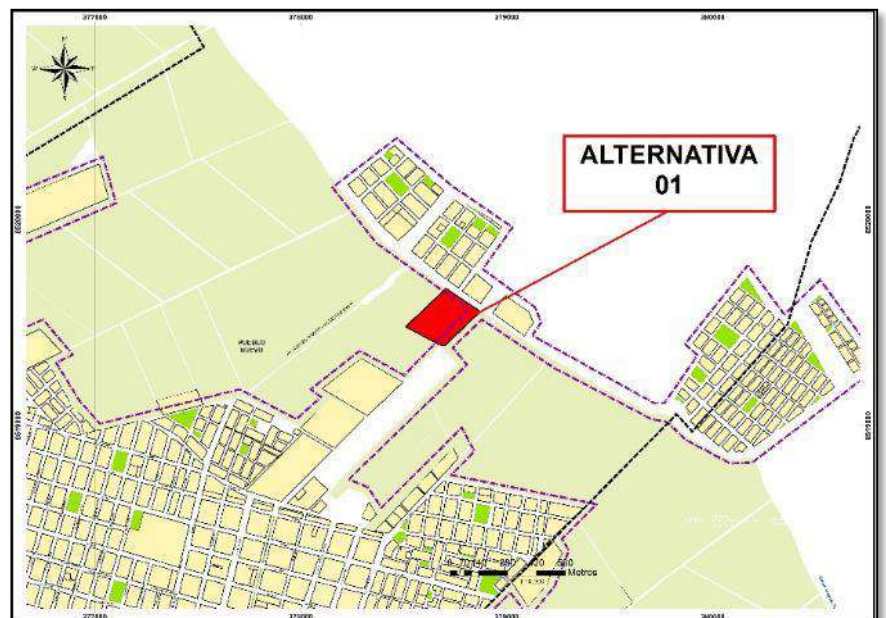


Ilustración: Predio Matriz PDC 2011

Análisis: Elaboración Propia

Alternativa de Terreno 2:

El terreno analizado está ubicado al Norte Este de la Plaza Central del distrito de Pueblo Nuevo, en la Prolong. Av. Artemio Molina.

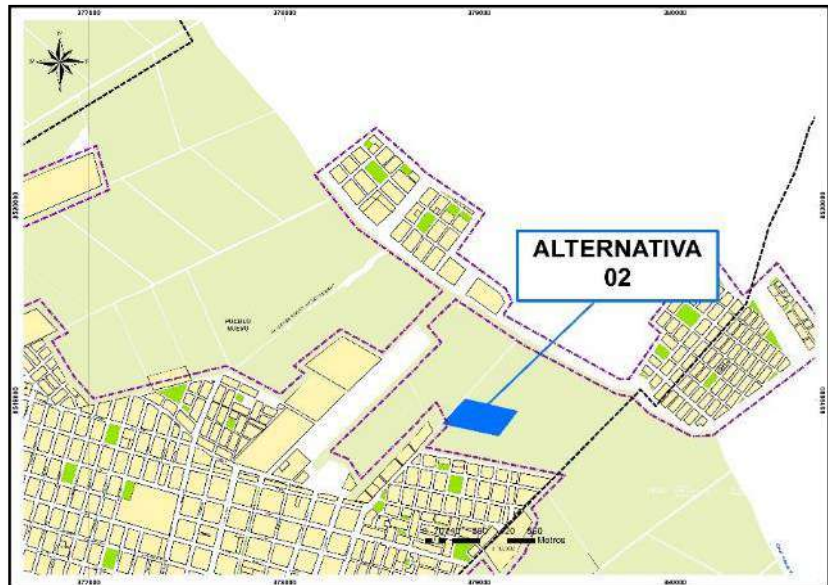


Ilustración: Predio Matriz PDC 2011

Análisis: Elaboración Propia

Definición de criterios de localización

- ***Accesibilidad:***
Este ítem de valoración, está referido a la permeabilidad del terreno en referencia de vías principales.
- ***Saneamiento:***
Este ítem de valoración, está referido a la capacidad del terreno a ser habilitado, y si se encuentra registrado en la Sunarp, así como no se encuentra registrado dentro del INC (Instituto Nacional de Cultura)
- ***Uso de Suelo:***
Este ítem de valoración, está referido al actual que dispone el suelo, ya sea residencial, comercial, industrial, agrícola, etc.
- ***Infraestructura Vial:***

Este ítem de valoración, está referido al nivel de conservación y estado de las vías que conectan a los terrenos en condiciones de propuestas.

- **Infraestructura Pública:**

Este ítem de valoración, está referido a la distancia del proyecto a Instituciones tales como Educación, Salud, Policía Nacional, etc.

- **Movilidad Urbana:**

Este ítem de valoración, está referido al acceso desde cualquier punto de la ciudad por diferentes medios de transporte así sea vehicular o peatonal.

- **Comercio:**

Este ítem de valoración, está referido al radio de influencia de comercio de diferentes tipos.

Matriz de ponderación

Propuesta N° 01

Ubicación:

Por el Norte: Con línea recta en tres tramos que miden 43.47 m.l., 81.19 m.l., 91.93 m.l., colindando con Av. La Paz.

Por el Este : Con una línea recta que mide 238.43 m.l., colindando con Av. Víctor Andrés Belaunde.

Por el Oeste : Con una línea recta que mide 267.52 m.l., colindando con Sub lote B.

Por el Sur : Con una línea recta en cuatro tramos que miden 6.42 m.l., 7.52 m.l., 10.40 m.l., 205.45 m.l., colindando con la U.C. N°65204.



Ilustración: Predio Matriz PDC 2011

Análisis: Elaboración Propia

Criterio de Puntaje:

| PUNTAJE (DE MENOS A MAS SEGÚN CRITERIO) | | | | | |
|---|---|---|--------------------------------|---|---|
| X | X | X | X | X | X |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| NO POSEE CRITERIO | | | POSEE CRITERIO EN SU TOTALIDAD | | |

Matriz:

| Matriz de Ponderación (Terreno N° 01) | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Criterio / Valor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACCESIBILIDAD | | | | | X |
| SANEAMIENTO | | | | X | |
| USO DE SUELO | X | | | | |
| INFRAESTRUCTURA VIAL | | | | | X |
| INFRAESTRUCTURA PUBLICA | | | | X | |
| MOBILIDAD URBANA | | | | X | |
| COMERCIO | | | | | X |

Datos:

- Área Total : 5 5050 Ha
- Valor Total: 28 puntos

Propuesta N° 02

Ubicación:

POR EL NORTE : Con una línea recta que mide 268.00 m.l., colindando con Propiedad de Terceros.

POR EL ESTE : Con una línea recta que mide 169.00 m.l., colindando con Propiedad de Terceros.

POR EL OESTE : Con una línea recta que mide 177.00 m.l., colindando con la Prolg. Av. Artemio Molina

POR SUR : Con una línea recta que mide 297.00 m.l., colindando con Propiedad de Terceros.

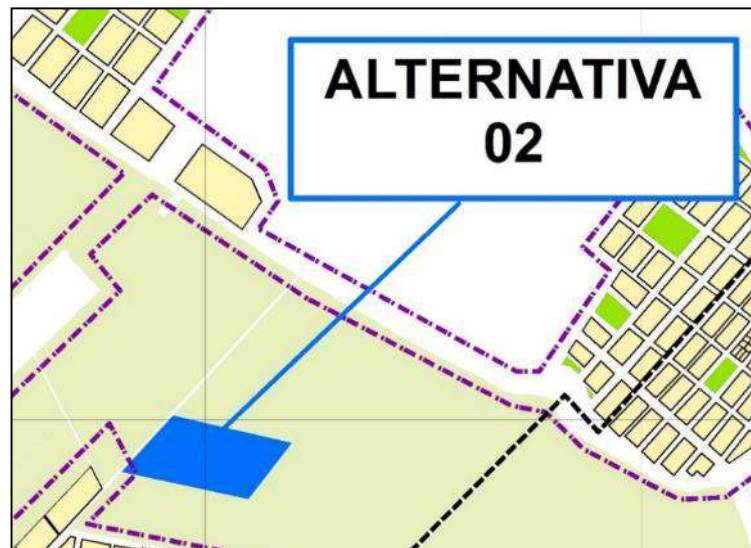


Ilustración: Predio Matriz PDC 2011

Análisis: Elaboración Propia

Criterio de Puntaje:

| PUNTAJE (DE MENOS A MAS SEGÚN CRITERIO) | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| X | X | X | X | X | X |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| NO POSEE CRITERIO | | | POSEE CRITERIO EN SU TOTALIDAD | | |

Matriz:

| Matriz de Ponderación (Terreno N° 02) | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Criterio / Valor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACCESIBILIDAD | | | x | | |
| SANEAMIENTO | | | x | | |
| USO DE SUELO | x | | | | |
| INFRAESTRUCTURA VIAL | | | x | | |
| INFRAESTRUCTURA PUBLICA | | | | x | |
| MOBILIDAD URBANA | | | | x | |
| COMERCIO | | x | | | |

Datos:

- Área Total: 4 0000 Ha
- Valor Total: 20 puntos

Discusión de resultados y toma de decisiones

En el análisis cuantitativo de puntajes se considera que la **Propuesta N° 01**, muestra el mayor puntaje, esto debido a que se muestra como un terreno de gran accesibilidad, a través de una gran avenida. Está completamente saneado ya que cuenta con Código único catastral, el uso de suelo actual no está considerado ya que no está considerado dentro del área de consolidación urbana y esto facilitara gestionar los permisos Municipales y proponer parámetros de acuerdo a las normativas.

3.2.- Condiciones físicas de la ciudad

3.2.1.- Territorio

3.2.1.1.- Orografía, topografía y relieves

El distrito de Pueblo Nuevo está asentado sobre una topografía plana, ya que antes que sea habitada eran pampas de agricultura y poco a poco fue nivelado con máquinas para desarrollar con más fuerza la agricultura, pues tenían cerca los canales de irrigación, pero aun así la escases de agua hizo que no pudieran preparar más la tierra y desarrollar la agricultura en todo el sector.

Es por eso que, según sus características geográficas, se diseñaron las vías con avenidas y calles amplias.

El suelo se clasifica en su mayoría en suelo areno arcilloso con piedras.

3.2.1.2.- Geología

El distrito de Pueblo Nuevo está asentado sobre un suelo eriazo, porque siempre fueron pampas desérticas abandonadas.

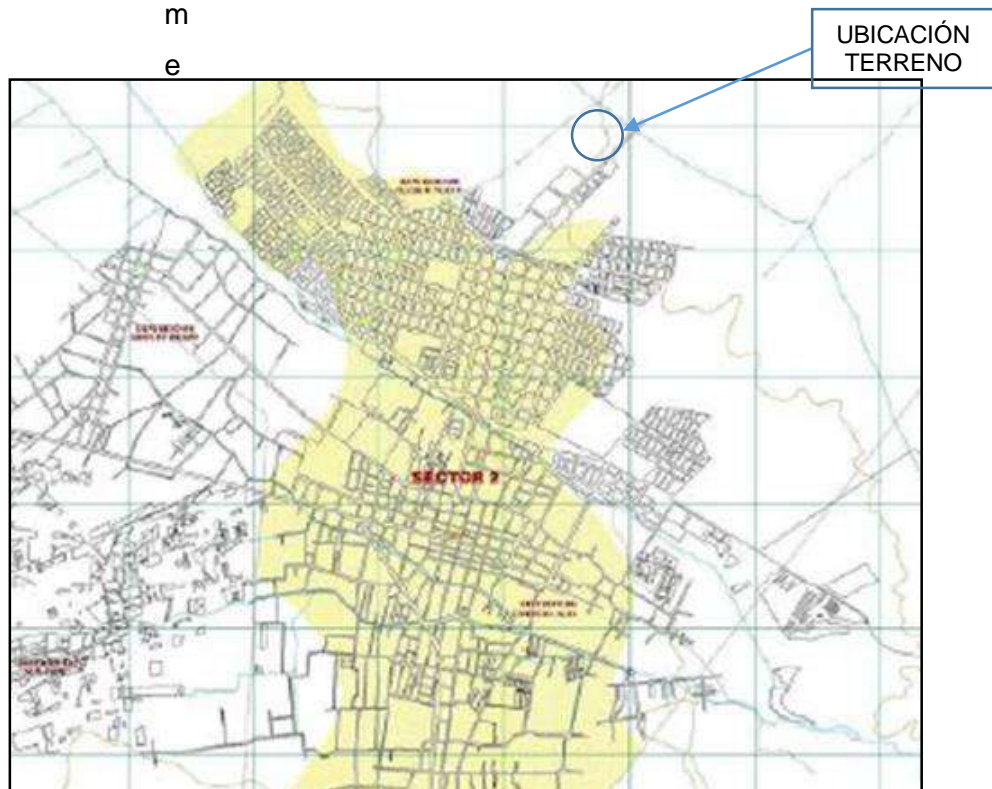
Estas pampas se formaron con los rellenos de aluviones que provenían de las quebradas cercanas de las cordilleras del valle, por ser terrenos planos carente de pendiente, era favorable para que se formen de manera rápida los diferentes asentamientos humanos, conformada en su mayoría por grupos de familia emigrantes originarios de las zonas andinas. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

3.2.1.3.- Sismología

El mapa de peligros de Chincha, muestra que el distrito de Pueblo Nuevo está ubicado en un espacio catalogado como Zona de peligro medio, por lo tanto, está expuesto a sismos e inundaciones de desbordo de canales de regadío. La zona de riesgo medio abarca el casco urbano, hasta la altura del colegio Horacio Zevallos, el cementerio general, el estadio Félix Tardío, La Upis Keiko Sofía, la Urb. Fernando León de Vivero, etc.

Tal como indica el mapa de peligros de Chincha, no señala el área donde estará ubicado el proyecto, como zona de peligro

m
e



PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021



Zona de peligro
medio

3.2.1.4.- Masas y/o cursos de agua superficial

El recurso del agua en toda la provincia de Chincha, tiene un sistema hidrográfico proveniente del río San Juan, río matagente chico y las quebradas. El agua subterránea es extraída por medio de pozos tubulares y galerías filtrantes, las aguas superficiales del río san juan y matagente chico es de carácter temporal y estacionario que convergen a la cuenca de los ríos y solo se aceleran a la correcta precipitación pluvial.



Vista Panorámica de los Ríos de Chincha.
Fuente: Dirección Regional Agraria Ica.

3.2.1.5.- Aguas freáticas

La existencia de este recurso, se basa en la magnitud de las aguas superficiales y de las lagunas, existe agua subterránea por explotación de algunos pozos. Este recurso hídrico en el distrito es intensamente escaso, producto de la sequía en los últimos años. La profundidad de la napa freática desciende más de un metro cada año, según un estudio por la **(Muñoz, 2015, p. 47, 66)**.

3.2.2.- Clima

3.2.2.1.- Componentes meteorológicos

En la costa peruana, se distingue dos estaciones, la primavera – verano durante los meses setiembre – marzo, con abundante calor, una temperatura que oscila en 28.3° C. y en los meses de abril – mayo marcando un clima templado, seco, soleado en bajas temperaturas.

El invierno de junio a diciembre, con lluvias, vientos, mucho frío llegando a una temperatura mínima de 8.4° C.

La temperatura oscila entre 8.4 C y 28.3° C

3.2.2.2.- Componentes energéticos

- Humedad Promedio : 70%
- Temperatura promedio anual : 19.5° C.
- Temperatura máxima : 28.3° C.
- Temperatura mínima : 8.4° C.
- Altitud Promedio : 126 m.n.s.m.
- Velocidad Máxima del viento : 4 y 17 m/s
- Precipitación pluvial : Junio- Agosto

Temperatura

El promedio de la temperatura anual es de 19.5° C. teniendo como máxima 28.3°C en febrero y como mínima de 8.4° C. registrada en junio. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

Mientras que en todo el año predomina el sol, con la presencia de vientos fríos en las mañanas y noches durante el invierno. **(PDC Pueblo Nuevo 2011 – 2021).**

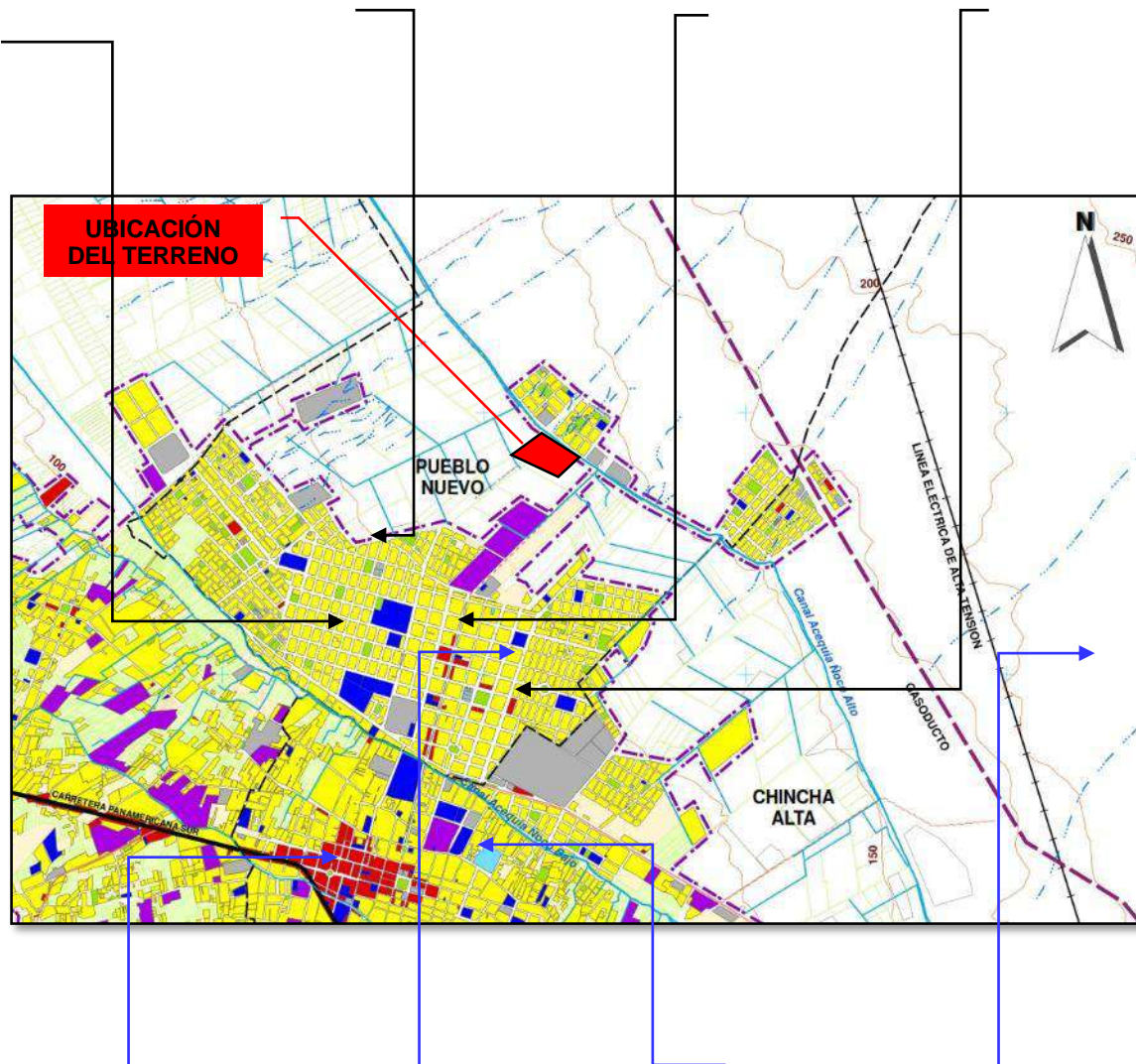
Viento

Habitualmente, la dirección de los vientos en todo el litoral costero es regular, la velocidad en todo el año es débil, excepto excepciones que estimulan vientos de mediana a fuerte intensidad. Las direcciones sobresalientes son de sur este y nor oeste, con velocidades entre 4 y 17 m/s.

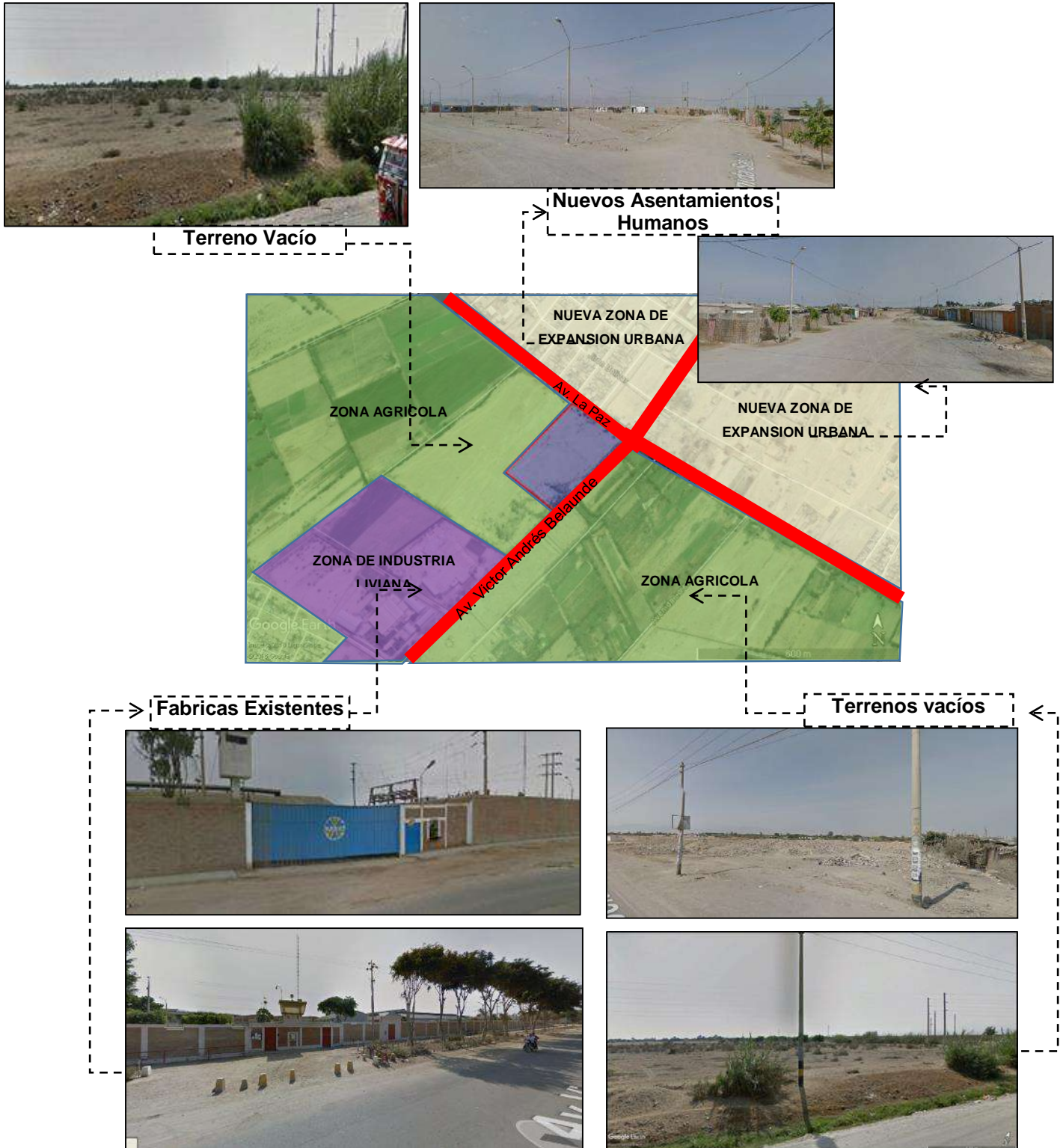
Es común que la velocidad del viento sea mayor en el día que en la noche. Teniendo como máxima velocidad las primeras horas de la tarde y como mínima las primeras horas de la mañana, antes de que salga el sol. Es por ello que existen estas variaciones durante el día por la convección originada por el calentamiento del aire, haciendo producir intercambio en los niveles bajos y altos, con una distribución vertical similar a la velocidad del viento.

3.2.3.- Paisaje urbano

3.2.3.1.- Aspectos generales del entorno mediano



3.2.3.2.- Aspectos particulares del entorno inmediato



3.3.- Actividades Urbanas

3.3.1.- Servicios Públicos

- **Agua**

La administración EPS SEMAPACH S.A, es la encargada del abastecimiento de agua y alcantarillado, con reservorios y pozos para que abastezcan toda la provincia de Chincha, siendo Pueblo Nuevo uno de sus distritos a la que tiene que abastecer de agua potable, agua de los reservorios que es conducida hacia una estación de bombeo, destinada para este distrito. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

- **Alcantarillado**

El sistema de alcantarillado en el distrito de Pueblo Nuevo es conducido por gravedad hacia cuatro lagunas de estabilización, que están ubicadas al sur de la ciudad, colindando con el sector industrial, de las cuales dos son primarias y dos secundarias. Estas algunas están diseñadas para recepcionar un caudal de 210lts/seg, recibiendo en la actualidad 245 lts/Seg. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

- **Residuos Sólidos**

Según indicadores establecidos por OPS Y CEPAL, la generación de residuos sólidos, al año se estima que, para la zona urbana del distrito de Pueblo Nuevo, se produzca un total aproximado de residuos sólidos domésticos de 68.3 Tns/día, y son depositados normalmente en el botadero del Distrito de Pueblo Nuevo. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

- **Energía Eléctrica**

La energía eléctrica en la zona del proyecto esta concesionada en su magnitud por la empresa concesionaria ELECTRODUNAS.

3.3.2.- Equipamiento urbano

Educación:

En el último Censo Nacional del 2007, el 25.13% de los pobladores solo tiene estudios primarios, mientras que el 40.01% tiene estudios secundarios, el 6.83% ha culminado sus estudios superiores incompletos, el 9.59% ha culminado sus estudios superiores no universitarios. De la misma manera el 3.70% de la población tiene estudios superiores universitarios, llegando a la conclusión que para el año 2007, el distrito de Pueblo Nuevo tiene una población de 11,911 con estudios superiores. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

De la misma manera en el año 2007, se llegó a la conclusión que 927 personas de 15 años a mas, son analfabetos. De ellos 197 son varones y 730 son mujeres, teniendo una tasa de analfabetismo en el distrito de Pueblo Nuevo de 2,6. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

Vivienda:

En el año 2007 según el Censo Nacional de Población y vivienda, el distrito de Pueblo Nuevo cuenta con 12,458 viviendas, de las que, 11,384 son viviendas independientes, 14 son edificios de departamentos, 28 viviendas en quinta, 34 viviendas en casa vecindad, 1,915 viviendas informales y 83 diferente forma de vivienda. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

INDECI, reporta que, al 20 de noviembre del 2007, el sismo del 15 de agosto destruyo 4,390 viviendas, dejando inhabilitadas 2,620 viviendas, haciendo un total de viviendas por reconstruir 7,010. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

Salud:

El distrito de Pueblo Nuevo cuenta con Establecimientos de salud en el centro del distrito y con puestos de salud en algunos centros poblados. **(PDC Pueblo Nuevo, 2011 - 2021).**

Equipamiento Urbano- Elaboración Propia

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PÚBLICO CHINCHA



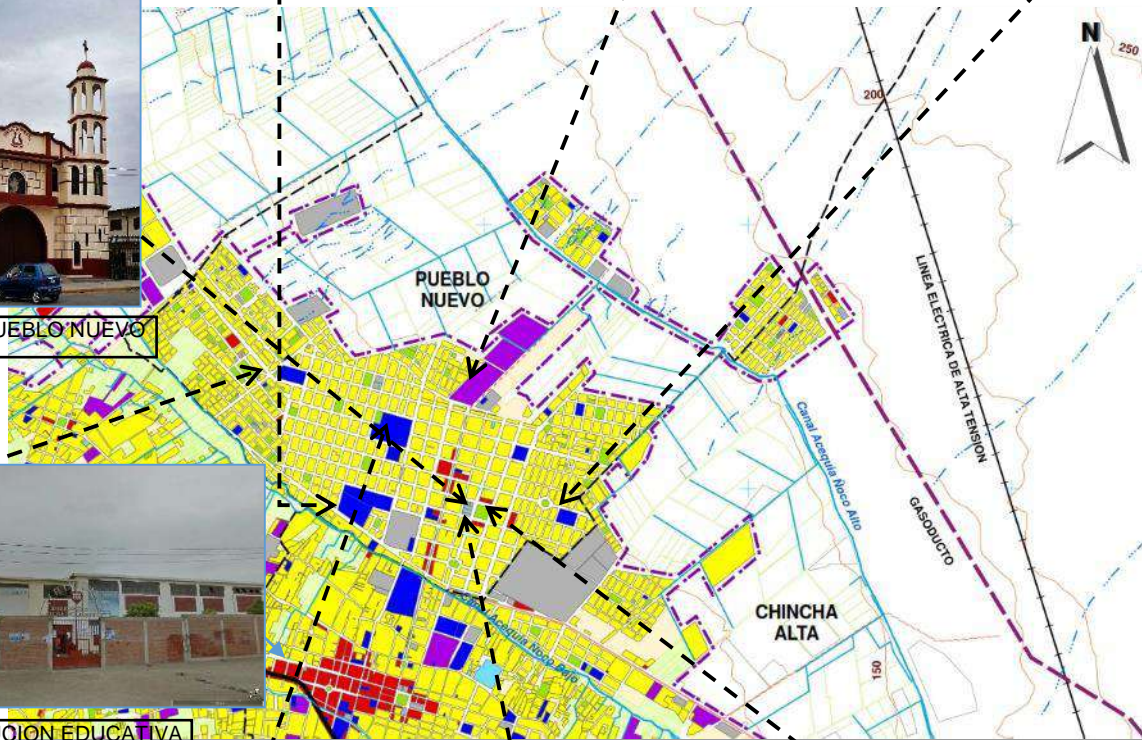
FABRICAS DE INDUSTRIA LIVIANA



INSTITUCION EDUCATIVA HORACIO ZEBALLOS GAMEZ



IGLESIA PUEBLO NUEVO



INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA



PUESTO DE SALUD – SAN ISIDRO



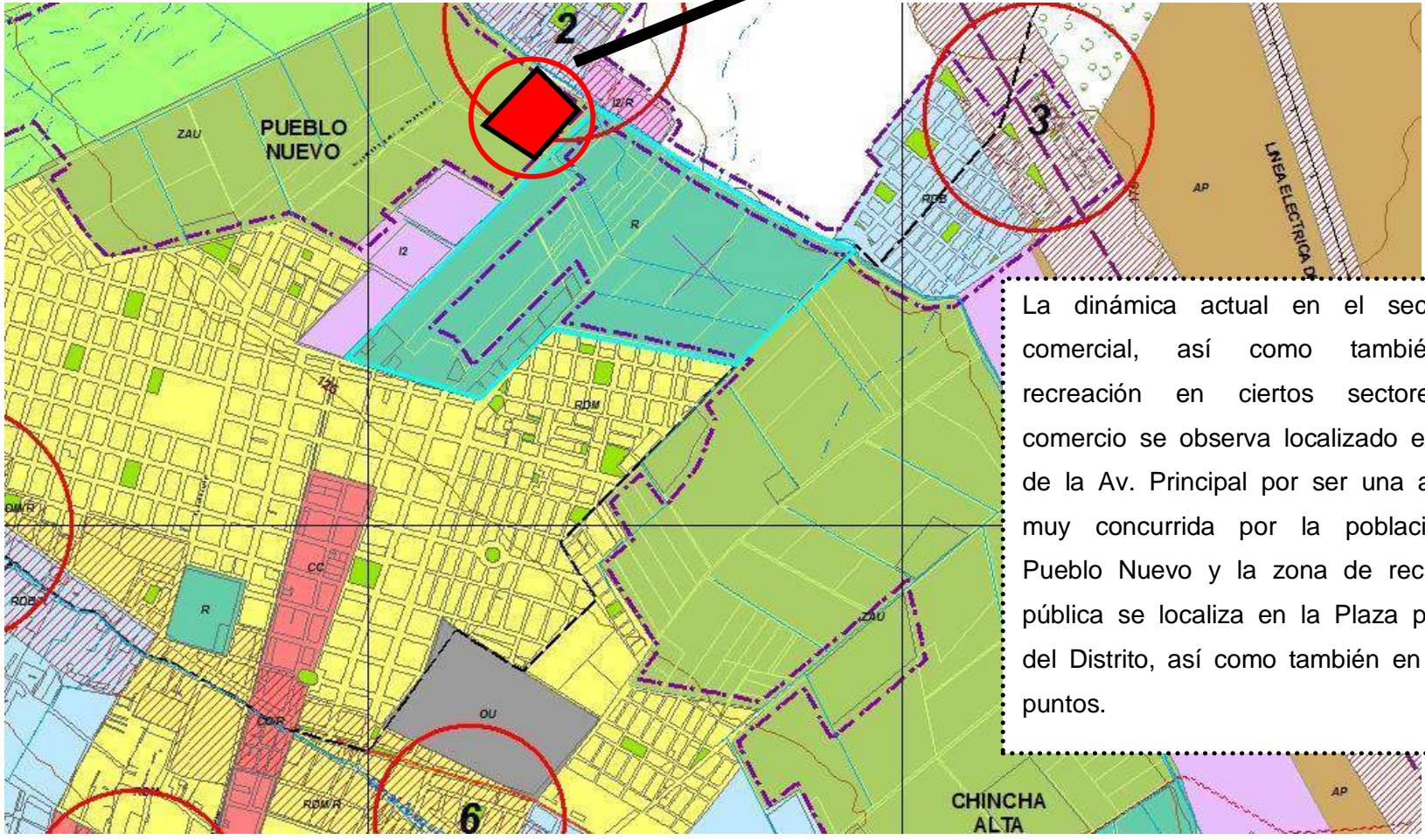
CENTRO DE SALUD



FARMACIAS, BAR, RESTAURANTES

3.3.3.- Dinámica actual de uso del espacio urbano

UBICACIÓN DEL PROYECTO



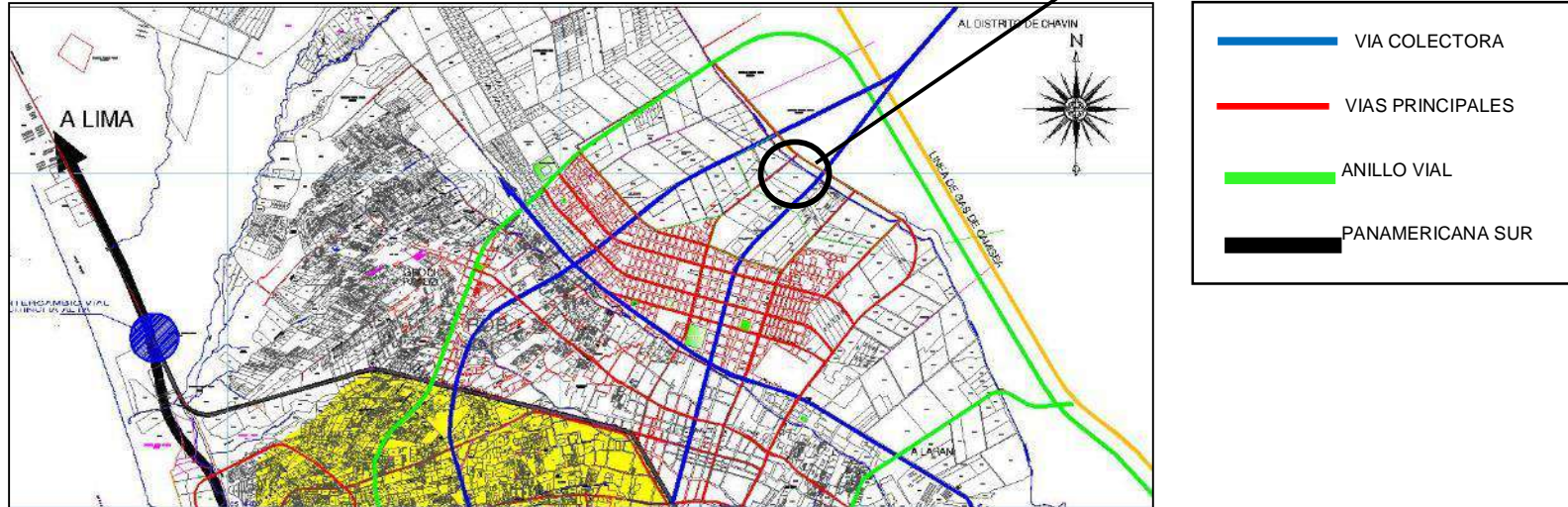
La dinámica actual en el sector es comercial, así como también de recreación en ciertos sectores. El comercio se observa localizado en zona de la Av. Principal por ser una avenida muy concurrida por la población de Pueblo Nuevo y la zona de recreación pública se localiza en la Plaza principal del Distrito, así como también en ciertos puntos.

Fuente: PDU CHINCHA

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"
AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

UBICACIÓN DEL
PROYECTO

3.3.4.- Vialidad y transporte



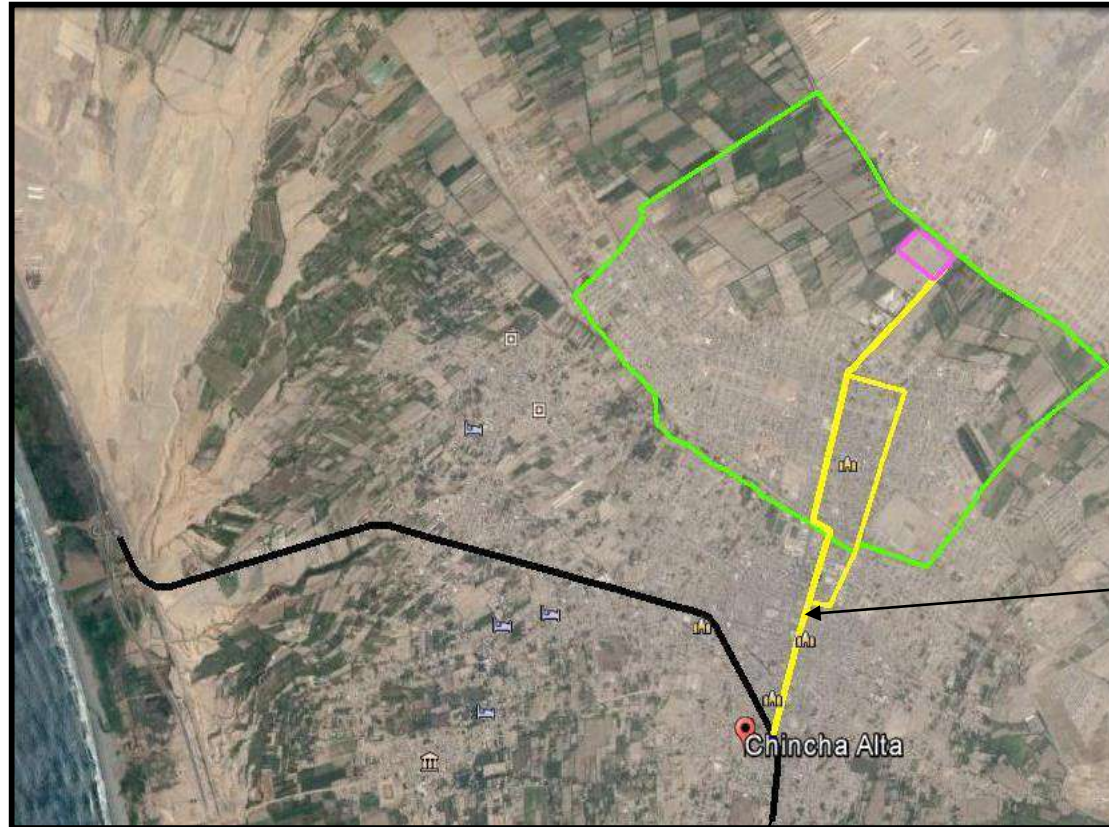
Fuente: PDU- Chincha

Este proyecto generara un impacto en cuanto al flujo de personas, teniendo como vía principal, una vía colectora según el PDU- CHINCHA, que empieza desde la panamericana sur, pasando por el centro de chincha, hasta conectarse con una de las vías principales del distrito como es la Av. Víctor Andrés Belaunde, que llega hasta donde estará ubicado el proyecto.

Teniendo así una adecuada accesibilidad al proyecto.

El flujo vehicular en la vía principal será de vehículos privados, taxis, moto taxis, buses.

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"
AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



UBICACIÓN PROYECTO

DELIMITACION DEL DISTRITO

PANAMERICANA SUR

VIAS RAPIDAS DESDE PUNTOS ESTRATEGICOS

PROPUESTA DE COMO LLEGAR AL PROYECTO DESDE EL CENTRO DE CHINCHA
Tomando Jr. Los Ángeles, hasta la Av. Abelardo Alba Maurtua, doblando hacia la derecha hacia la calle san Carlos, cruza la Av. Progreso, ingresando a la Av. Artemio Molina, dobla a la izquierda por el Jr. Arica, ingresando a la Av. Víctor Andrés Belaunde, la última cuadra y ahí estará ubicado el proyecto.

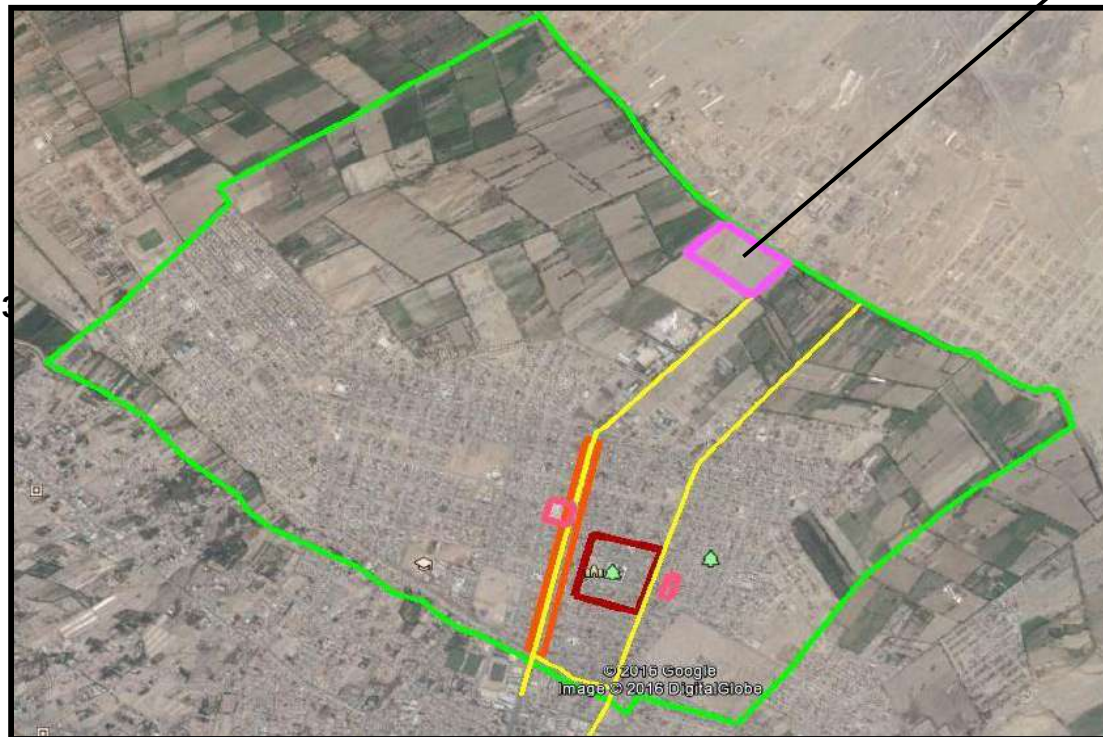
Ingreso desde la Panamericana Sur, para las personas que vengan de Pisco, Ica y otros lugares hacia el sur. Entrar por la prolongación Grau, cruza la avenida San Idelfonso, Av. Luis Masaro, Av. Luis Gálvez Ronceros, llega a la plaza de armas de Chinchipe, sube por Jr. Los Ángeles, dobla a la izquierda entran a la Av. Unión, y dobla a la Av. Víctor Andrés Belaunde, última cuadra, cruce con el Jr. Arica, hasta la última cuadra y ahí estará ubicado el proyecto.

PROPUESTA DE COMO LLEGAR AL PROYECTO DESDE LA PANAMERICANA SUR

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"
AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

3.3.5.- Comercialización y abastecimiento

UBICACIÓN DEL PROYECTO



Comercio Central: localizada en la zona central del distrito, se caracteriza por la concentración de establecimientos de productos e insumos para el uso doméstico, por ejemplo: bodegas, farmacias, tiendas abarrotes, panadería, restaurantes, bar, pollerías.

Comercio Lineal: Se localiza hacia ambos lados de la avenida principal y se caracteriza por la comercialización de productos e insumos doméstico, agroindustrial, adicionalmente servicios vinculados al parque automotor y maquinaria de carga pesada. Por ejemplo: pollerías, restaurantes, bodegas, grifos, servicio automotriz, bar.

Comercio Disperso: Se localiza de manera dispersa, se caracteriza por la comercialización especialmente de artículos de primera necesidad. Por ejemplo: mercado minorista, mercadillo de Santa rosa.

VIAS PRINCIPALES, que comunica al Distrito de chincha alta con Pueblo Nuevo.
Delimitación del Distrito de Pueblo Nuevo.

3.4.- Normatividad Vigente

3.4.1.- Reglamento Nacional de Edificaciones

Para el desarrollo del proyecto Centro Comercial, se tendrá en cuenta las siguientes normas legales vigentes (RNE)

- ❖ NORMA TH.010 Consideraciones Generales.
- ❖ NORMA TH.020 Habilitaciones Para Uso Comercial.
- ❖ NORMA A.120 Accesibilidad Para Personas Con Discapacidad y de las Personas Adultas Mayores.
- ❖ NORMA A.130 Criterios Básicos de Seguridad.
- ❖ NORMA A.070 Comercio.

3.4.2.- Municipalidad Provincial

- ❖ Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N°27972. Art.83
- ❖ Plan de desarrollo de Urbano de Chincha
- ❖ Plan de Desarrollo concertado de Chincha

3.4.3.- Municipalidad Distrital

- ❖ Plan de desarrollo Concertado de Pueblo Nuevo

3.4.4.- Ministerio de Cultura (INC)

- ❖ No se encuentra zona de patrimonio cultural

3.4.5.- Otras Regulaciones Especiales

- ❖ No se encuentra en zona de Usos Especiales

3.5.- Lineamientos de intervención en edificaciones existentes

3.5.1.- Consideraciones generales

El terreno definido para el proyecto tiene las siguientes características:

Se encuentra en una zona de nueva expansión, teniendo así que proponer los parámetros urbanísticos edificatorios, para consolidar el proyecto.

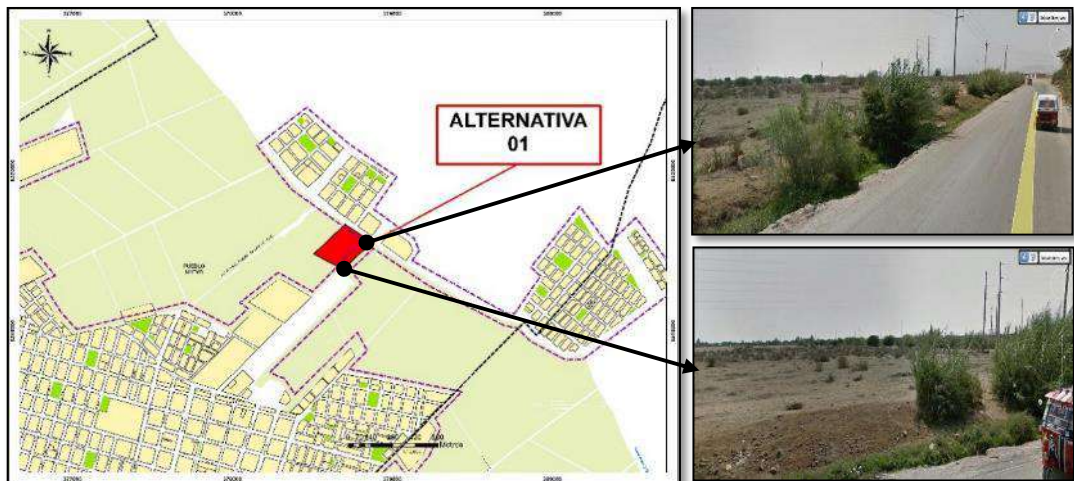
Se encuentra en un lugar que a futuro será considerado como corredor vial comercial, porque en la actualidad esa vía nace desde el centro de Chincha, teniendo un comercio muy fluido y marcado.

La accesibilidad es muy factible, permitiendo el ingreso peatonal, vehicular (autos, taxis, motos, etc.) hacia el terreno por cualquiera de las vías que circundan el terreno.

Su topografía es plana con cierto desnivel, sobre todo con un suelo adecuado para edificar.

No tiene uso de suelo, porque está fuera del casco urbano y el área urbana consolidada, llegando a considerar como zona de expansión urbana a futuro, por ello se tendrá que proponer los parámetros según reglamentos.

El proyecto está considerado en un sector de crecimiento urbano y la existencia de terrenos eriazos, vacíos, permitirá una planificación de un corredor vial comercial y turístico, llegando a consolidar esa zona del distrito.



3.5.2.- Descripción del estado actual



En el interior se puede observar, el terreno totalmente plano, la buena conservación y plantaciones de arbustos, malas hierbas, grass y postes de alumbrado eléctrico.

Como se puede observar en la foto si se cuenta con alumbrado eléctrico.



El ingreso es por la vía principal Av. Andrés Belaunde, que viene desde el centro de la Chincha, y por el lateral derecho (costado de canal de irrigación).

La zona donde está ubicado el proyecto, no cuenta con pistas ni veredas, (solo tiene pista, en el ingreso principal), no hay agua, ni desagüe, debido a la reciente expansión urbana.

3.5.3.- Tipo de intervención propuesta

3.5.3.1.- Pautas generales de orden arquitectónico

No existe infraestructura arquitectónica construida.

3.5.3.2.- Pautas generales de orden constructivo y estructural

No existe infraestructura arquitectónica construida.

CAPITULO IV : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

4.1.- Programación arquitectónica

4.1.1.- Localización y ubicación del inmueble a intervenir

El proyecto se encuentra hacia el Norte del centro urbano de Chinchal Alta y a escaso metros de la plaza del Distrito de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica.



Ubicación:

Región : Ica
Provincia : Chincha
Distrito : Pueblo Nuevo
Dirección : Av. Víctor Andrés
Belaunde

Colindancia del Terreno:

Por el Norte : Con una línea recta en tres tramos que miden 43.47 ml., 81.19 ml., 91.93 ml., colindando con Av. La Paz.

Por el Este : Con una línea recta que mide 238.43 ml., colindando con Av. Víctor Andrés Belaunde.

Por el Oeste : Con una línea recta que mide 267.52 ml., colindando con Sub lote B.

Por el Sur : Con una línea recta en cuatro tramos que miden 6.42 ml., 7.52 ml., 10.40 ml., 205.45 ml., colindando con la U.C. N°65204.

Área : 5 5050 Has.
Perímetro : 952.35 ml.

4.1.2.- Relación proyecto-entorno

4.1.2.1.- Macroentorno (ámbito regional, provincial o metropolitano)

El proyecto se relaciona con el entorno a nivel Regional, mediante la generación de flujo comercial e ingreso económico por parte del sector Comercial a la Región, mejorando las expectativas de oferta comercial y siendo así una de las pocas infraestructuras que comprende diferentes espacios donde se puede realizar actividades de esparcimiento de calidad, a gusto y elección del turista y la población.

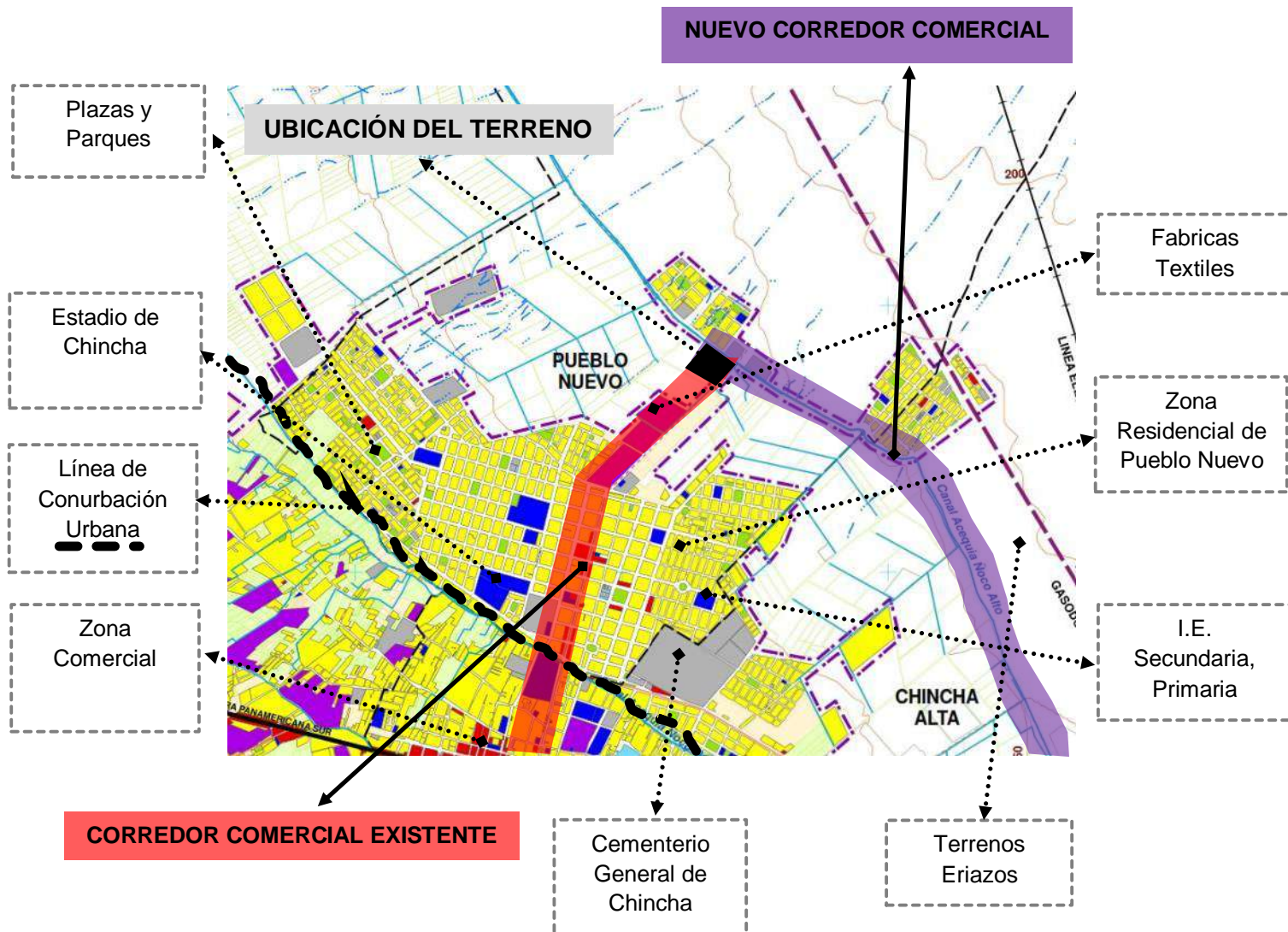
Potencialidades



7.2.2.- Mesoentorno (ámbito urbano distrital o local)

El proyecto busca gestar un nuevo corredor comercial y formar parte de este, ya que en la actualidad existe un corredor comercial bien definido

entre el distrito del Chincha Alta y el distrito de Pueblo Nuevo, ya que se identifica que ambos están en zona de conurbación urbana, llegando a generar los principales ingresos económicos al Distrito y volviéndose un referente y lugar fijo de visitas comerciales y de esparcimiento, así mismo el proyecto dará ese carácter de modernidad y urbanidad al distrito de Pueblo Nuevo.



7.2.3.- Microentorno (ámbito barrial o entorno inmediato)

El sector donde el proyecto está ubicado el proyecto es un sector de crecimiento urbano de acuerdo con el Plan de Desarrollo Urbano de la

Provincia de Chincha, actualmente no existe construcciones considerables, en cambio sí denota la existencia algunas edificaciones de industria liviana y terrenos vacíos.

Contando con aquello, se propone un desarrollo comercial y turístico en la zona, mediante la implementación de diferentes proyectos arquitectónicos de carácter comercial y esparcimiento (restaurantes, hoteles, discotecas, recreos, etc.) que refuercen un eje comercial.



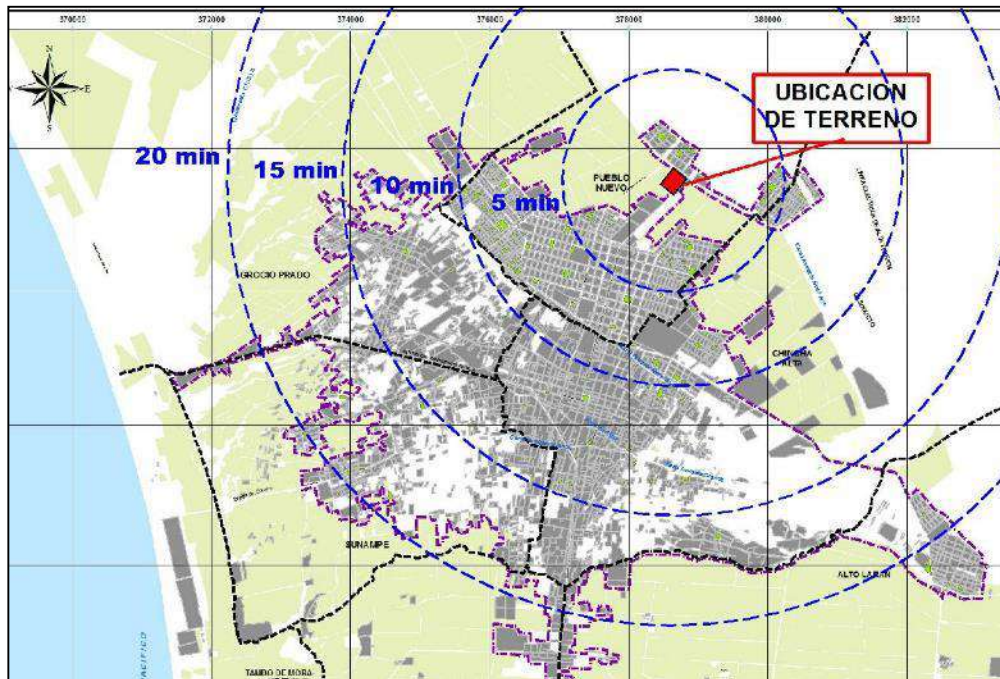
roye
zas y

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Potencia la economía regional, provincia y distrital del distrito de pueblo nuevo. ➤ Potencia el distrito tanto como económico, como turístico. ➤ Características y condiciones naturales de importancia en el diseño del proyecto. ➤ La ubicación estratégica del proyecto en una zona comercial. ➤ La combinación de lo tradicional y lo moderno conlleva a nuevas experiencias. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Uso de sistemas no convencionales. ➤ Empleo de nuevas tecnologías e innovación. ➤ Inexistencia de un plan estratégico económico. ➤ Falta de capacitación al poblador en gestión empresarial. ➤ |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendencia a mejoras del distrito buscando el desarrollo económico. ➤ Posibilidad de generar un eje comercial potencial. ➤ Promover el desarrollo cultural propio del distrito. ➤ Posibilidad de generar empleos para los pobladores del distrito, generando desarrollo económico. ➤ Generar interés de parte de inversionistas en el sector empresarial y económico. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Carencia de predilección y promoción de toda la población sobre el tema. ➤ Insuficiencia de disposición de las autoridades distritales y provinciales. ➤ No utilizar debidamente los estudios o planes direccionados al crecimiento de la ciudad. ➤ Desaparición de la cultura propia del lugar. |

4.1.3.2.- Análisis conceptual de cronotopos



➤ **A 5 minutos.**

Nos encontramos ubicados en toda la zona urbana, la zona comercial que está ubicada alrededor de la plaza principal del distrito, principales asentamientos y urbanizaciones.

➤ **A 10 minutos.**

Nos encontramos cerca a la plaza del distrito de Chincha, los principales centros educativos de la provincia, restaurantes, bancos.

➤ **A 15 minutos.**

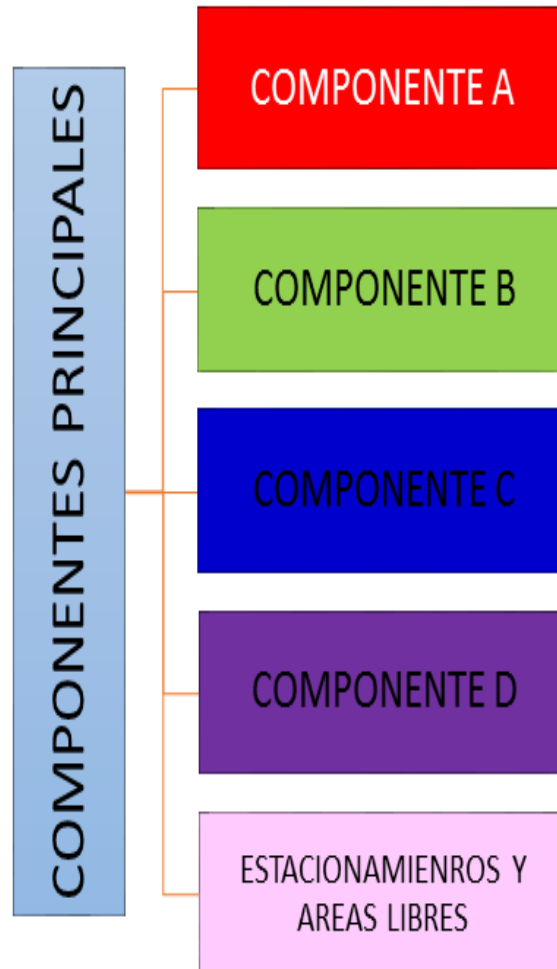
Nos encontramos más al sur de la provincia, llegando a cruzar la panamericana sur, está la tienda Maestro Home Center, grifos, Restaurantes (Lorena, etc.), plaza vez, Centro Comercial Mega Plaza.

➤ **A 20 minutos.**

Se encuentra el distrito de Sunampe, bajada la Molina, centros educativos particulares, (Reyna del Santísimo Rosario, Santa María), también la Universidad Alas Peruanas y Senati.

4.1.4.- Determinación de los componentes principales del proyecto

Tabla 8 - Componentes Principales del proyecto



4.1.5.- Definición de unidades funcionales

Grafico 7 - Organigrama de Funcionamiento

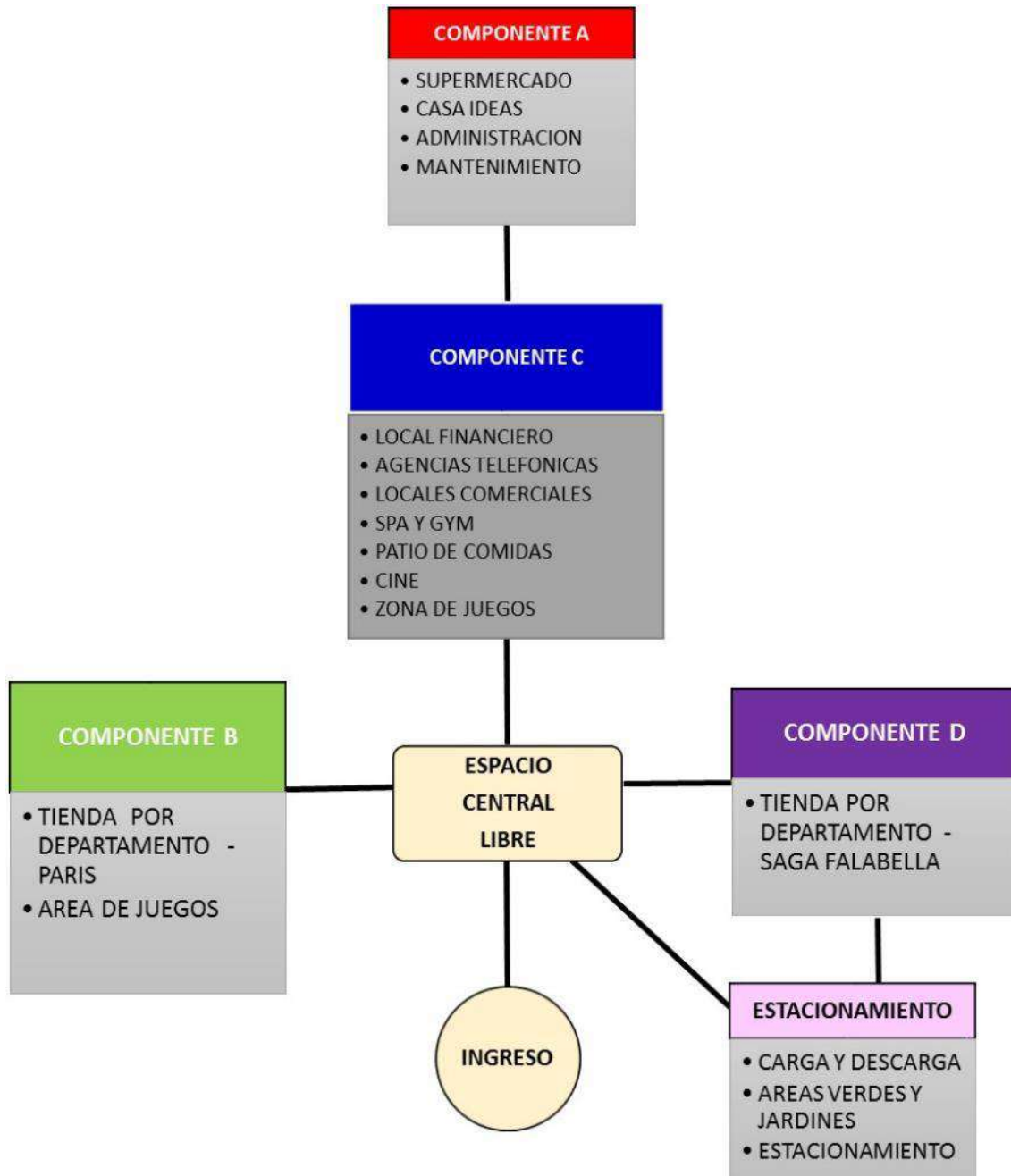
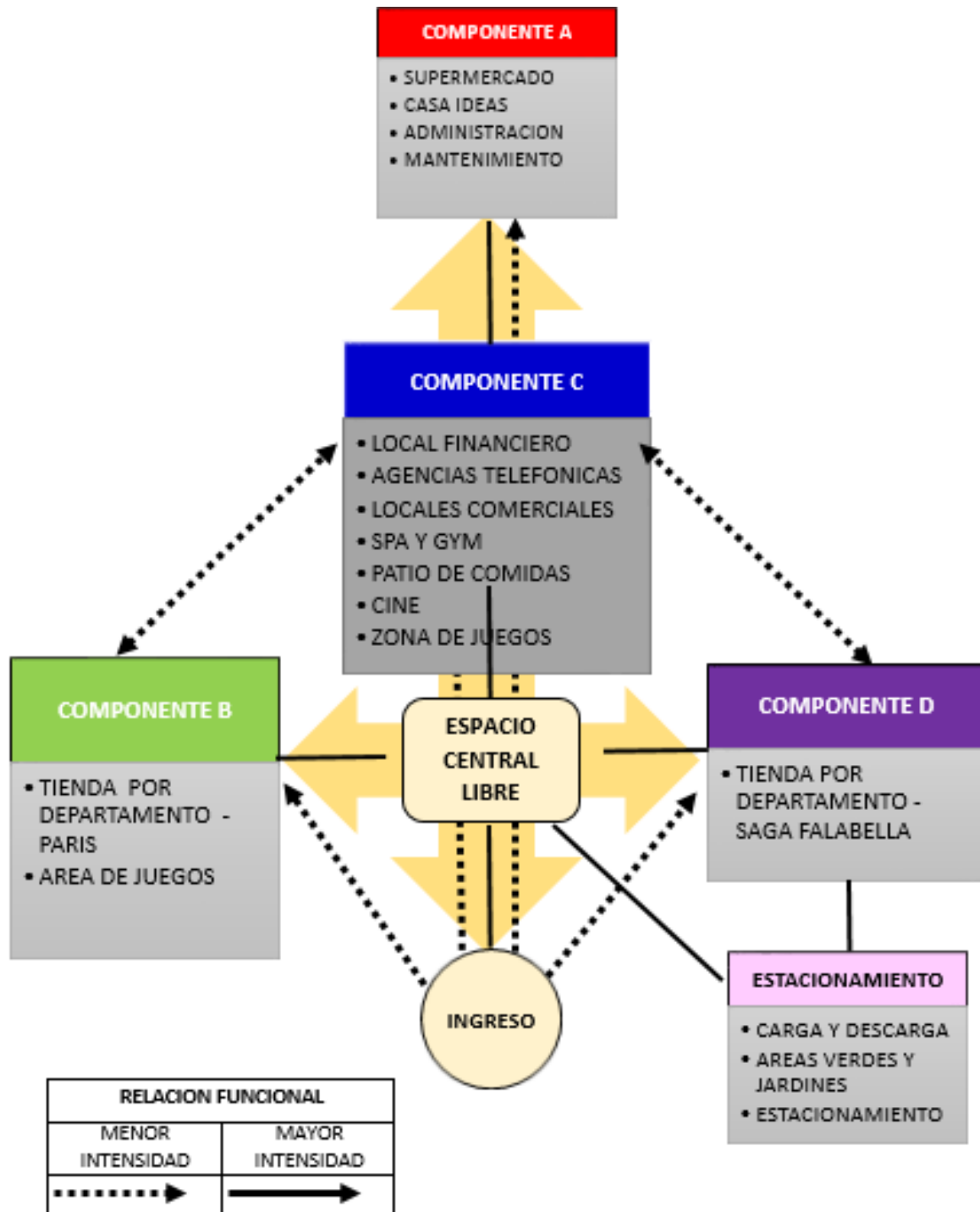


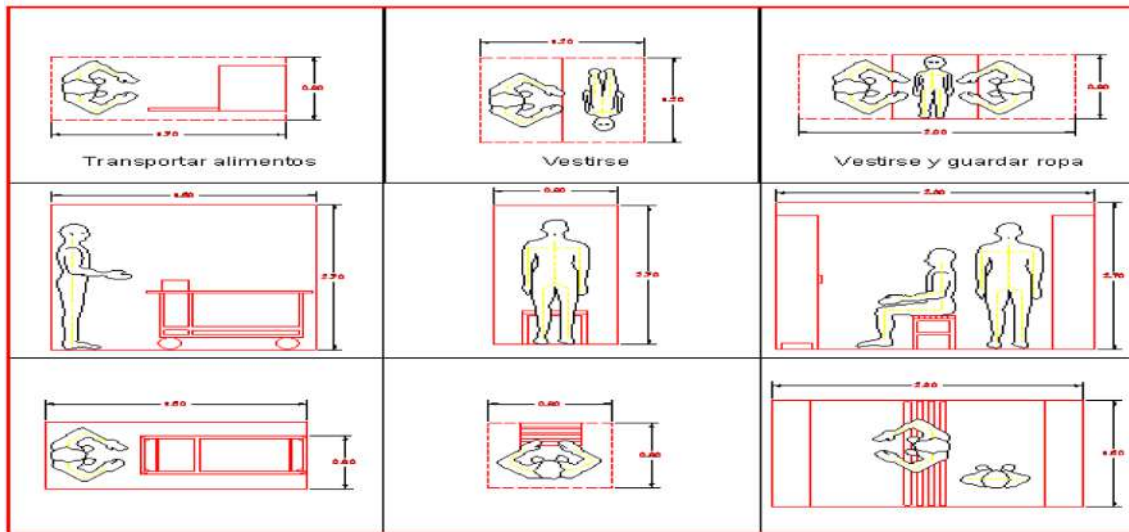
Grafico 8 - Fluxograma



4.1.6.- Consideraciones dimensionales

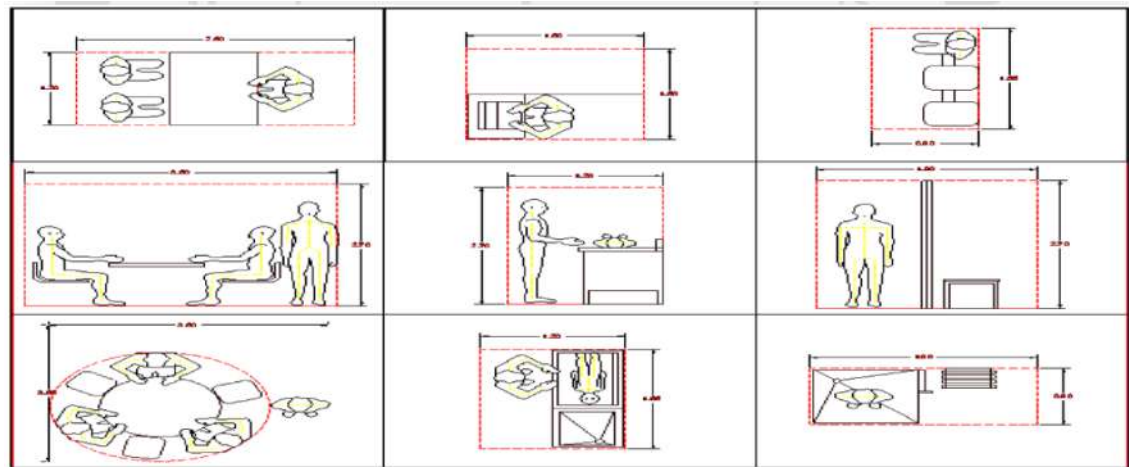
El diseño de cada ambiente en particular necesita adecuarse a un elemento fundamental como base de diseño: La escala humana (el cuerpo humano como medida), la misma que tiene relación entre los elementos de un determinado ambiente y al ambiente mismo con el ser humano.

Grafico 9 - Antropometría Humana Proporciona el Dimensionamiento de Circulación



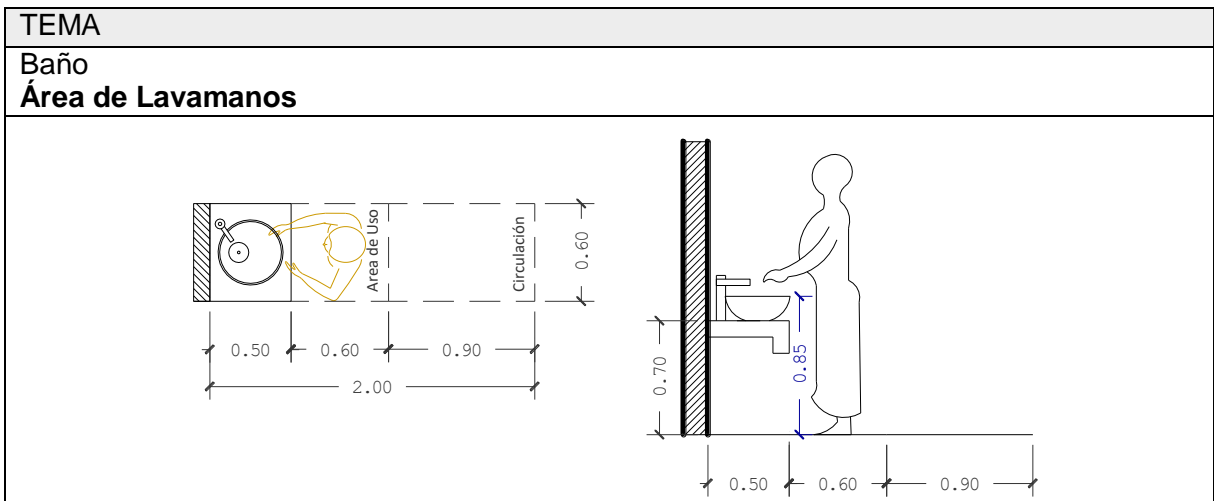
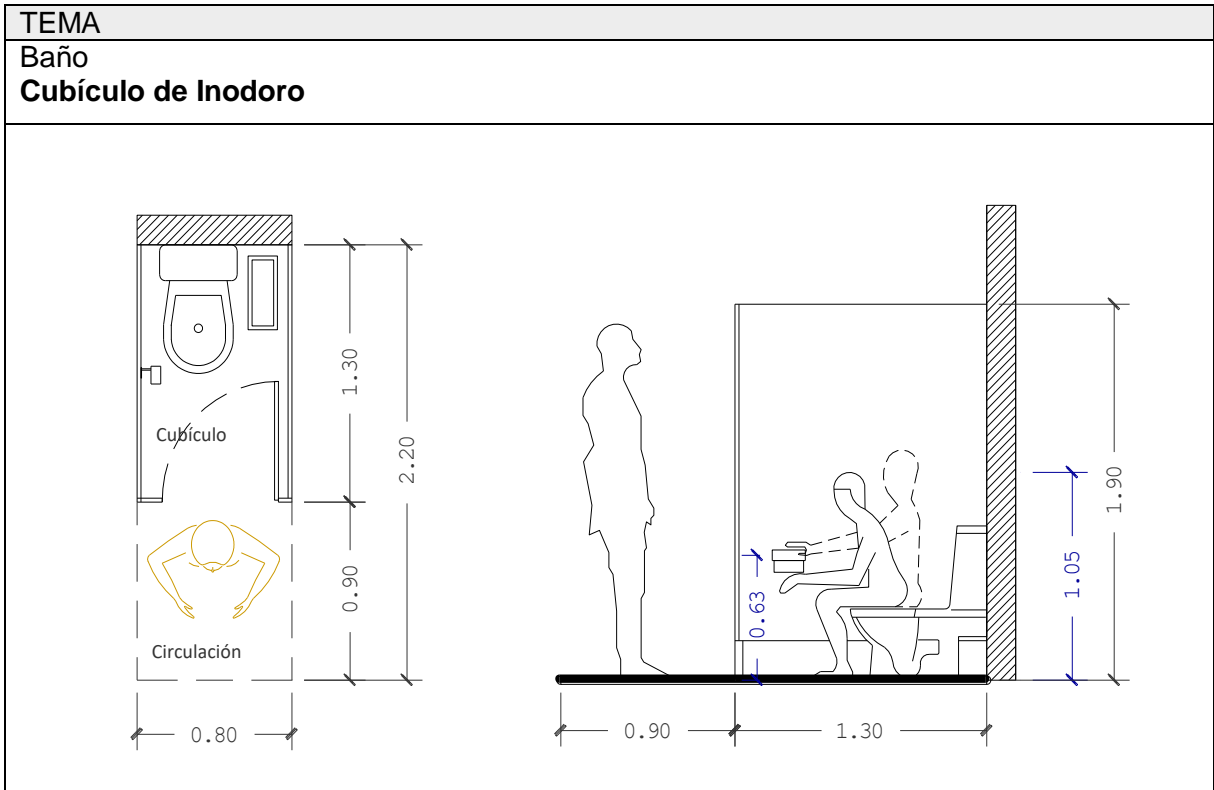
FUENTE: es.slideshare.net

Grafico 10 - Antropometría Humana Proporciona el Dimensionamiento del Mobiliario



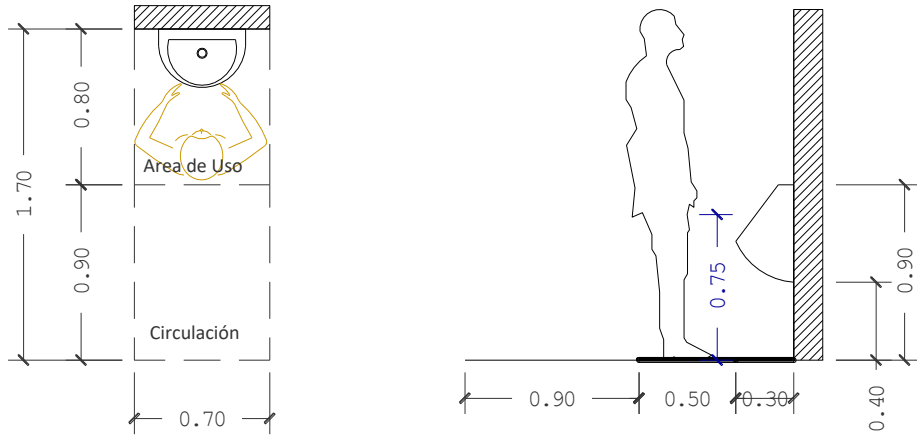
FUENTE: es.slideshare.net

Grafico 11 - Antropometría y Ergonomía



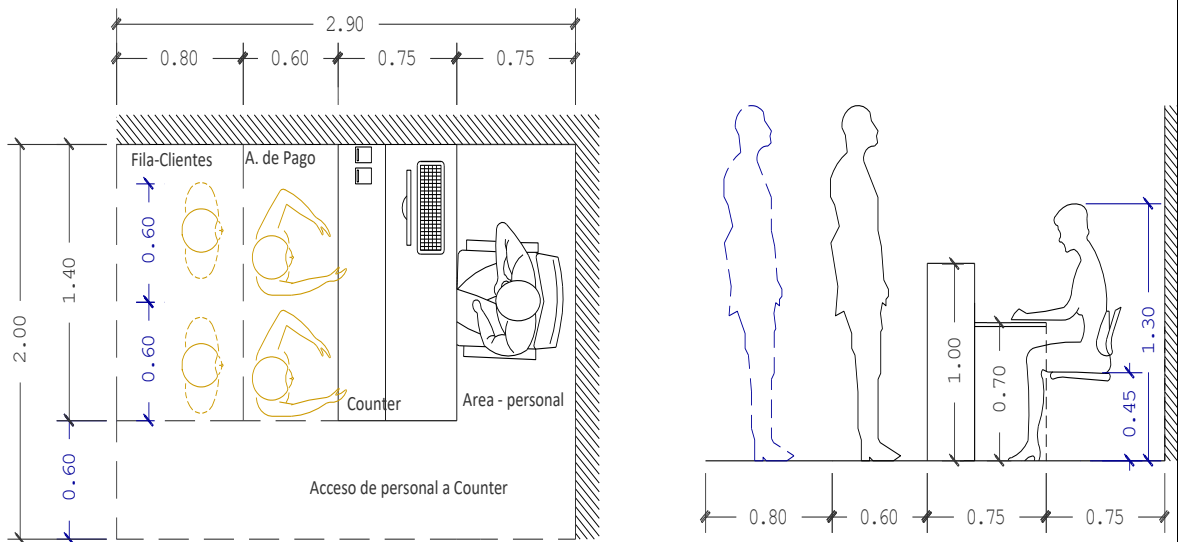
TEMA

Baño
Área de Urinal



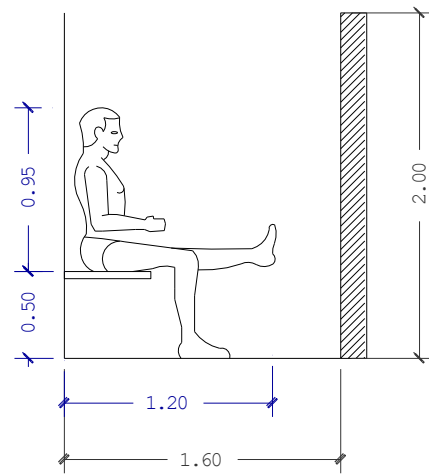
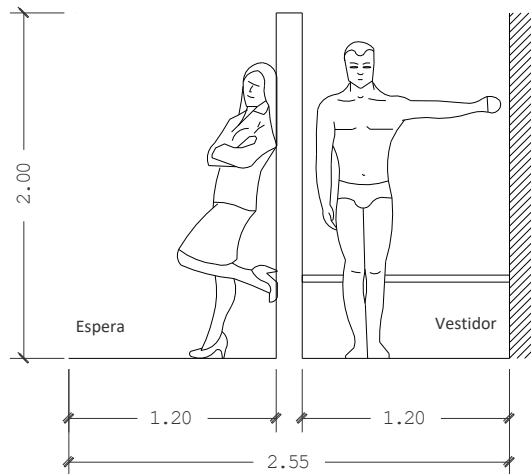
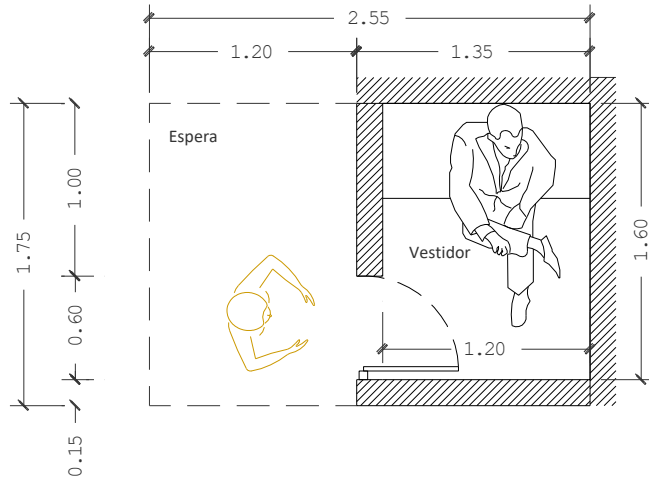
TEMA

Establecimiento Comercial
Caja / Counter



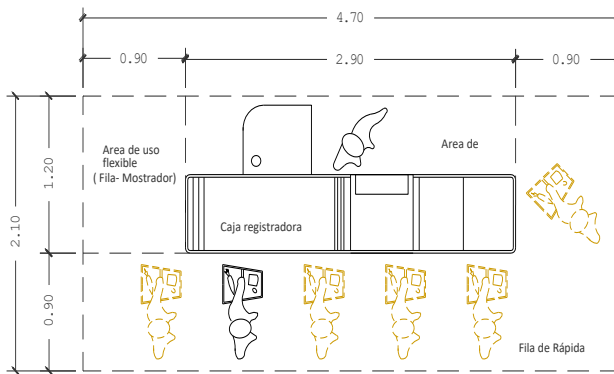
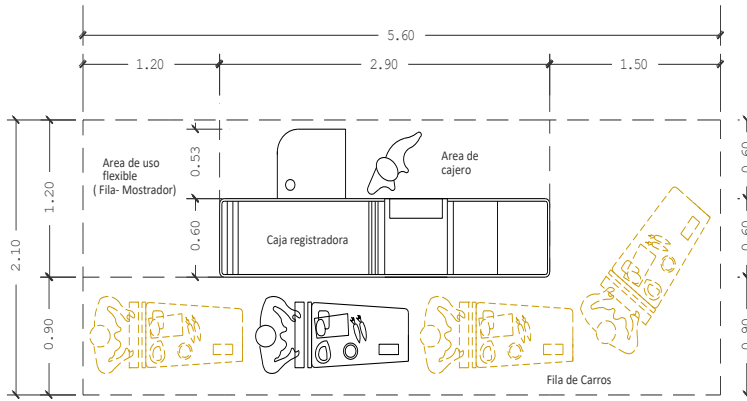
TEMA

Establecimiento Comercial - Probador



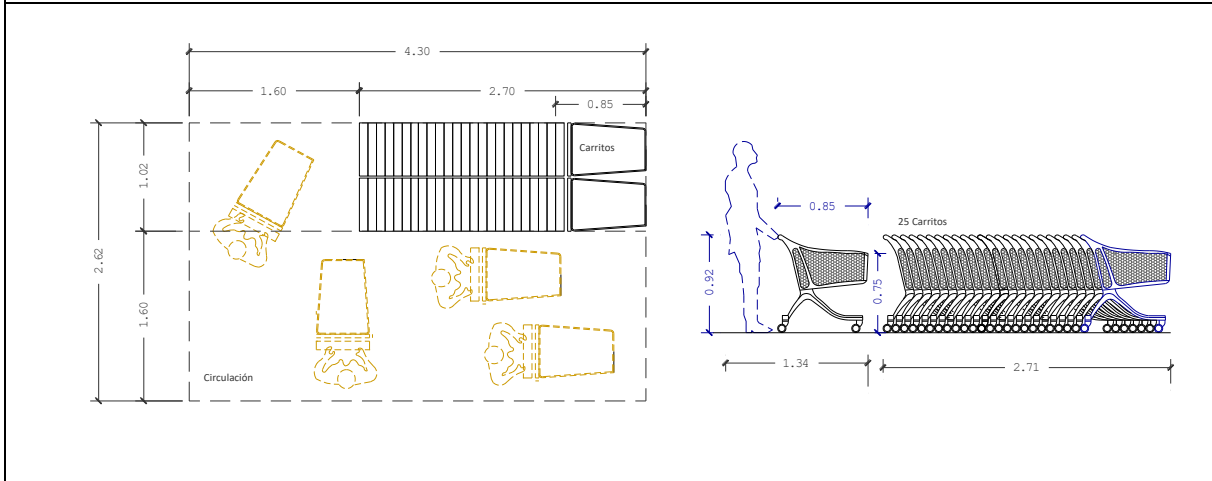
TEMA

**Supermercado –
 Caja Registradora**



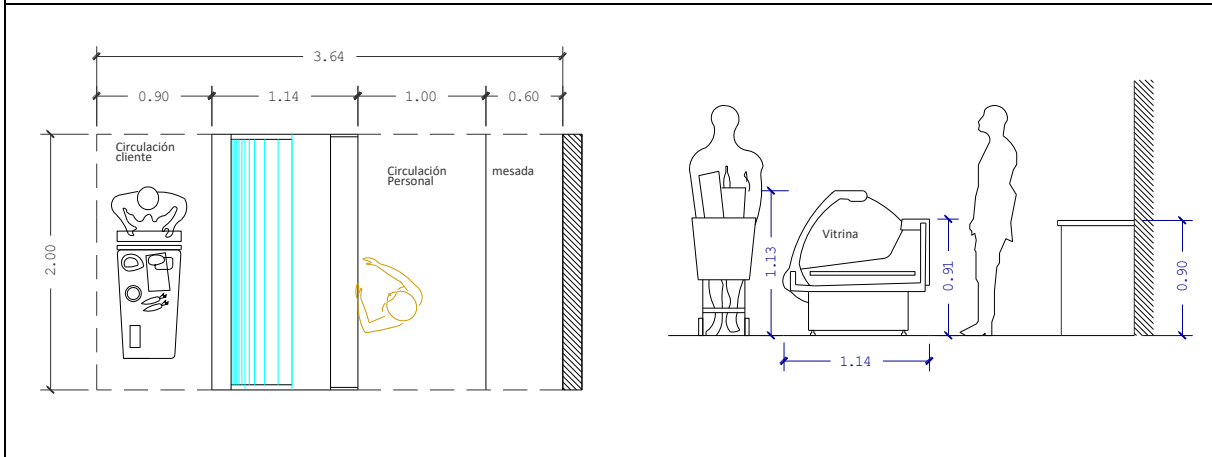
TEMA

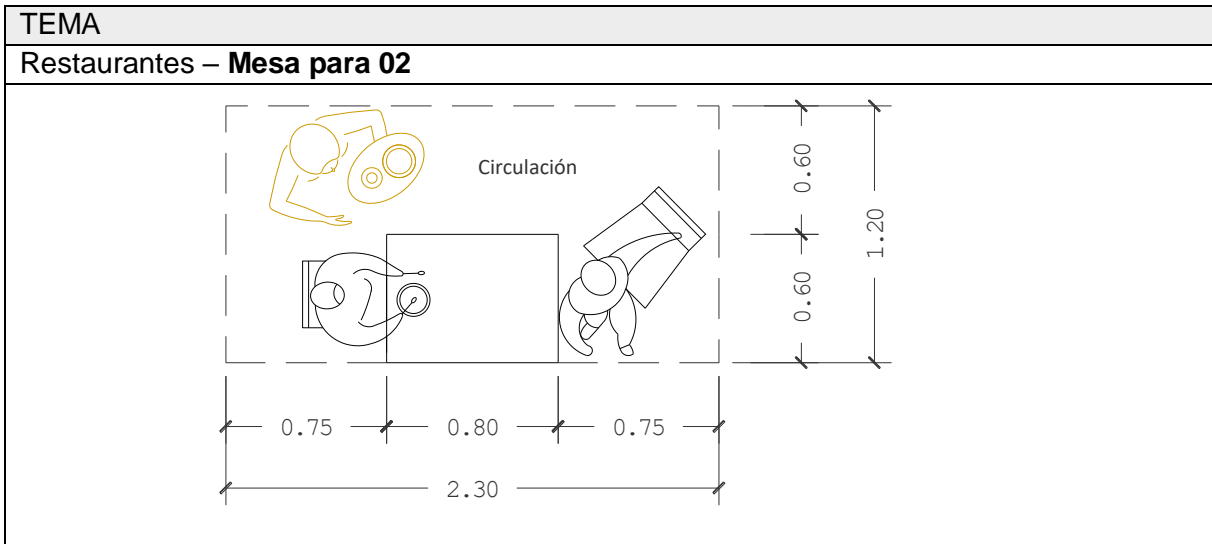
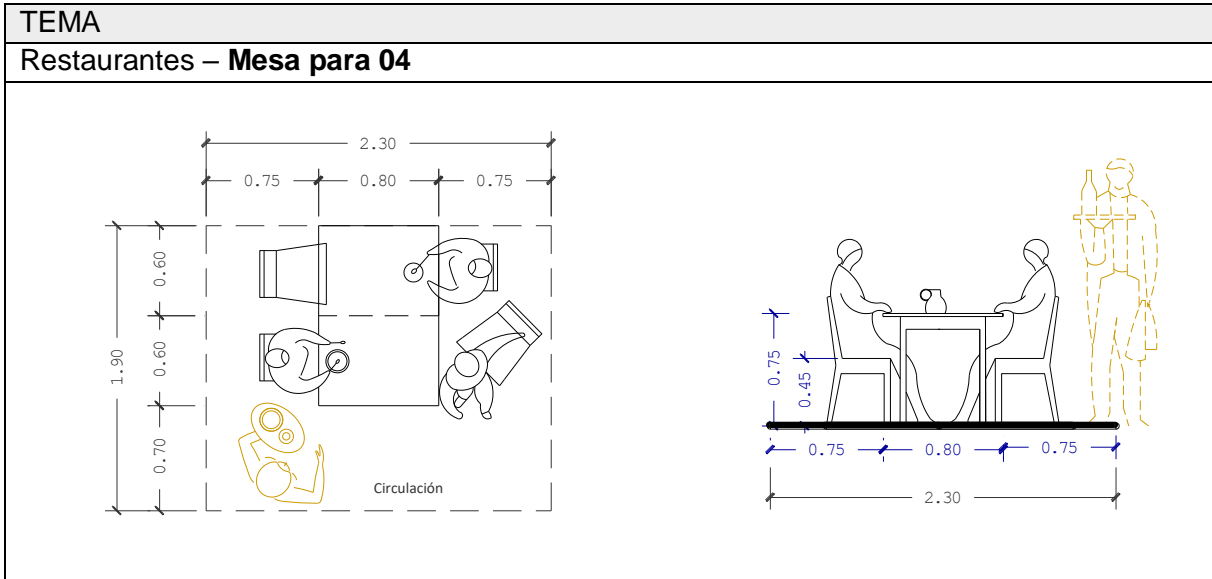
**Supermercado –
Área de carritos**

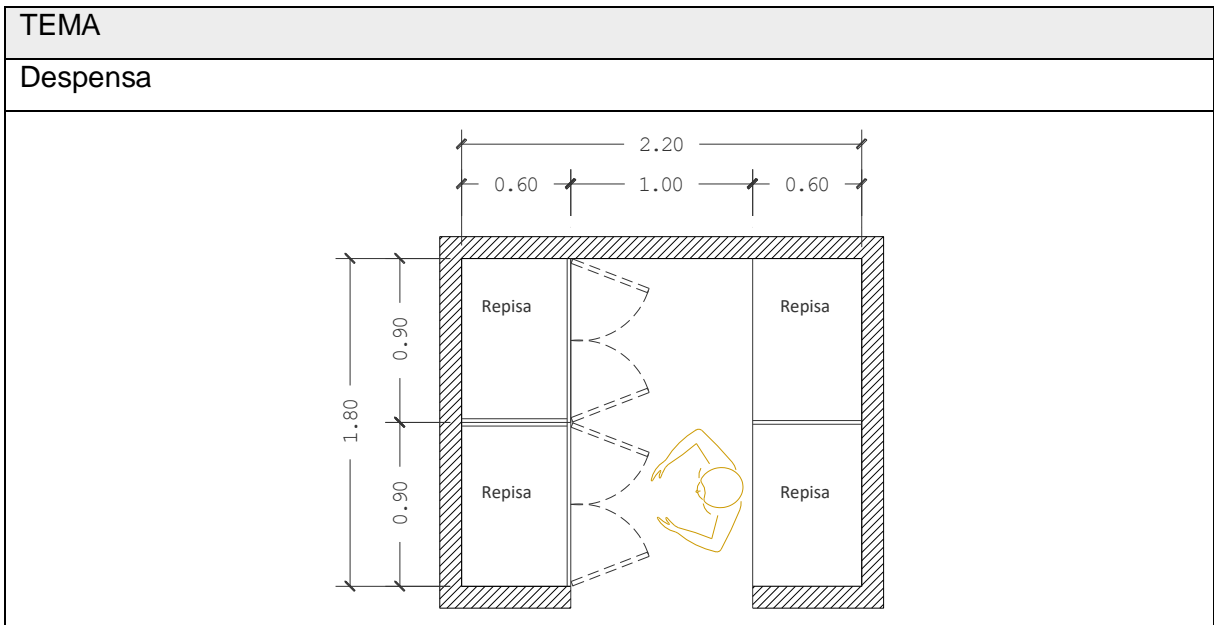
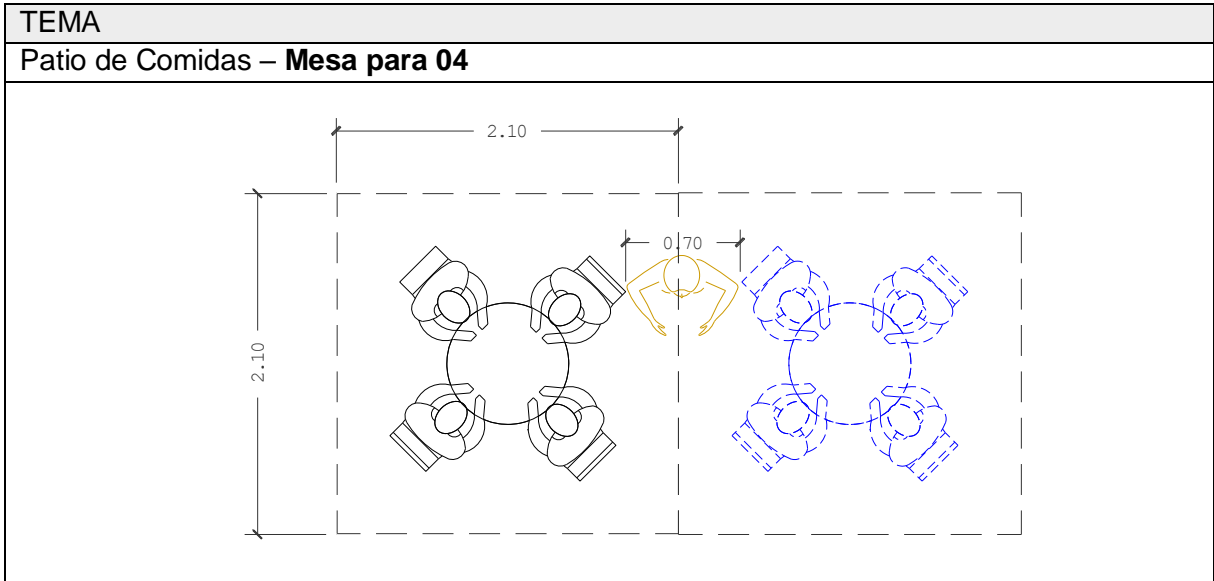


TEMA

Supermercado – Venta de productos no envasados

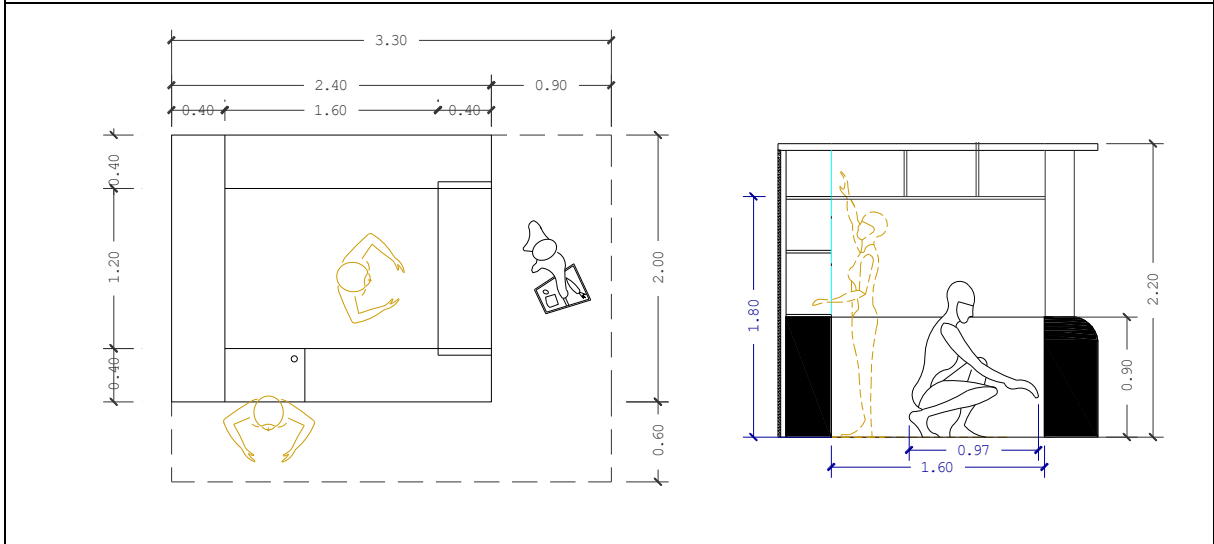






TEMA

Módulo Comercial Referencial



4.1.7.- Consideraciones constructivas y estructurales

En esta parte se tendrá en cuenta el tema estructural, según indica la Norma E-070 Albañilería, E-60 Concreto Armado y E-030 Diseño Sismo-Resistente de estructuras según reglamento de edificaciones.

Todo diseño estructural debe cumplir con los requerimientos técnico mínimos de la Norma del RNE.

a) Cimentación

Por la clase de suelo que presenta el terreno, se planteó el empleo de cimentaciones corridas, conectadas con zapatas y vigas de cimentación, ya que la infraestructura presentara hasta cuatro niveles, empleando para ello buenos materiales y tecnología que me permitan dar consistencia y firmeza a todo el procedimiento estructural.

b) Columnas

se consideran columnas de 0.25cm como mínimo y 0.50cm como máximo para edificaciones de dos niveles a más. En todo momento se consideró que la estructura sea simétrica, para que el comportamiento de la estructura sea monolítico.

c) Vigas

Es el componente encargado de dar rigidez al sistema estructural y se considera que la proporción sea de 1/10 y 1/12 de luz libre entre columnas, teniendo un ancho mínimo de 0.25 mts, considerar el mismo tipo de viga en ambas direcciones con el fin de proporcionar mayor rigidez y resistencia.

d) Losas

Las losas aligeradas cumplen la función de cerramiento y soporte, existen varios predimensionamientos tales como:

- Luz menor a 4.00 mt. $h = 0.17\text{mts}$
- Luz menor a 4.00 y 5.50 $h = 0.20\text{mts}$
- Luz menor a 5.50 y 6.50 $h = 0.25\text{mts}$.

Para edificaciones construidas con material de planchas de acero, se empleará como cerramiento en techo, panel estructural (losa colaborante).

El panel estructural está compuesto por tres nervios trapezoidales altamente rígidos, es un elemento desarrollado especialmente para la construcción de losas colaborantes de hormigón, es un panel fabricado en acero estructural de 37°, galvanizado G-90.

e) Muros

Es un elemento que cumple la función de cerramiento y sirve para hacer divisiones en diferentes espacios, tal como:

- Muro de Ladrillo: Este tipo de muro se plantea para divisiones de espacios, de la cual se emplea el sistema constructivo de albañilería, si es muro de cabeza 0.25cm y de soga 0.15cm, según detalle a emplear.
- Muro de Sistema en Seco: Este tipo de muro de emplea para la división de espacios, empleando materiales como el acero, drywall, madera, empleando el sistema constructivo en seco.

f) Coberturas

Elemento principal como cobertor para los espacios cerrados, se propone como material de construcción el ladrillo pastelero, siendo un excelente material acústico brindando diversas ventajas en sectores de humedad y vientos fuertes.

g) Cerramientos

Vidrio Templado

Se utiliza como elemento de divisiones interiores para tener mayor visualización e ingreso de la luz y hacer del espacio un lugar accesible y cómodo.

4.1.8.- Consideraciones ambientales generales

El clima es un elemento de suma importancia para tener en cuenta al momento de Diseñar edificaciones comerciales.

La zona presenta algunas características, de manera que el clima en casi todo el año, presenta temperaturas promedias de 19.5°C. En los meses de enero a abril presenta una temperatura alta de 28.3°C y en los meses de junio, agosto suelen presentar temperaturas bajas llegando hasta 8.4°C, con presencia de heladas y lluvias fuertes que muchas veces afectan a las viviendas, siendo importante diseñar con criterio técnico, teniendo en cuenta el factor del clima. Logrando un acondicionamiento ambiental fundamentalmente en la parte interna de la edificación, descartando el empleo de equipos tecnológicos con elevados costos.

Todo lo contrario, aprovechar la energía solar y la energía eólica para la ventilación de los espacios teniendo en cuenta lo siguiente;

Orientación:

La zona Sur es la orientación con más ventaja para realizar edificaciones en la costa, en la estación del verano casi no se recibe el sol, mientras que en el invierno se tiene que considerar algún apoyo, ya que el sol ingresa a la edificación, pero con menos intensidad. **Ventilación:**

- Los vanos deben estar orientados con dirección al viento, para generar como una especie de corriente que contenga calor, abriendo otro vano con dirección opuesta.
- Los techos deben tener más altura para que los ambientes se mantengan frescos.
- Los falsos cielos rasos sirven para conservar los ambientes frescos, conformando los espacios de aires en el ambiente y la cubierta”.
- Tener áreas verdes, árboles y mucha vegetación para el recorrido del viento.
- Otra forma de captar la ventilación es por medio de patios o pasillos, con áreas de sombra, plantaciones de árboles y fuentes de agua conformando un efecto de enfriamiento que refrescara al edificio.

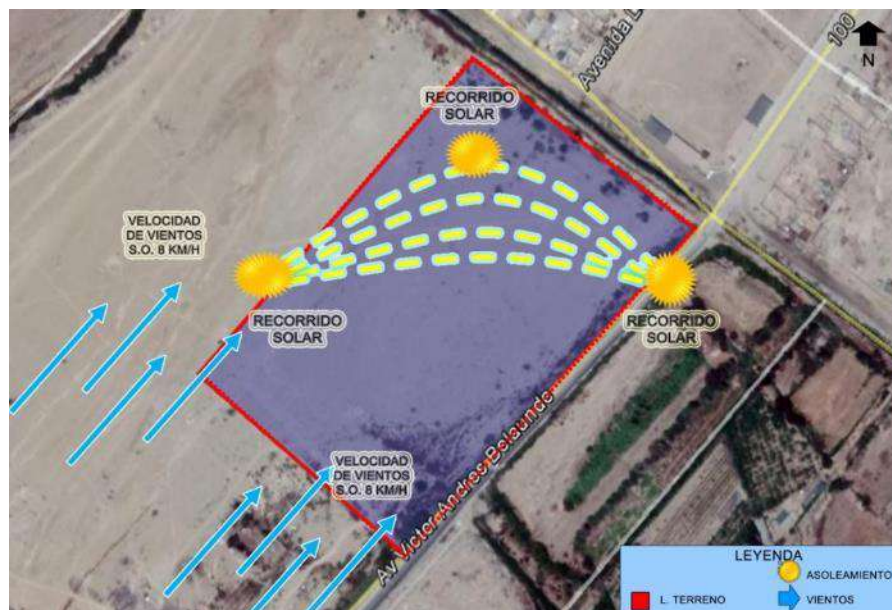
Asoleamiento e Iluminación:

- Rodear la edificación de área verde y árboles, para generar sombra y así evitar el calentamiento del suelo y evitar el excesivo calor.
- Se evitara el calentamiento de las paredes, con mucha vegetación, sembrando arbustos y enredaderas que cubran esos espacios donde llega el sol.
- Se tendrá una mejor iluminación con ventanas con dirección al norte y sur, mediante aleros para evitar el ingreso directo del sol.
- Precisar los colores en exteriores y para cada ambiente en interior eligiendo tonos claros que plasmen calor y así eludir el calentamiento en los muros.

Humedad y llluvias:

- Evitar edificar en espacios inundables y alturas bajas.
- Las cubiertas deben ser resistentes a las llluvias con desagües pluviales, dependiendo de la zona.
- De debe diseñar las ventanas y puertas, para que la lluvia no penetre.
- Sus techos deben tener aleros contra el sol y la lluvia.
- Las ventanas deben tener alero y cortagotas.

Grafico 12 - Consideraciones Ambientales



4.1.9.- Cuadro resumen de áreas

Para el cálculo de áreas y programa se tomó en cuenta el RNE Norma A-070, para Centro Comercial.

| SECTOR - 1 | | | | |
|-----------------------|---------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------|
| Primer Nivel | | | | |
| ZONA COMERCIAL | | | | |
| SUPERMERCADO | | | | |
| | AMBIENTE | CANTIDAD | A NETA | A TOTAL M2 |
| AREA DE VENTAS | Area de carritos | 1 | 35.00 | 35.00 |
| | Caja Registradora | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Caja Rapida | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Venta envasados | 1 | 1500.00 | 1,500.00 |
| | Venta no envasados | 1 | 600.00 | 600.00 |
| | TOTAL | | | |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 660.00 |
| | | | Subtotal | 2,860.00 |
| Segundo Nivel | | | | |
| AREA ADM. | S.H Publico Damas | 1 | 26.00 | 26.00 |
| | S.H Publico Varones | 1 | 26.00 | 26.00 |
| | S.H Discapacitado Damas | 1 | 5.75 | 5.75 |
| | S.H Discapacitado Varones | 1 | 5.75 | 5.75 |
| | Cuarto de limpieza | 1 | 4.00 | 4.00 |
| ALMACEN | Hall y pasillos | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Frigorifico carne | 1 | 50.00 | 50.00 |
| | Frigorifico otros | 1 | 50.00 | 50.00 |
| | Frio | 1 | 50.00 | 50.00 |
| | Seco | 1 | 160.00 | 160.00 |
| | Otros | 1 | 180.00 | 180.00 |
| | TOTAL | | | |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 179.25 |
| | | | Subtotal | 776.75 |
| | | | TOTAL | 3,636.75 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| CASA IDEAS | | | | |
|----------------|--------------------|-------------------------|---------|-----------------|
| Primer Nivel | | | | |
| | AMBIENTE | CANTIDAD | A NETA | A TOTAL M2 |
| AREA DE VENTAS | Area de carritos | 1 | 35.00 | 35.00 |
| | Caja Registradora | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Caja Rapida | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Venta envasados | 1 | 1500.00 | 1,500.00 |
| | Venta no envasados | 1 | 600.00 | 600.00 |
| | TOTAL | | | |
| | | Circulacion y Muros 30% | | 660.00 |
| | | TOTAL | | 2,860.00 |

| ZONA ADMINISTRATIVA | | | | |
|---------------------|--------------------------------|-------------------------|--------|---------------|
| | AMBIENTE | CANTIDAD | A NETA | A TOTAL M2 |
| AREA PRIVADA | Oficina de Gerencia General | 1 | 24.00 | 24.00 |
| | SS. HH. | 1 | 4.00 | 4.00 |
| | Secretaria | 1 | 18.26 | 18.26 |
| | Administracion | 1 | 12.16 | 12.16 |
| | S.H | 1 | 4.00 | 4.00 |
| | Oficina Jefe de Ventas | 1 | 13.50 | 13.50 |
| | S.H | 1 | 4.00 | 4.00 |
| | Sala de reunion | 1 | 12.54 | 12.54 |
| | Hall | 1 | 20.00 | 20.00 |
| | Servicio Higienico | 1 | 4.00 | 4.00 |
| | Cuarto de custodia y monitoreo | 1 | 8.70 | 8.70 |
| TOTAL | | | | 125.16 |
| | | Circulacion y Muros 30% | | 37.55 |
| | | TOTAL | | 162.71 |

| ZONA DE SERVICIOS GENERALES | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|-------------------------|--------|---------------|
| | AMBIENTE | CANTIDAD | A NETA | A TOTAL M2 |
| AREA PRIVADA | Sub Estacion | 1 | 61.92 | 61.92 |
| | Grupo Electrogenerador | 1 | 58.39 | 58.39 |
| | Cuarto de Tableros | 1 | 58.68 | 58.68 |
| | Cto. Mantenimiento | 1 | 25.20 | 25.20 |
| | Residuos Solidos | 1 | 25.20 | 25.20 |
| | S.H y Vestidores Hombres | 1 | 16.45 | 16.45 |
| | S.H y Vestidores Mujeres | 1 | 16.45 | 16.45 |
| | TOTAL | | | |
| | | Circulacion y Muros 30% | | 78.69 |
| | | TOTAL | | 340.98 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

SECTOR - 2
TIENDA POR DEPARTAMENTO PARIS
Primer Nivel

| | AMBIENTE | CANTIDAD | A. NETA | A TOTAL M2 |
|--------------------|--------------------------------|----------|---------|-----------------|
| AREA VENTAS | Caja Registradora | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Caja Rapida | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Venta ropa - seccion niños (a) | 1 | 300.00 | 300.00 |
| | Venta ropa - seccion mujeres | 1 | 400.00 | 400.00 |
| | Venta ropa - seccion hombre | 1 | 300.00 | 300.00 |
| | Probadores - niños | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Probadores - niñas | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Probadores - Hombres | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Probadores - Mujeres | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Souvenir (Accesorios) | 1 | 400.00 | 400.00 |
| TOTAL | | | | 1,625.00 |

Segundo Nivel

| | | | | |
|--------------------|-----------------------|---|--------|--------|
| AREA VENTAS | Caja Registradora | 1 | 30.00 | 30.00 |
| | Linea blanca | 1 | 310.00 | 310.00 |
| | Electrodomesticos | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Art. Dormitorio | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Art. Del hogar | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Maq. Gym | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Area. Juguetes | 1 | 100.00 | 90.00 |
| | Art. Deportivos | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Art. Decoracion | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Souvenir (accesorios) | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Menaje | 1 | 50.00 | 50.00 |
| | TOTAL | | | |

| | | | | |
|------------------|----------------------------|---|-------|--------------|
| AREA ADM. | Servicio Higienico Mujeres | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Servicio Higienico Hombres | 1 | 40.00 | 40.00 |
| TOTAL | | | | 80.00 |

| | | | | |
|----------------|-------------------|---|-------|---------------|
| ALMACEN | Almacen - 1° Piso | 1 | 42.00 | 42.00 |
| | Almacen - 2° Piso | 1 | 80.00 | 80.00 |
| TOTAL | | | | 122.00 |

| | |
|-------------------------|-----------------|
| Parcial | 3,157.00 |
| Circulacion y Muros 30% | 947.10 |
| TOTAL | 4,104.10 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

SECTOR - 3
TIENDA POR DEPARTAMENTO - SAGA FALABELLA
Primer Nivel

| | AMBIENTE | CANTIDAD | A. NETA | A TOTAL M2 | |
|--------------------|--------------------------------|----------|---------|---------------|----------|
| AREA VENTAS | Caja Registradora | 1 | 40.00 | 40.00 | |
| | Caja Rapida | 1 | 25.00 | 25.00 | |
| | Venta ropa - seccion niños (a) | 1 | 300.00 | 300.00 | |
| | Venta ropa - seccion mujeres | 1 | 400.00 | 400.00 | |
| | Venta ropa - seccion hombre | 1 | 300.00 | 300.00 | |
| | Probadores - niños | 1 | 40.00 | 40.00 | |
| | Probadores - niñas | 1 | 40.00 | 40.00 | |
| | Probadores - Hombres | 1 | 40.00 | 40.00 | |
| | Probadores - Mujeres | 1 | 40.00 | 40.00 | |
| | Souvenir (Accesorios) | 1 | 400.00 | 400.00 | |
| | TOTAL | | | | 1,625.00 |

Segundo Nivel

| | | | | |
|--------------------|-----------------------|---|--------|--------|
| AREA VENTAS | Caja Registradora | 1 | 30.00 | 30.00 |
| | Linea blanca | 1 | 310.00 | 310.00 |
| | Electrodomesticos | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Art. Dormitorio | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Art. Del hogar | 1 | 150.00 | 150.00 |
| | Maq. Gym | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Area. Juguetes | 1 | 100.00 | 90.00 |
| | Art. Deportivos | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Art. Decoracion | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Souvenir (accesorios) | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Menaje | 1 | 50.00 | 50.00 |
| | TOTAL | | | |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| | | | | |
|----------------------------|----------------------------|---|-------|-----------------|
| AREA ADMINISTRATIVA | Servicio Higienico Mujeres | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | Servicio Higienico Hombres | 1 | 40.00 | 40.00 |
| | TOTAL | | | 80.00 |
| ALMACEN | Almacen - 1° Piso | 1 | 42.00 | 42.00 |
| | Almacen - 2° Piso | 1 | 80.00 | 80.00 |
| | TOTAL | | | 122.00 |
| Parcial | | | | 3,157.00 |
| Circulacion y Muros 30% | | | | 947.10 |
| TOTAL | | | | 4,104.10 |

| SECTOR - 4 | | | | |
|---------------------------------|------------------------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Primer Nivel | | | | |
| ZONA FINANCIERA | | | | |
| LOCAL FINANCIERO 1,2,3,4 | | | | |
| | AMBIENTE | CANTIDAD | A. NETA | A. TOTAL M2 |
| AREA DE VENTAS | Area de atencion al cliente | 4 | 24.00 | 96.00 |
| | Area de espera | 4 | 29.30 | 117.20 |
| | Area de ventanilla, cajeros | 4 | 34.20 | 136.80 |
| | TOTAL | | | 350.00 |
| AREA DE SERVICIO | Of. Gerencia general | 4 | 11.00 | 44.00 |
| | Of. Gerencia Ventas | 4 | 8.60 | 34.40 |
| | Of. Gerencia Negocios | 4 | 8.00 | 32.00 |
| | Bodega | 4 | 18.00 | 72.00 |
| | Archivo | 4 | 8.80 | 35.20 |
| | Cuarto limpieza | 4 | 4.00 | 16.00 |
| | Area Lockerst | 4 | 3.00 | 12.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 4 | 4.30 | 17.20 |
| | Servicios Higienicos Varones | 4 | 4.30 | 17.20 |
| | Sala de reuniones | 2 | 10.50 | 21.00 |
| | Sala Estar | 2 | 15.00 | 30.00 |
| | Cajero automatico | 4 | 14.00 | 56.00 |
| | TOTAL | | | 737.00 |
| Sub total | | | | 1,087.00 |
| Circulacion y Muros 30% | | | | 326.10 |
| TOTAL | | | | 1,413.10 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| ZONA COMERCIAL | | | | |
|--------------------------|------------------------------|---|-------------------------|-----------------|
| AGENCIA DE TELEFONIA 1,2 | | | | |
| AREA DE VENTAS | Area de atencion al cliente | 2 | 25.40 | 50.80 |
| | Area de caja | 4 | 12.00 | 48.00 |
| | Area de espera | 2 | 46.00 | 92.00 |
| | Area de ventanilla | 2 | 35.90 | 71.80 |
| | TOTAL | | | 262.60 |
| AREA DE SERVICIO | Almacen | 2 | 17.60 | 35.20 |
| | Archivo | 2 | 16.80 | 33.60 |
| | Of. Gerencia general | 2 | 14.00 | 28.00 |
| | Of. Gerencia Ventas | 2 | 8.00 | 16.00 |
| | Of. Gerencia Negocios | 2 | 8.00 | 16.00 |
| | Cuarto limpieza | 2 | 4.70 | 9.40 |
| | Area Lockerst | 2 | 5.50 | 11.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2 | 5.60 | 11.20 |
| | Servicios Higienicos Varones | 2 | 4.80 | 9.60 |
| | TOTAL | | | 695.20 |
| | | | Sub total | 957.80 |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 287.34 |
| | | | TOTAL | 1,245.14 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| Priimer Nivel | | | | |
|---------------------------------------|--|------|-----------------|----------|
| LOCAL COMERCIAL 1 y 32 | | | | |
| | Venta de textiles | 2 | 215.00 | 430.00 |
| LOCAL COMERCIAL 2 y 31 | | | | |
| | Venta de textiles | 2 | 160.00 | 320.00 |
| LOCAL COMERCIAL 3 al 15 | | | | |
| | Venta de textiles | 13 | 52.00 | 676.00 |
| LOCAL COMERCIAL 16 y 17 | | | | |
| | Tienda de accesorios | 2 | 124.00 | 248.00 |
| LOCAL COMERCIAL 18 y 30 | | | | |
| | Venta de textiles, calzado, joyeria, libre | 13 | 52.00 | 676.00 |
| | TOTAL | | | 2,350.00 |
| CIRCULACION INTERNA (SOUVENIR) | | | | |
| AREA VENTA | Venta en souvenir | 1 | 4,470.00 | 4,470.00 |
| | TOTAL | | | 4,470.00 |
| AREA ADMINISTRATIVA | Servicios Higienicos Hombres | 2.00 | 40.00 | 80.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2.00 | 40.00 | 80.00 |
| | Cuarto de Limpieza | 2.00 | 6.00 | 12.00 |
| | TOTAL | | | 172.00 |
| Sub total | | | 6,992.00 | |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Segundo Nivel

| LOCAL COMERCIAL 33,34,65,66 | | | | |
|---------------------------------------|--|----|------------------|-----------------|
| | Venta de textiles | 4 | 150.00 | 600.00 |
| LOCAL COMERCIAL 35,64 | | | | |
| | Venta de textiles | 2 | 200.00 | 400.00 |
| LOCAL COMERCIAL 36 al 48 | | | | |
| | Venta de textiles | 13 | 52.00 | 676.00 |
| LOCAL COMERCIAL 49 y 50 | | | | |
| | Tienda de accesorios | 2 | 124.00 | 248.00 |
| LOCAL COMERCIAL 51 al 63 | | | | |
| | Venta de textiles, calzado, joyeria, libre | 13 | 52.00 | 676.00 |
| | TOTAL | | | 2,600.00 |
| CIRCULACION INTERNA (SOUVENIR) | | | | |
| AREA VENTA | Venta en souvenir | 1 | 4,100.00 | 4,100.00 |
| | TOTAL | | | 4,100.00 |
| AREA ADMINISTRATIVA | Servicios Higienicos Hombres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Cuarto de Limpieza | 2 | 6.00 | 12.00 |
| | TOTAL | | | 172.00 |
| SUB TOTAL 2° NIVEL | | | | 6,872.00 |
| Parcial total | | | 13,864.00 | |
| Circulacion y Muros 30% | | | 4,159.20 | |
| TOTAL | | | 18,023.20 | |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Segundo Nivel

| ZONA COMERCIAL | | | | |
|-------------------------|-----------------------------------|---|-------|--------|
| SALON SPA 1 | | | | |
| AREA DE RECEPCIO | Recepcion, caja | 1 | 10.00 | 10.00 |
| | Sala de espera | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | TOTAL | | | 35.00 |
| AREA HUMEDA | Preparado de tintes | 1 | 6.30 | 6.30 |
| | Corte, lavado y secado | 1 | 34.00 | 34.00 |
| | Area de tintes | 1 | 24.50 | 24.50 |
| | Area de depilacion | 1 | 20.30 | 20.30 |
| | Area de manicure y pedicura | 1 | 23.30 | 23.30 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 1 | 4.30 | 4.30 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 1 | 4.30 | 4.30 |
| | TOTAL | | | 117.00 |
| AREA SECA | Vestidores y sh/mujeres | 1 | 26.00 | 26.00 |
| | Vestidores y sh/hombres | 1 | 27.00 | 27.00 |
| | Cuarto Tratamiento faciales | 2 | 16.50 | 33.00 |
| | Cuarto Masajes relajantes privado | 2 | 8.00 | 16.00 |
| | Cuarto Masajes relajantes | 1 | 17.00 | 17.00 |
| | Cuarto Masaje exfoliantes | 1 | 20.00 | 20.00 |
| | Cuarto Masajes herbales | 1 | 20.00 | 20.00 |
| | TOTAL | | | 159.00 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| SALON SPA 2 | | | | |
|-------------------------|--------------------------------------|---|-------|-----------------|
| AREA DE RECEPCIO | Recepcion, caja | 1 | 10.00 | 10.00 |
| | Sala de espera | 1 | 32.00 | 32.00 |
| | TOTAL | | | 42.00 |
| AREA HUMEDA | Preparado de tintes | 1 | 8.00 | 8.00 |
| | Corte, lavado y secado | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Area de tintes | 1 | 30.00 | 30.00 |
| | Area de maquillaje | 1 | 30.00 | 30.00 |
| | Area de manicure y pedicura | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Area de depilacion | 2 | 20.00 | 40.00 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 1 | 4.30 | 4.30 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 1 | 4.30 | 4.30 |
| | TOTAL | | | 166.60 |
| AREA SECA | Sala Estar | 1 | 23.90 | 23.90 |
| | Vestidores y sh/mujeres | 1 | 26.00 | 26.00 |
| | Vestidores y sh/hombres | 1 | 28.00 | 28.00 |
| | Cuarto Tratamiento faciales | 1 | 16.30 | 16.30 |
| | Cuarto Masajes relajantes privado | 2 | 8.00 | 16.00 |
| | Cuarto Masajes relajantes compartido | 2 | 17.00 | 34.00 |
| | Cuarto Masaje exfoliantes | 1 | 20.00 | 20.00 |
| | Cuarto Masajes herbales | 1 | 20.00 | 20.00 |
| | TOTAL | | | 160.30 |
| BARBERIA | | | | |
| AREA DE RECEPCIO | Recepcion, caja | 1 | 15.00 | 15.00 |
| | Sala de espera | 1 | 48.00 | 48.00 |
| | TOTAL | | | 63.00 |
| AREA HUMEDA | Preparado de tintes | 1 | 27.60 | 27.60 |
| | Area de corte | 1 | 80.00 | 80.00 |
| | Area de lavado y secado | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 1 | 4.30 | 4.30 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 1 | 4.30 | 4.30 |
| | TOTAL | | | 141.20 |
| Sub total | | | | 884.10 |
| Circulacion y Muros 30% | | | | 265.23 |
| TOTAL | | | | 1,149.33 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| GIMNASIO 1y 2 | | | | |
|----------------------------|--------------------------|---|-------------------------|-----------------|
| AREA DE RECEPCIO | Recepcion, caja | 2 | 7.00 | 14.00 |
| | Sala de espera | 2 | 7.00 | 14.00 |
| | TOTAL | | | 28.00 |
| AREA DE VENTAS Y SERVICIOS | Area de maquinas | 2 | 295.00 | 590.00 |
| | Area de aerobicos | 1 | 100.00 | 100.00 |
| | Vestidores y sh/ Hombres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Vestidores y sh/ Mujeres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | TOTAL | | | 850.00 |
| | | | Sub total | 878.00 |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 263.40 |
| | | | TOTAL | 1,141.40 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| Tercer Nivel | | | | |
|----------------------------------|------------------------------|----|-------------------------|-----------------|
| ZONA DE COMIDAS | | | | |
| RESTAURANTE PRIVADO 1 y 3 | | | | |
| AREA DE VENTA | Area de espera y caja | 2 | 30.00 | 60.00 |
| | Area de mesas | 2 | 340.00 | 680.00 |
| | TOTAL | | | 740.00 |
| AREA DE SERVICIO | Cocina | 2 | 80.00 | 160.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2 | 11.60 | 23.20 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 2 | 11.50 | 23.00 |
| | TOTAL | | | 206.20 |
| RESTAURANTE PRIVADO 2 | | | | |
| AREA DE VENTA | Area de espera y caja | 1 | 25.00 | 25.00 |
| | Area de mesas | 1 | 560.00 | 560.00 |
| | TOTAL | | | 585.00 |
| AREA DE SERVICIO | Cocina | 1 | 80.00 | 80.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 1 | 11.60 | 11.60 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 1 | 11.50 | 11.50 |
| | TOTAL | | | 103.10 |
| PATIO DE COMIDAS | | | | |
| AREA DE VENTA | Area de espera y caja | 1 | 400.00 | 400.00 |
| | Area de mesas | 1 | 2,730.00 | 2,730.00 |
| | TOTAL | | | 3,130.00 |
| AREA DE SERVICIO | Cocina | 10 | 80.00 | 800.00 |
| | Escenario | 1 | 200.00 | 200.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Cuarto de Limpieza | 2 | 5.30 | 10.60 |
| | Pasadizo de servicio | 1 | 180.00 | 180.00 |
| | TOTAL | | | 1,140.00 |
| SUB TOTAL 3° NIVEL | | | | 5,904.30 |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 1,771.29 |
| | | | TOTAL | 7,675.59 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

| Cuarto Nivel | | | | |
|---------------------------|------------------------------|---|-------------------------|-----------------|
| ZONA DE RECREACION | | | | |
| SALA DE CINE | | | | |
| AREA VENTA | Area de espera | 1 | 600.00 | 600.00 |
| | Area de Boleteria | 2 | 200.00 | 400.00 |
| | Area dulces | 2 | 300.00 | 600.00 |
| | TOTAL | | | 1,600.00 |
| AREA DE SERVICIO | Salas de cine | 4 | 300.00 | 1,200.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 2 | 40.00 | 80.00 |
| | Cuarto de Limpieza | 2 | 5.30 | 10.60 |
| | TOTAL | | | 1,370.60 |
| | | | Sub total | 2,970.60 |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 891.18 |
| | | | TOTAL | 3,861.78 |
| ZONA DE JUEGO | | | | |
| AREA DE SERVICIO | Salon de juegos para niños | 1 | 360.00 | 360.00 |
| | Salon de show infantiles 1 | 1 | 420.00 | 420.00 |
| | Salon de show infantiles 2 | 1 | 270.00 | 270.00 |
| | Sala de juegos de mesa | 1 | 500.00 | 500.00 |
| | Pista de carros chocones | 1 | 700.00 | 700.00 |
| | Sala de juegos mecanicos | 1 | 350.00 | 350.00 |
| | Servicios Higienicos Mujeres | 2 | 23.00 | 46.00 |
| | Servicios Higienicos Hombres | 2 | 27.50 | 55.00 |
| | Cuarto de Limpieza | 2 | 8.00 | 16.00 |
| SUB TOTAL 4° NIVEL | | | 2,717.00 | |
| | | | Circulacion y Muros 30% | 815.10 |
| | | | TOTAL | 3,532.10 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

JARDINES , PATIOS Y ESTACIONAMIENTOS
JARDINES, PATIOS Y ESTACIONAMIENTOS
Primer Nivel

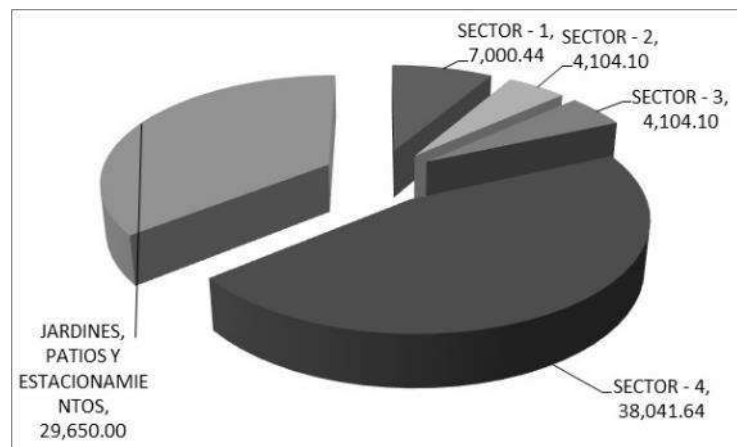
| | AMBIENTE | CANTIDAD | A. NETA | A. TOTAL M2 |
|--|--|----------|-----------|------------------|
| | Patio de Exhibicion 1 | 1 | 1,260.00 | 1,260.00 |
| | Patio de Exhibicion 2 | 1 | 2,200.00 | 2,200.00 |
| | Area de juegos | 1 | 1,600.00 | 1,600.00 |
| | Jardines, caminos | 1 | 11,790.00 | 11,790.00 |
| | Estacionamiento | 1 | 3,900.00 | 3,900.00 |
| | Patio de maniobras(carga y descarga 1 | 1 | 5,100.00 | 5,100.00 |
| | Patio de maniobras(carga y descarga 2 | 1 | 3,800.00 | 3,800.00 |
| | TOTAL | | | 29,650.00 |
| | Parcial | | | 29,650.00 |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

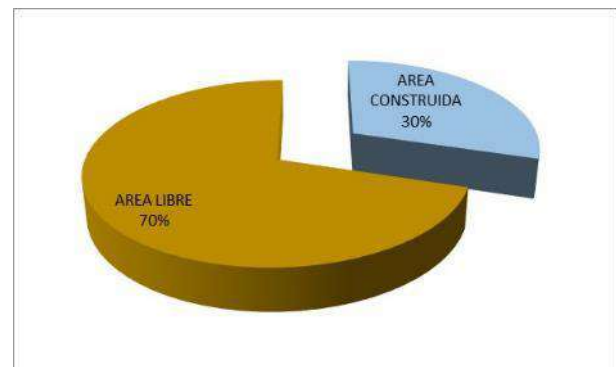
AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

RESUMEN DE AREAS

| ZONAS | COMPONENTES | COLOR | CANT. | AREANETA | PARCIAL |
|-------------------|--|-------|-------|-----------|------------------|
| | SECTOR - 1 | | 1 | 7,000.44 | 7,000.44 |
| Z. COMERC. | SUPERMERCADO | | | 3,636.75 | |
| | CASA IDEAS | | | 2,860.00 | |
| ZONA .ADM. | ADMINISTRACION | | | 162.71 | |
| Z. SERV. MT. | MANTENIMIENTO | | | 340.98 | |
| | SECTOR - 2 | | 1 | 4,104.10 | 4,104.10 |
| Z. COMERC. | TIENDA DEPARTAMENTO - PARIS | | | | |
| | SECTOR - 3 | | 1 | 4,104.10 | 4,104.10 |
| Z. COMERC. | TIENDA DEPARTAMENTO - SAGA FALABELLA | | | | |
| | SECTOR - 4 | | 1 | 38,041.64 | 38,041.64 |
| Z. FINANC. | LOCAL FINANCIERO | | | 1,413.10 | |
| ZONA COMERCIAL | AGENCIAS TELEFONICAS | | | 1,245.14 | |
| | LOCAL COMERCIAL | | | 18,023.20 | |
| | SPA Y BARBERIA | | | 1,149.33 | |
| | GYM | | | 1,141.40 | |
| Z. COMIDAS | PATIO DE COMIDAS | | | 7,675.59 | |
| Z. RECREAC. | CINE | | | 3,861.78 | |
| | SALAS DE JUEGOS | | | 3,532.10 | |
| | JARDINES, PATIOS Y ESTACIONAMIENTOS | | 1 | 29,650.00 | 29,650.00 |
| | PATIOS DE EXHIBICION | | | | |
| | AREAS VERDES, JARDINES Y CAMINOS | | | | |
| | ESTACIONAMIENTO | | | | |
| | PATIO DE MANIOBRAS (CARGA Y DESCARGA) | | | | |
| | TOTAL | | | | 82,900.28 |



| | |
|------------------------|-----------|
| AREA TOTAL DEL TERRENO | 55,000.00 |
| AREA CONSTRUIDA | 16,347.93 |
| AREA LIBRE | 38,652.08 |



4.2.- Partido Arquitectónico

4.2.1.- Estudio previo

4.2.1.1.- Criterios y Premisas de Diseño

4.2.1.1.1.- Criterios de Diseño

El centro comercial basado en el criterio formal se ha diseñado para transmitir diversas sensaciones y emociones en la población que concurra a dicho establecimiento. Tales como:

Confort

Se tendrá en cuenta algunas estrategias de diseño para contrarrestar los efectos del clima.

Brindando espacios que produzcan climas cálidos, con la seguridad de transitar por el lugar en la indagación de un artículo adquirirlo y disfrutar la estancia.

Recreación

Una de las incógnitas que muestra el sector, es la poca presencia de áreas verdes, parques o espacios de recreación. Con este proyecto se busca cubrir esa necesidad y hacer de este lugar un espacio agradable, seguro y tranquilo donde los usuarios puedan acceder y hacer uso de todos los servicios.

Forma y función

- Estructura y ambientes arquitectónicos definidos.
- Crear ambientes compactos de modo que cada zona tenga la mejor visual desde el terreno.
- Presentar volúmenes compactos de manera que se relacionen y funcionen unos con otros.
- Plantear espacios integradores como hall o patios, que den una sensación de apertura hacia donde quiero dirigirme.

4.2.1.1.2.- Premisas de Diseño

La premisa de diseño es la solución aun sin fin de condicionantes a aplicar según el contexto (método de diseño), a diversas ideas expuestas, tomadas del desarrollo de la propuesta de diseño, en este caso tomamos como primera referencia la forma en todo su conjunto y la relación que guarde con el entorno y el usuario. Realizando un estudio de forma y función se finaliza que las premisas de diseño arquitectónico plasmadas en este proyecto están basadas:

a) Tendencia

Para el proyecto se tomará en cuenta el desarrollo volumétrico y tratamiento de fachadas, las tendencias actuales que imperan en el mercado nacional para este tipo de proyectos, tanto en temas de materiales como en el manejo de los mismos, sin embargo buscará también adherir nuevas propuestas a las ya existentes, para que el proyecto pueda enriquecer la tipología a la que pertenece que es la Arquitectura Moderna.

b) Accesibilidad

Se considerarán accesos diferenciados para el público usuario, empleados y mercaderías, utilizando los dos accesos que circundan al terreno del proyecto.

En este tipo de proyecto se da prioridad al acceso peatonal, desarrollando así accesos bien definidos que direccionan hacia escaleras o ascensores que te llevan hacia los demás pisos.

Respecto al acceso vehicular, se proyectara paraderos para el usuario que llegue con movilidad publica y estacionamientos para el usuario que llegue con movilidad particular, todo será a través de vías bien marcadas que den hacia el estacionamiento, diferenciadas para usuarios, usuarios discapacitados y trabajadores, así también estacionamientos (patio de maniobras) desde el cual se ingresa a

los distintos servicios que brinda el proyecto, a través de circulaciones horizontales bien definidas.

c) Satisfacción de necesidades

El proyecto conformara componentes bien definidos, que responderán a las necesidades de los usuarios, brindando servicios como el intercambio comercial, la socialización en la búsqueda de productos, la sana diversión y entretenimiento, el esparcimiento libre, seguro y tranquilo a todo el público que recurra a dicho establecimiento.

El espacio conformado por componentes, asegurara confort y buena estabilidad, esto permitirá que el público pueda acceder de manera cómoda y segura a todos los locales del proyecto, usando los componentes más complejos como imanes, generando así un movimiento comercial adecuado en el sector.

4.2.1.2.- Conceptualización

La conceptualización arquitectónica está basada en el "Objetivo Conceptual" considerando avivar la sensibilidad del hombre; no es por gusto la contracción que hay en cuanto al espacio geométrico y al espacio percibido por el hombre, siendo esta una fuente de poder afectivo y normativo.

Grafico 13 - Forma Figura



Fuente. Claudia Gentile - FullBlog

a) Concepción de la Forma General del Centro Comercial

La propuesta Arquitectónica que se plantea es para que sirva de ejemplo de cómo tener un adecuado lugar donde esparcir el sano entretenimiento y esparcimiento, enmarcado en un lugar cerrado que refleje seguridad y confort.

El proyecto de conceptualiza como espacio donde:

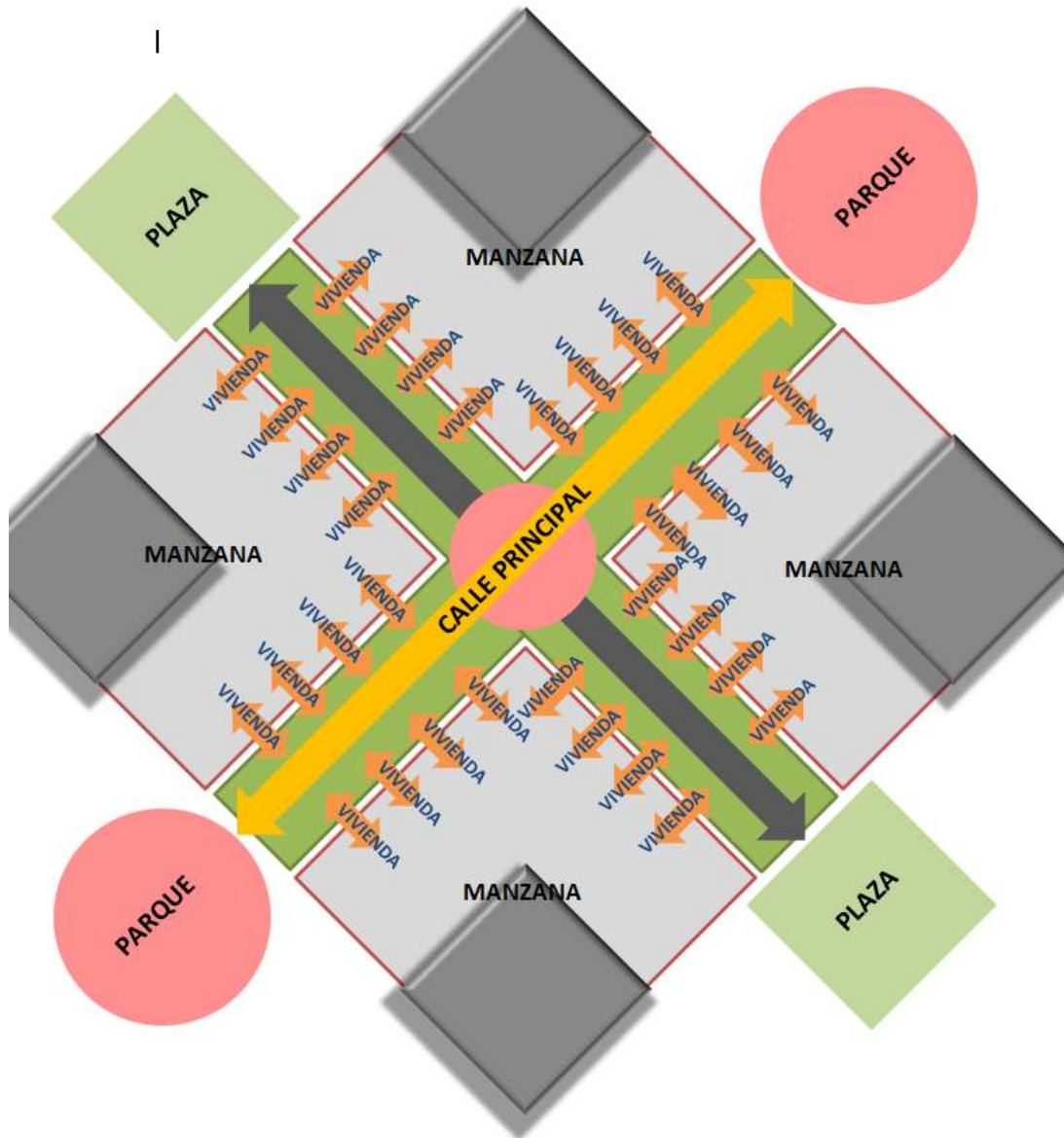
El usuario puede realizar sus actividades libremente.

Se brinde servicios para el sano entretenimiento y esparcimiento.

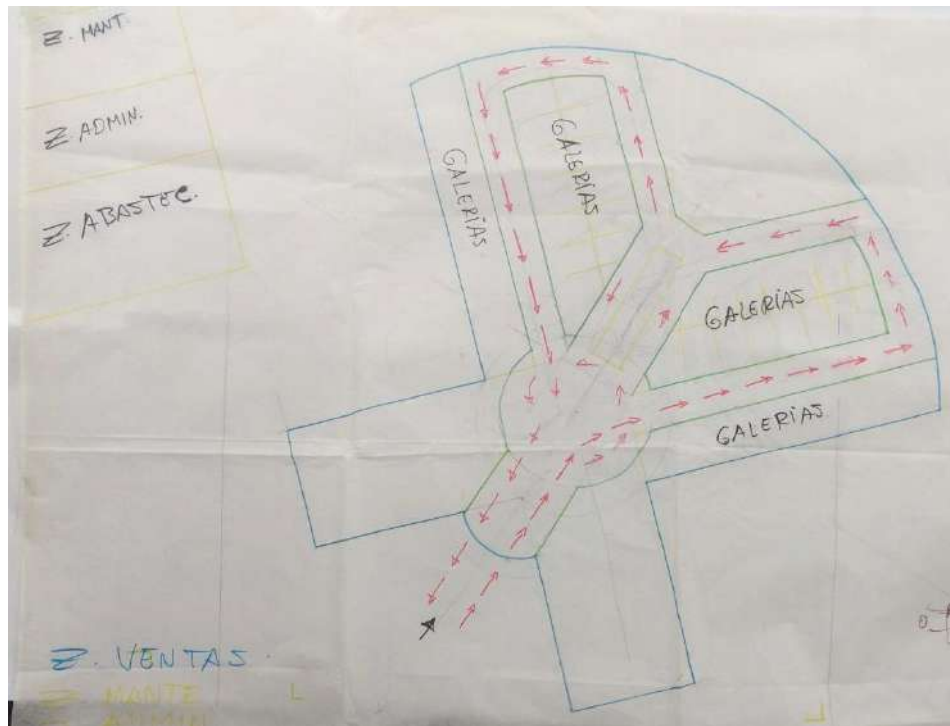
El usuario tenga el acceso a todos los servicios básicos y de pan llevar, sin restricción alguna.

Se realice actividades culturales, de diversión, lugar de concentración que permita y refleje seguridad y confort.

Grafico 14 - Concepción de la Forma



Fuente. Elaboración Propia



Fuente. Elaboración Propia

b) Configuración simétrica

Se tiene como propuesta consolidar los componentes que encontramos en una calle, avenida, tales como viviendas, vías, parques, veredas, áreas verdes. Porque al ubicarme en un punto o punto estratégico me permite observar todo alrededor y al final del recorrido llegar hacia un espacio amplio, verde o de concentración.

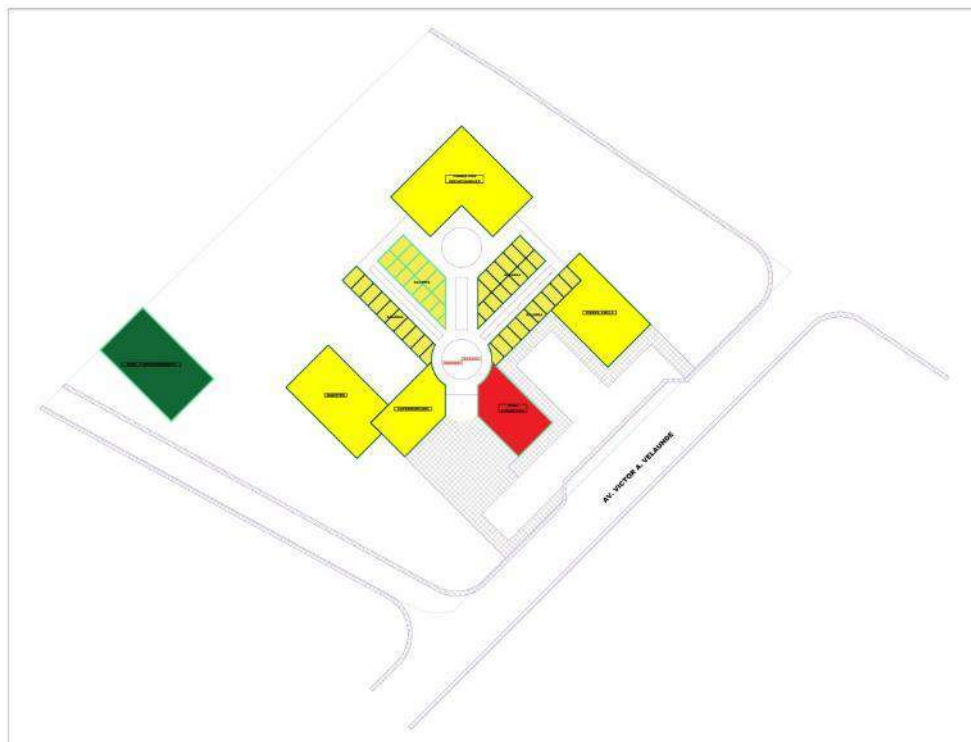
La imagen rectora adoptada para el Centro Comercial es de tipo cuadricular, simétrico, con el principal objetivo de llegar a un punto de concentración, observar todo alrededor y decidir a donde dirigirse, llegando hacia otro punto de concentración que a la vez sirva de descanso para continuar con el recorrido.

Se toma como concepto proponer una adecuada arquitectura al lugar, adaptado a la arquitectura referencial de la zona para no alterar el medio que lo rodea, buscando que el proyecto se inserte dentro del contexto creando armonías tanto espacial como visual, con proporciones y escala.

Por lo tanto, la concepción del Centro Comercial se desarrolla a través de Componentes Formales, representados en una calle, con una arquitectura moderna que represente al entorno sin alterar el contexto.

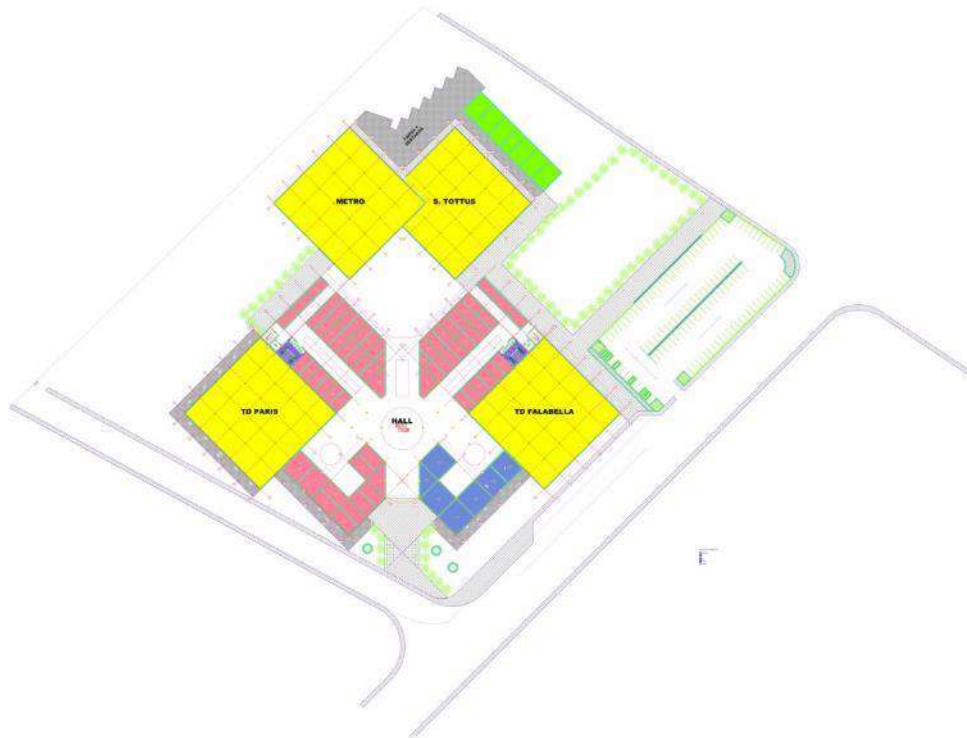
Proponiendo un método simétrico estructural para así concebir el estilo, volumen del Centro Comercial.

Grafico 15 - Análisis de la configuración simétrica obtenida desde la concepción del proyecto



TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Fuente. Elaboración Propia

4.2.1.3.- Partido Arquitectónico

El proyecto del "Centro Comercial" se realiza tomando como concepto "Componentes Formales de una calle".

La toma de partida es el comienzo a la medida en cuestión arquitectónicas (conceptualización, idea rectora), para darle diseño a los volúmenes y realicen su trabajo.

forma a los espacios diseñados y cumplan con su función, función que estará diseñada en dirección al viento y trayecto del sol, para que así el centro comercial sea sustentable y tenga un valor agregado.

- Crear espacios públicos que sirva de referencia para encuentros, reuniones, al centro comercial (concepto ciudad).
- Aprovechar al máximo transitar, caminar y recorrer todos los espacios para la compra de productos y objetos.
- El proyecto está diseñado teniendo en cuenta la dirección del viento y recorrido del sol.
- En cuanto a la trama es modular y lineal el cual facilitara el recorrido dentro del centro comercial.

Para esto nos enfocamos en el modelo de estilo arquitectónico moderno apoyado en la tipología de arquitectura popular, teniendo en cuenta su ubicación, el entorno, los materiales, el usuario a quien está dirigido.

Para lograrlo, se utilizará los siguientes factores:

✓ **Volumen**

Asimilación y dispersión volumétrica, la cual se logra utilizando en el proyecto los el análisis conceptual elegido, generando una forma inicial básica y pura, a la cual se le dará complejidad con el uso de elementos variados como accesos, recorridos, así como la dotación de parques, que emule los parques sociales.

✓ **Materiales**

Los cuales deberán evocar modernidad, para lo cual se utilizarán materiales de apariencia pétreo, vidrio, PVC, madera y concreto, logrando así una apariencia hotelera, que haga que el usuario perciba la sensación de modernidad y naturaleza.

✓ **El Espacio**

Aprovechamiento de espacios horizontales, que permitan un alto grado de flexibilidad y expresión individual volumétrica, es por ello que se plantea espacios simples, funcionales que en todo sentido atraigan al usuario.

El espacio sorpresa y plurales será esta vez la naturaleza con estrecha relación con los volúmenes articulando estas formas volumétricas mediante recorridos dando el impulso de integración con la volumetría y el contexto ambiental.

✓ **Organización,**

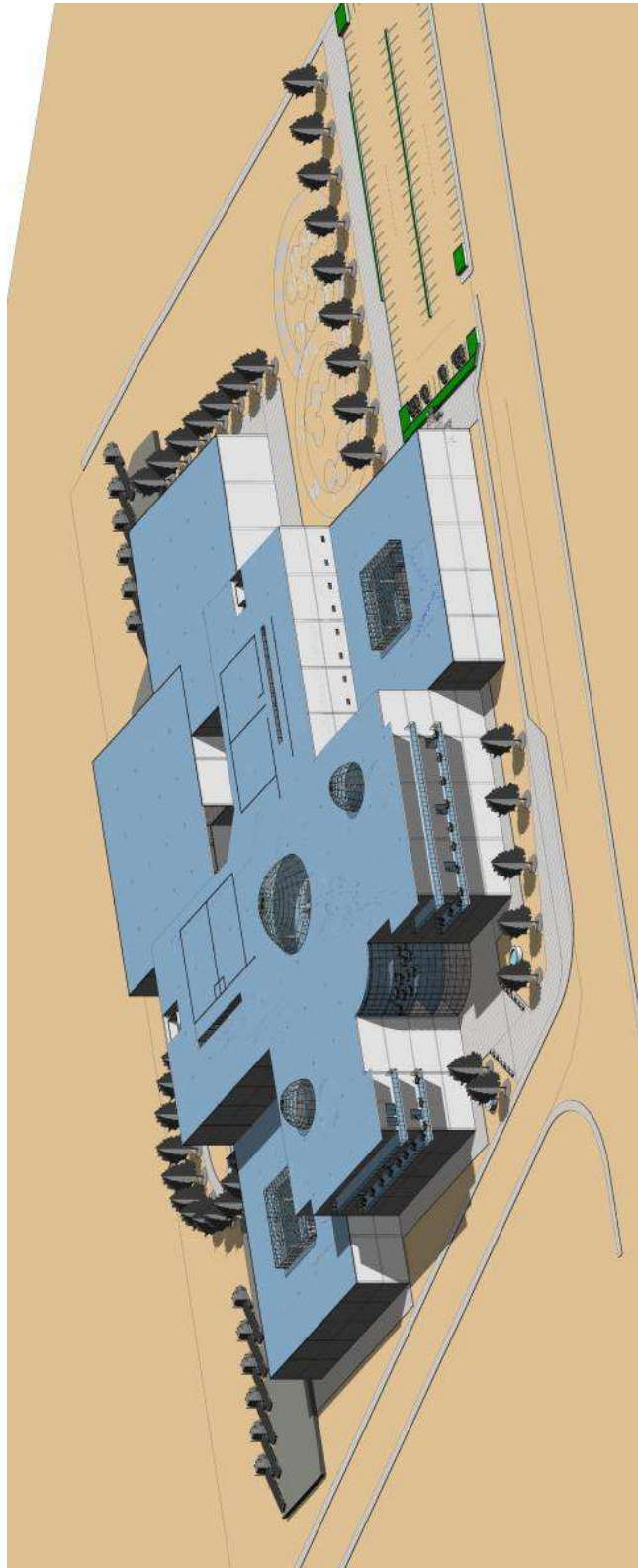
En el conjunto encontramos 4 Sectores, sector 1, Sector 2, Sector 3, Sector 4.

- Sector 1, encontramos los Supermercado Metro y Casa Ideas, administrativa y mantenimiento.
- Sector 2, encontramos una Tienda por departamento (Paris) y área de juegos Infantiles.
- Sector 3, encontramos una Tienda por departamento (Saga Falabella) y estacionamiento.
- Sector 4, encontramos los locales financieros, agencias telefónicas, galería, spa, gym, patio de comidas, cine, zonas de juegos.

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

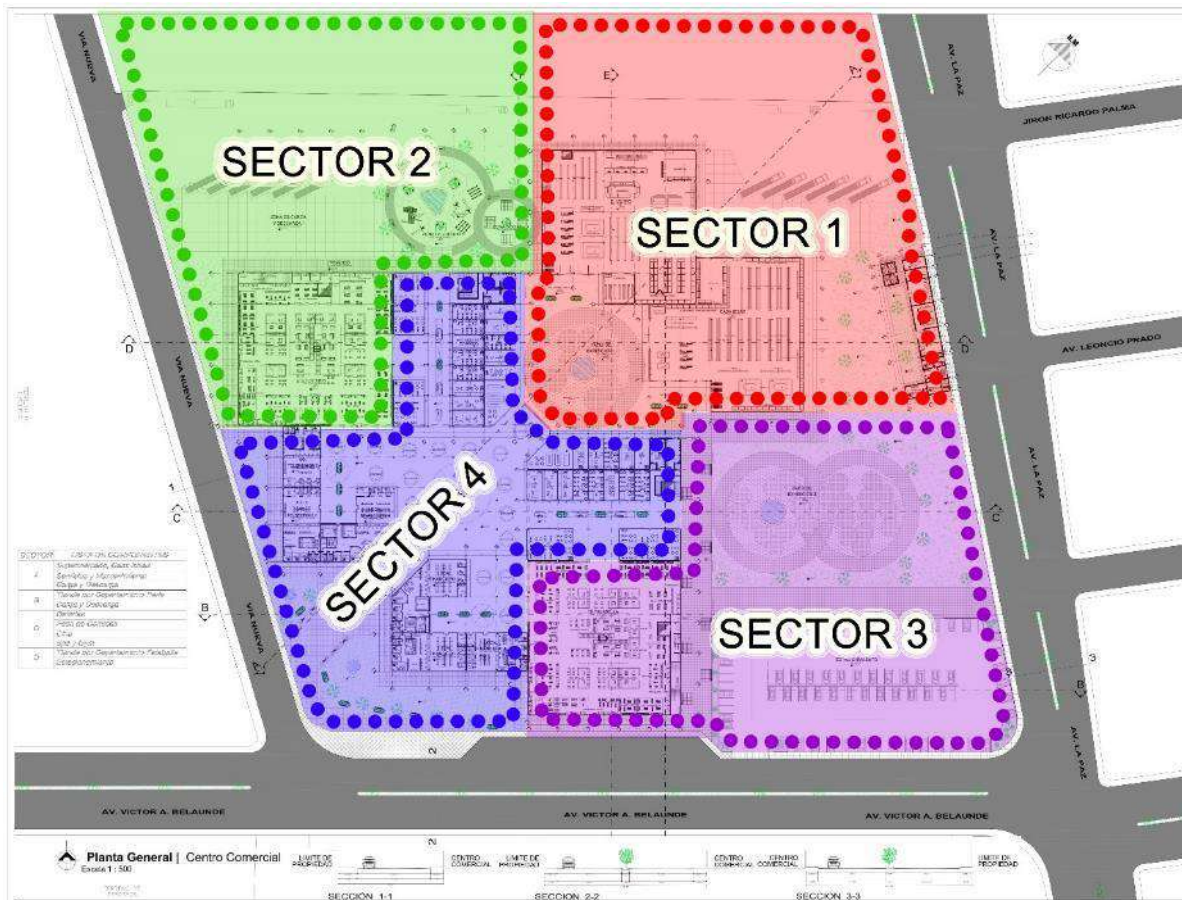
AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Grafico 16 – Imagen Objetivo

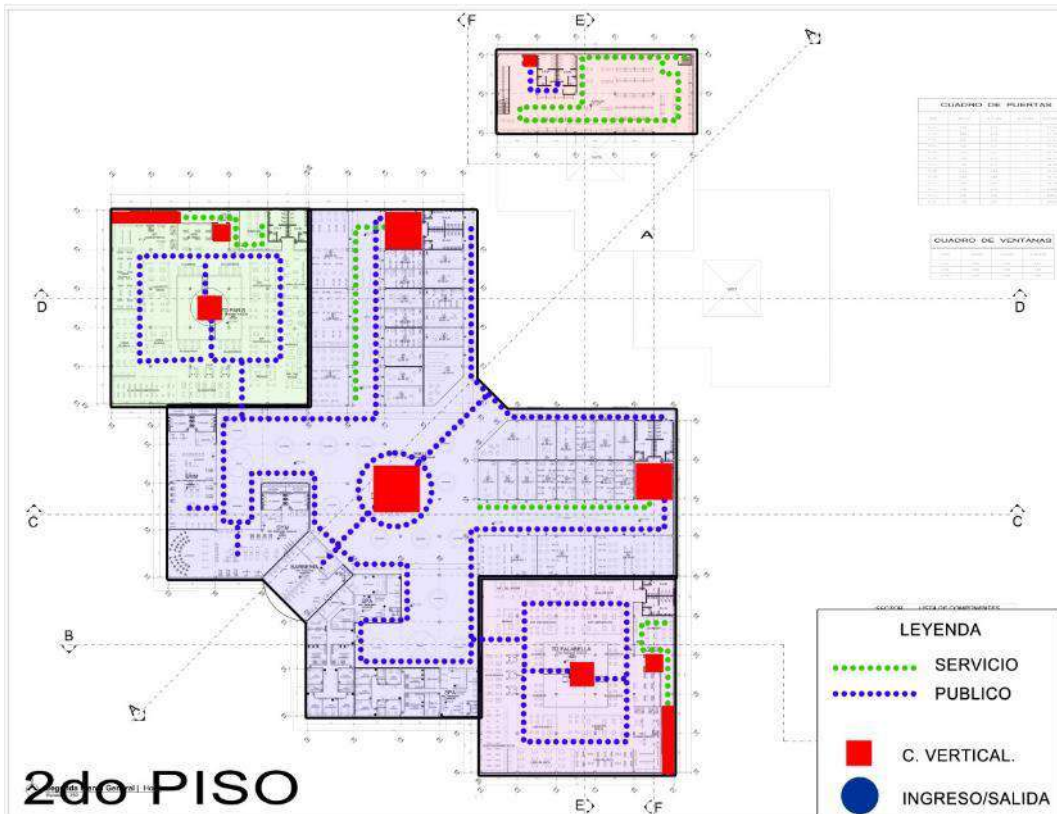
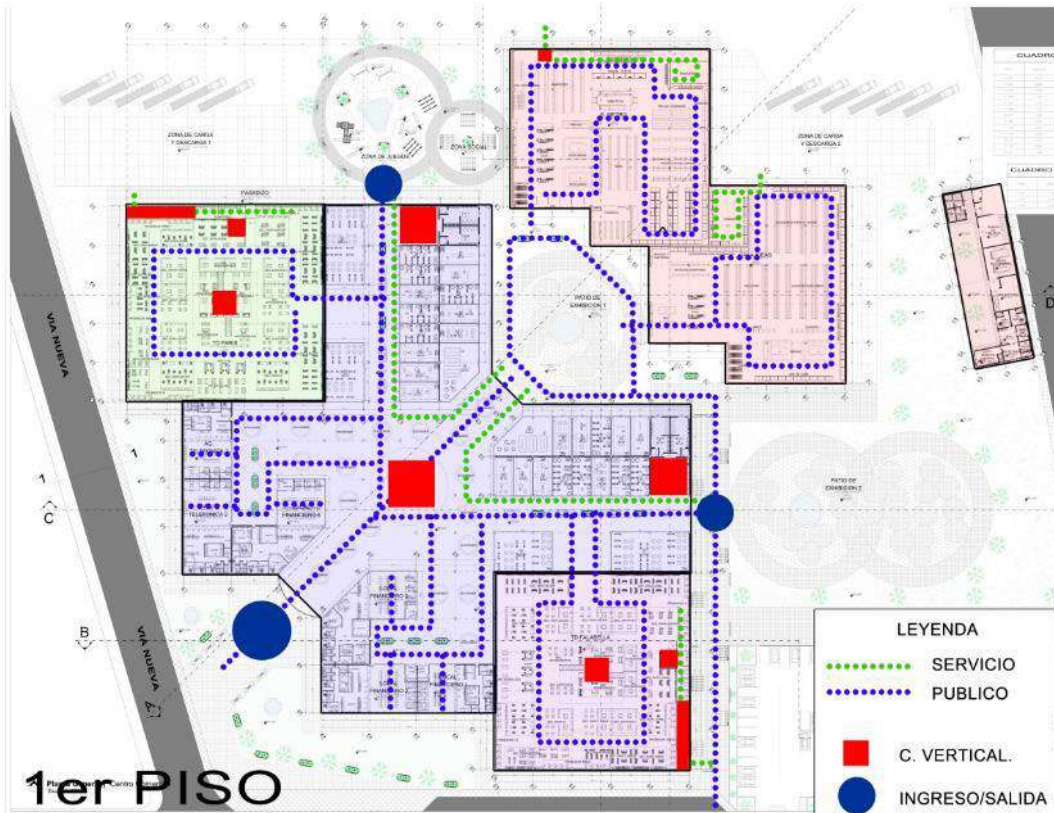


Fuente. Elaboración Propia

4.2.1.4.- Esquema general de conformación de sectores

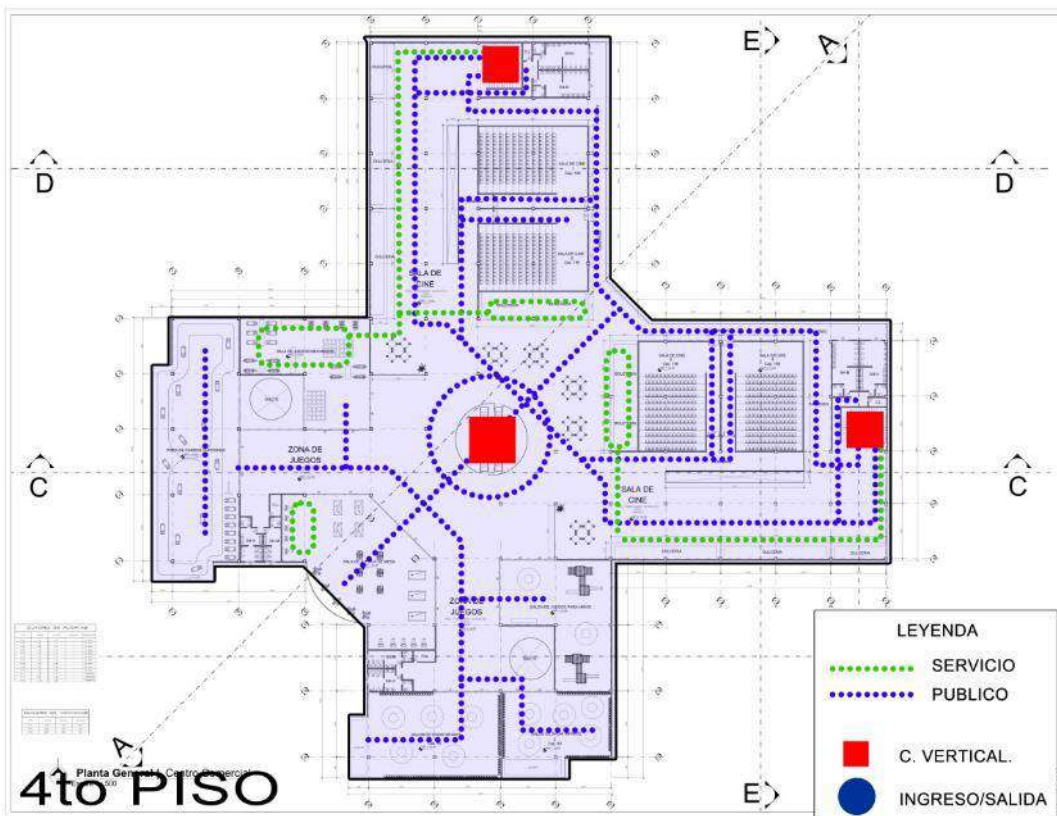
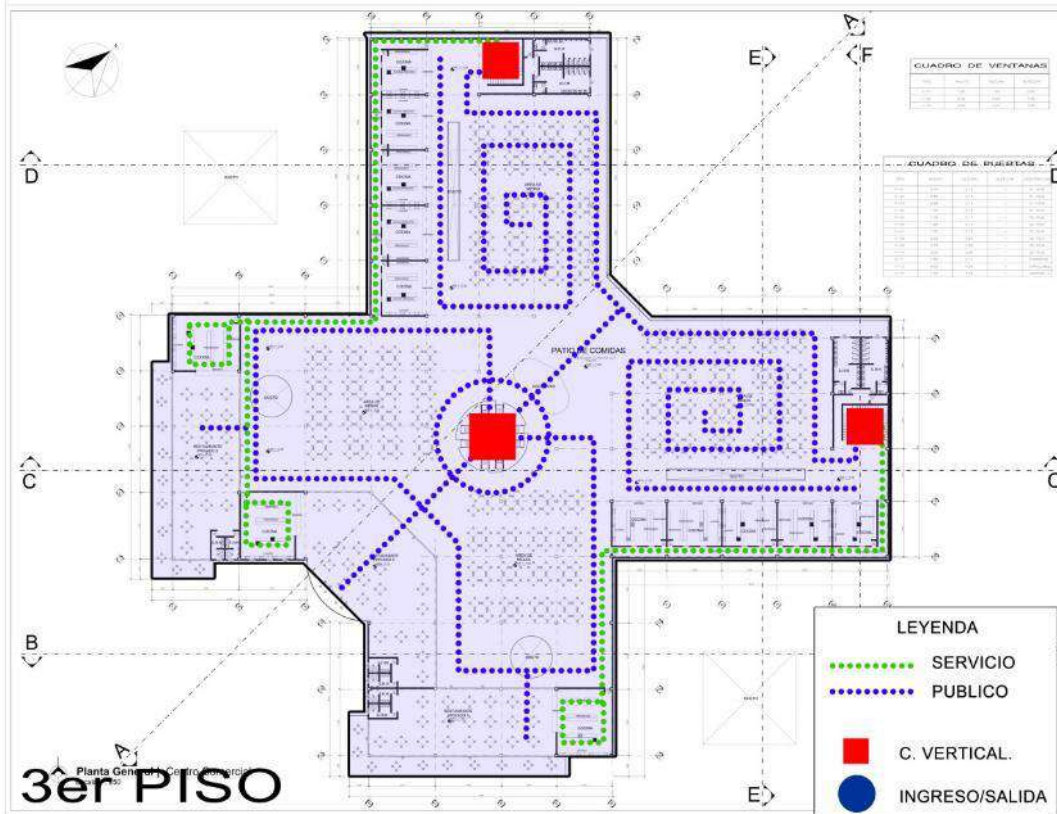


4.2.1.5.- Diagramas de circulación



TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



4.2.1.6.- Zonificación interna



Zonificación Primer Piso



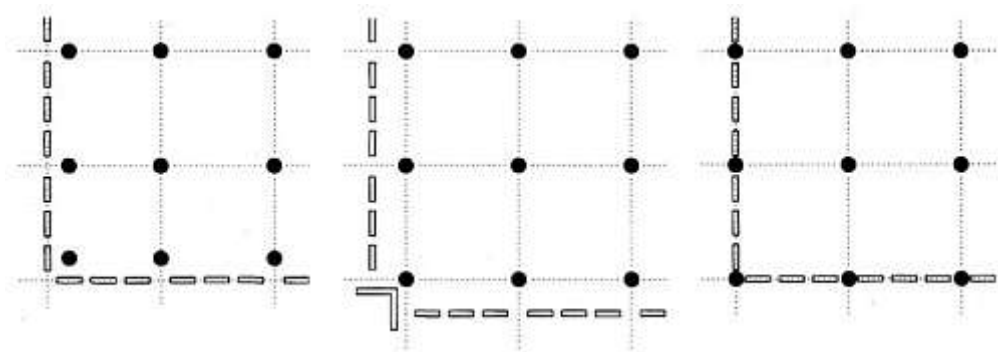
Zonificación Segundo Piso

4.2.1.7.- Criterios de modulación espacial

El sistema estructural de proyecto, será en sistema a porticado de concreto armado y estructura metálica, tal como se puede apreciar en los planos de estructuras (cimiento y losa aligerada). Los componentes están diseñados para el sistema estructural a porticado comprendiendo de cimientos corridos, zapatas aisladas, columnas y columnetas, vigas y losas aligeradas.

Los componentes tienen dos sistemas de modulación espacial de 10 x 10 y 12 x 12, según el criterio estructural para centros comerciales con más de un nivel y con cargas para alto tránsito, teniendo en cuenta también el tipo de suelo que presenta la zona.

Grafico 17 - Criterio de modulación

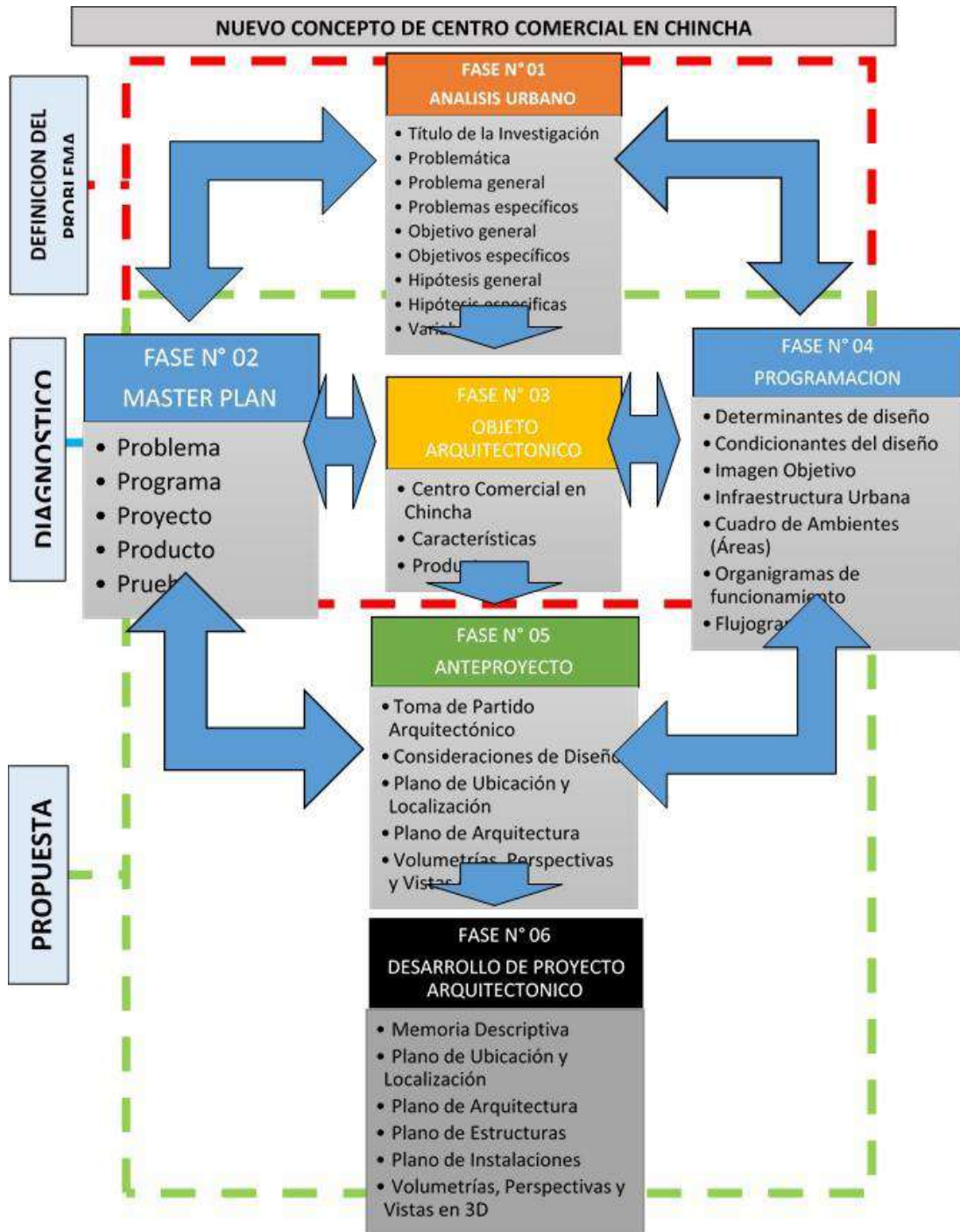


Fuente: Construmática

4.2.1.8.- Criterios de tratamiento volumétrico y paisajístico

Con respecto al tratamiento volumétrico, se ha tenido en cuenta el entorno que rodea al proyecto, para ser coherente con el medio (contexto). El sector costero presenta características paisajísticas que influirán en la infraestructura, es por eso que en el proyecto se incluirá mucho las áreas verdes y arborizaciones.

4.2.2.- Esquema de síntesis



4.3.- Anteproyecto arquitectónico

4.3.1.- Consideraciones técnicas para el diseño arquitectónico

4.3.1.1.- Requerimiento para el confort y la seguridad

Entre el individuo-espacio tiene que haber una relación muy íntima. Gran parte de nuestras experiencias emocionales se realiza en el espacio físico que a la vez es territorio emocional. Es una fuente de estimulación, información y acción. Introduciendo cambios cognitivos y fisiológicos como por ejemplo los estados efectivos, emocionales y sentimientos.

Un establecimiento está diseñando teniendo en cuenta, todas las condicionantes que son de suma importancia para cumplir y aplicar con mucha esperanza y firmeza para una mejor clase de actividad en los usuarios. Siendo importante saber los deseos, necesidades e intenciones de los usuarios y así iniciar el diseño del equipamiento, estética y organización del mismo proyecto arquitectónico. Hay que tener en cuenta que todos los espacios comunes, como: el hall de entrada, los espacios de servicios y recreación, áreas verdes, son espacios que se presta para la interacción cultural social y las relaciones entre los mismos usuarios (compradores).

La forma de estudiar la dimensión en la que un grupo de personas intercambian palabras y comparten un espacio, muchas veces es por la necesidad de mirar, dialogar y comprender la importancia de la convivencia y el vínculo de los individuos. **(Barker, Wright, 1960)**.

Podemos entender la importancia del estudio en cuanto al ambiente, la utilización del lugar y la relación que existe entre el espacio y la humanidad.

- **Confort Iluminación.** – La mayoría de ambientes tienen iluminación natural, siendo necesaria también la colocación de instrumentos, elementos que faciliten iluminación de forma artificial. Por lo que la iluminación será de manera directa y también indirecta, observando el espacio para que la luz sea cálida, tenue, generando espacios cálidos y reconfortales.
- **Confort ventilación** – Se plantea que la ventilación sea natural y cruzada, creando recorridos de aire por la mitad del vano en muros. En algunos casos se está planteando la ventilación artificial, en áreas únicamente requeridas tales como: ambientes cerrados de concentración masiva de usuarios, el área de cocina.
- **Confort térmico.** – Se plantea la utilización de materiales espaciales que ayuden a regular la temperatura en los interiores de cada ambiente para que se mantenga fresco en la estación de verano y caliente en la estación de invierno.
- **Confort Acústico.** – Se plantea la colocación o empleo de materiales tales como la madera o yeso para controlar los ruidos y olores de acuerdo al espacio a utilizar.
- **Confort visual-** Se plantea que los vanos sean amplios para así asegurar la visualización y sobre todo por el tipo de proyecto se utilizara mamparas de vidrios, cerramientos en vidrios y espacios abiertos porque se necesita mostrar, exhibir el producto.
- **Seguridad.** - Todas las actividades a realizar por el usuario dentro del establecimiento, tienen puntos de concentración o zonas seguras de reunión para concentrarse en caso de sismos, así mismo contara con la señalética adecuada de acuerdo a norma del RNE, INDECI.

4.3.1.2.- Requerimiento para la selección de acabados

a) Acabados

En exteriores emplear materiales que reflejen modernidad, estética, con acabados en muro cortina de vidrio laminados, espejos, celosías, carteles de publicidad, tarrajeo fino.

En muros se empleará, concreto simple y el revestimiento será con tarrajeo fino, celosías de madera, drywall o triplay, dependiendo del espacio a utilizar.

En cielos rasos se empleará concreto simple y revestimiento con tarrajeo fino, también se empleará baldosas acústicas, lana de fibra de vidrio con el objetivo de ofrecer un buen confort.

b) Pisos

En el proyecto se empleó diferentes tipos de pisos tales como:

- Piso mayólica (cerámico), colocado en ambientes donde tienen por actividad la necesidad fisiológica, tales como los servicios higiénicos, duchas.
- Piso Porcelanato antideslizante, colocado en espacios de alto tránsito, porque posee un muy buen aguante y sobre todo porque ayudado a mejorar la estética del lugar.
- Piso de Cemento Pulido Bruñado, colocado especialmente en áreas de circulación peatonal y zonas de servicio.
- Piso de Mosaico, colocado especialmente en espacios abiertos, donde se quiera aplicar técnicas artísticas, con el fin de decorar el ambiente o lugar, ya sea con formas o figuras.
- Piso de Asfalto, colocado especialmente en lugares de tránsito vehicular, ejemplo. Estacionamientos.
- Piso cerámico antideslizante, colocado en ambientes de oficina, área administrativa.

c) Color

En el proyecto se empleará colores que reflejen vida, paz, armonía y que de alguna manera sean característicos de la zona, teniendo en cuenta los tonos, matiz y la magnitud del espacio, analizando también el contexto y entorno, proponiendo colores derivados del negro y sus matices, del verde y sus matices, del rojo y sus matices, del azul y sus matices y colores pasteles.

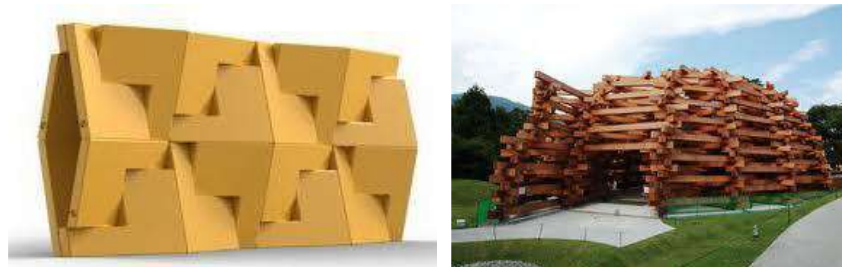
4.3.2.- Consideraciones técnicas de ingeniería

4.3.2.1.- Conceptualización y requerimiento estructural

Se considera estructura porque da soporte, sostiene y distribuye las cargas, por lo mismo se dice que es el equilibrio fijo en la construcción, debiendo efectuar el uso de organizar. **(Diez, 2005, pg. 18)**

Siendo importante saber los conceptos básicos de sistema estructural.

Grafico 18 – Conceptualización Estructural



La estructura como función

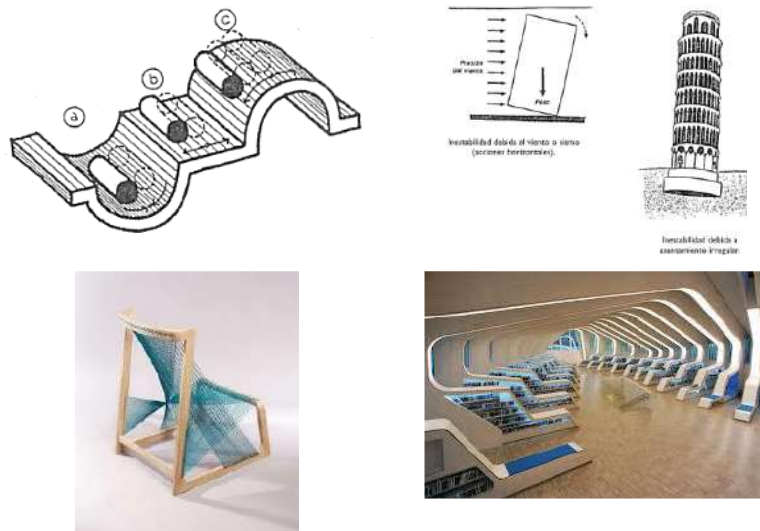
Teniendo como función sostener su peso mismo, cargas agregadas, traslapar fuerzas en todo el proceso. **(Engel, 2001).**

Exigencias básicas estructurales

- Equilibrio: Toda la carga se va los apoyos, generando una acción de una reacción, estas cargas se distribuyen en los

- apoyos. Equilibrio estático, es la condición para que un cuerpo sea entregado a muchas fuerzas.
- Estabilidad: no debería haber alteraciones por aparecer o desaparecer las cargas.
 - Resistencia: la estructura debe ser integrada en todas sus partes, para que no exista peligros. Eso depende mucho de los buenos materiales a utilizar, materiales de calidad con las cantidades suficientes para sostener las cargas a las que estará sometida.
 - Función: debe cumplir con lo detallado en el proyecto, la parte estructural es la responsable de como funcione o responda la edificación ante un desastre.
 - Estética: depende del planteamiento del proyecto, en muchas ocasiones se puede observar como la estética en la estructura sobre sale en su más grande esplendor.

Grafico 19 – Requerimientos Básicos de la Estructura



La estructura es eficiente cuando resiste cargas, consume menos materiales, salva luces y tiene un presupuesto asequible.

4.3.2.2.- Requerimiento para instalaciones hidráulica y energéticas

Instalaciones Hidráulicas

La empresa SEMAPACH, es la encargada de suministrar el servicio de agua potable al distrito, para el proyecto se plantea abastecer de agua potable, por tuberías de alimentación directa que vienen de la red pública, hacia un tanque cisterna, mediante un sistema hidroneumático almacenara y distribuirá a cada espacio que tenga el proyecto, el sistema de agua fría es de PVC, mientras que el de agua caliente es de cobre CPVC.

Así mismo, para la excreta de aguas servidas y residuales, se ha considerado el sistema convencional con uso de las redes públicas de alcantarillado, provisto por SEMAPACH.

Instalaciones Energéticas

La empresa Luz del Sur, es la que proporcionara el suministro electrico para el proyecto. La carga disponible para todo el proyecto, dependerá de los equipos a utilizar en cada tienda o espacio, teniendo como tensión general 220V. Se tiene como provisión la colocación del tablero general y varios tableros de distribución.

De cada tablero de distribución saldrán los circuitos de alumbrado, tomacorriente, interruptores, etc., mediante tubos de plásticos, cajas galvanizadas, teniendo como único objetivo la conducción de red a los diferentes puntos solicitados.

Iluminación Interior:

En ambientes internos la iluminación será atravez de centros de luz y aparatos empotrados. Se contempla en el proyecto la colocación de teléfonos, alarmas contra incendios, datas, aire acondicionado, detectores de humo.

Iluminación de Exteriores

La iluminación en la parte exterior del proyecto será con la instalación de lámparas empotradas, postes, faroles altos y faroles de pie con fotovoltaica de silicio cristalino, tiene una batería que acumula energía, esto permite que acumule energía en el día y funcione sin energía en la noche.

Teniendo como particularidad el ahorro de energía, teniendo como función iluminar todo el exterior, sin necesidad de energía eléctrica.

Grafico 20 - Lámpara Solar



4.3.3.- Consideraciones normativas de diseño

4.3.3.1.- Parámetros urbanísticos y edificatorios

Conforme a la zonificación vigente, se tomó en cuenta varias normas para establecer métodos de diseño, puesto que el país cuenta con la norma RNE, para establecimientos de Comercio enfatizado en las siguientes normas.

- A.010 - Condiciones generales de diseño.
- A.070 - Comercio.
- A.080 - Oficinas.

Tabla 9 – Cuadro de Parámetros

| ZONIFICACION | | --- | | CUADRO NORMATIVO | | | |
|-------------------------------|------------------------|-------------------------|--------------|----------------------------------|--|------------------|--|
| AREA DE ESTRUCTURACION URBANA | | --- | | PARAMETROS | | NORMATIVO | |
| REGION | ICA | USOS | | RDB - RESIDENCIAL DENSIDAD MEDIA | | | |
| PROVINCIA | CHINCHA | DENSIDAD NETA | | NO INDICA | | | |
| DISTRITO | PUEBLO NUEVO | COEF. DE EDIFICACION | | NO INDICA | | | |
| URBANIZACION | --- | % AREA LIBRE | | SEGÚN PROYECTO A EDIFICAR | | | |
| | | ALTURA MAXIMA | | SEGÚN PROYECTO A EDIFICAR | | | |
| NOMBRE DE LA VIA | AV. OSCAR R. BENAVIDES | RETIRO MINIMO | FRONTAL | 5.00 ML | | | |
| | | | LATERAL IZQ. | 5.00 ML | | | |
| N° DEL INMUEBLE | S/N | | LATERAL DER. | 5.00 ML | | | |
| MANZANA | S/N | | POSTERIOR | 5.00 ML | | | |
| LOTE | S/N | ALINEAMIENTO DE FACHADA | | SEGÚN PROYECTO A EDIFICAR | | | |
| | | AREA DE LOTE NORMATIVO | | SEGÚN PROYECTO A EDIFICAR | | | |
| SUBLOTE | S/N | FRENTE MINIMO NORMATIVO | | SEGÚN PROYECTO A EDIFICAR | | | |
| | | N° ESTACIONAMIENTO | | SEGÚN PROYECTO A EDIFICAR | | | |

Fuente: Elaboración el autor

4.3.3.2.- Requisitos para circulación y accesibilidad universal

Por otro lado, para aspecto de circulación y acceso universal de personas con discapacidad se debe tener en consideración las rampas, gradas y vanos entre otros; considerando la dimensión del proyecto y la altura que obedece al partido arquitectónico; entonces se tomó en cuenta y se utilizó específicamente las siguientes normas como el RNE y otras establecidas por el Ministerio de Salud:

-
- Norma A-120 Accesibilidad para personas con discapacidad y de las personas adultas mayores. RNE.
 - Norma A-130 Requisitos de Seguridad. RNE.
 - Norma técnica de salud N° 113-MINSA/DGIEMV.01.

4.3.3.3.- Parámetros de seguridad y previsión de siniestros

Los parámetros de seguridad y prevención de siniestros en edificaciones, están definidos dentro de normas peruanas e internacionales de las cuales se tiene:

- Norma A-130 Requisitos de Seguridad y Prevención de siniestros en Edificaciones. RNE.

4.3.3.4.- Normas Técnicas de diseño para instalaciones sanitarias

Las normas contienen los requisitos mínimos para el diseño de la instalación sanitaria de las cuales son:

- Norma IS.010 Requisitos de Seguridad y Prevención de siniestros en Edificaciones. RNE.
- Norma Técnica S-200 Instalaciones Sanitarias.

4.3.3.5.- Normas técnicas para la gestión de residuos sólidos

Las normas en residuos sólidos en nuestro País, se sostienen en normas nacionales tales como:

- "Constitución Política del Perú (CPP)".
- "Ley N° 28245, Ley Marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental".
- "Ley N° 28611, Ley General del Ambiente".
- "Decreto Legislativo N° 1013, Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio del Ambiente".
- "Ley N° 26842, Ley General de Salud".
- "Ley N° 27314, Ley General de Residuos Sólidos – y su Modificatoria el Decreto Legislativo N° 1065".

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

- "Decreto Supremo N° 057-2004-PCM, Reglamento de Ley General de Residuos Sólidos, 2004".
- "Decreto Supremo N° 008-2005-PCM, Reglamento Ley del Sistema Nacional de Gestión Ambiental del 2005".
- "Decreto Supremo N° 003-2013-VIVIENDA, Reglamento para la gestión y manejo de los residuos de las actividades de la construcción y demolición del 2013".

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

4.3.4.- Planos del Anteproyecto (a escala conveniente)

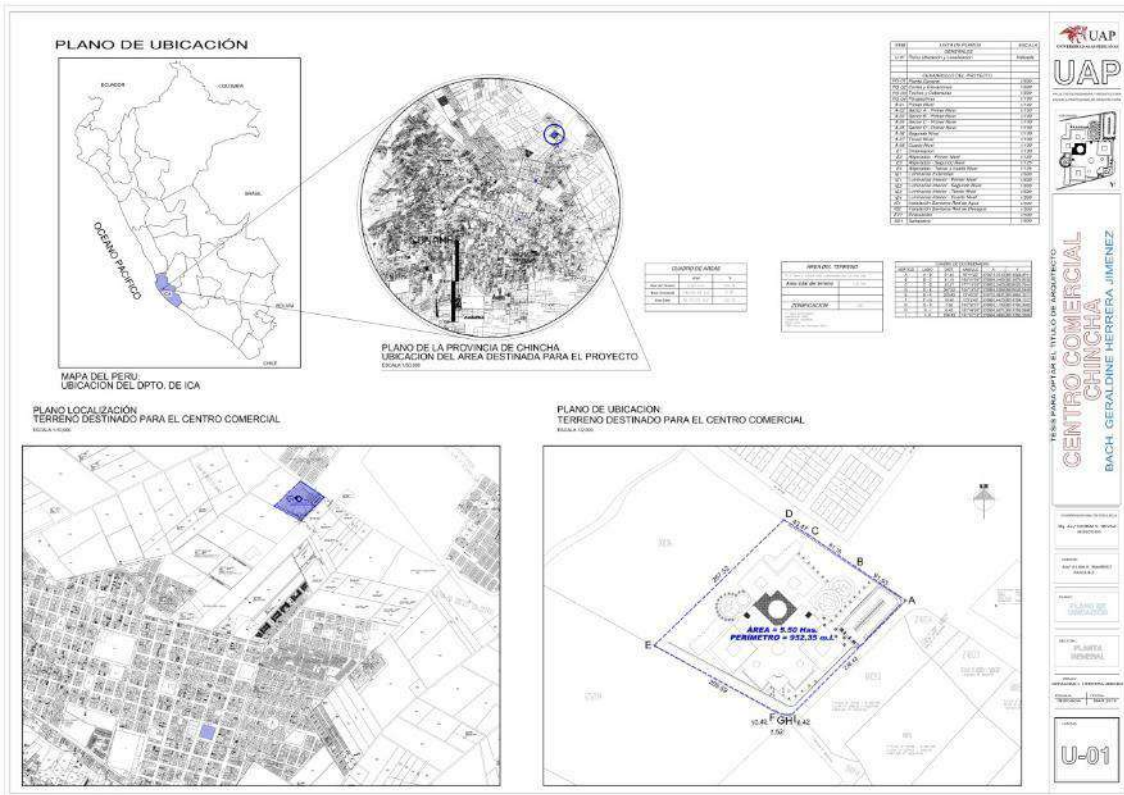
4.3.4.1.- Relación general de láminas

RELACION DE PLANOS A PRESENTAR

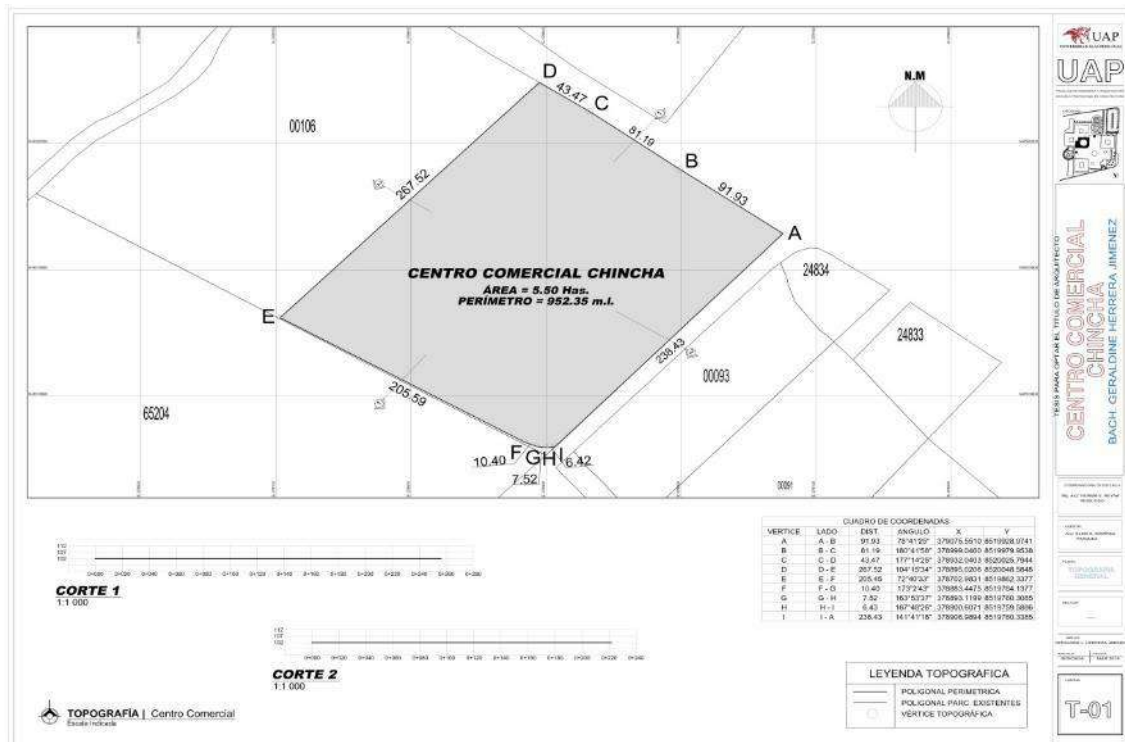
Bachiller: HERRERA JIMENEZ GERALDINE LUZ

| PLANOS | LAMINA | DESCRIPCION | CANTIDAD | FORMATO | |
|---------------------------------|--------|--|-----------------|---------|----|
| ARQUITECTURA | | | | | |
| Lamina | U 1 | Ubicación y Localización | 1 | A1 | |
| | T 1 | Topografía y Perimétrico | 1 | A1 | |
| | PG 1 | Planta General | 1 | A0 | |
| | PG 2 | PG - Cortes y Elevaciones | 1 | A0 | |
| | PG 3 | PG - Techos y Coberturas | 1 | A0 | |
| | PG 4 | PG - Perspectiva | 1 | A0 | |
| | PG 5 | PG - Plot Plan | 1 | A0 | |
| | A 1 | Primer nivel | 1 | A0 | |
| | A 2 | Sect A - Primer nivel | 1 | A1 | |
| | A 3 | Sect B - Primer nivel | 1 | A1 | |
| | A 4 | Sect C - Primer nivel | 1 | A1 | |
| | A 5 | Sect D - Primer nivel | 1 | A1 | |
| | A 6 | Segundo Nivel | 1 | A1 | |
| | A 7 | Tercer Nivel | 1 | A1 | |
| | A 8 | Cuarto Nivel | 1 | A1 | |
| | D 1 | Detalles Arquitectónicos y Constructivos | 1 | A1 | |
| | C 1 | Cuadro de Acabados | 1 | A1 | |
| ESTRUCTURA | | | | | |
| Lamina | E 1 | Cimentación | 1 | A0 | |
| | E 2 | Aligerados - 1er Nivel | 1 | A0 | |
| | E 3 | Aligerados - 2do Nivel | 1 | A0 | |
| | E 4 | Aligerados - 3er y 4º Nivel | 1 | A1 | |
| INSTALACIONES ELECTRICAS | | | | | |
| Lamina | IE 1 | LUMINARIAS EXTERIORES | 1 | A0 | |
| | IE 1 | Primer Nivel | LUM. INTERIORES | 1 | A0 |
| | IE 2 | Segundo Nivel | LUM. INTERIORES | 1 | A1 |
| | IE 3 | Tercer Nivel | LUM. INTERIORES | 1 | A1 |
| | IE 4 | Cuarto Nivel | LUM. INTERIORES | 1 | A1 |
| INSTALACIONES SANITARIAS | | | | | |
| Lamina | IS 1 | AGUA | 1 | A0 | |
| | IS 2 | DESAGUE | 1 | A0 | |
| SEGURIDAD | | | | | |
| Lamina | EV 1 | Evacuación | 1 | A0 | |
| | EV 2 | Señalización | 1 | A0 | |
| SUSTENTO AMBIENTAL | | | | | |
| Lamina | SA 1 | Sustento Ambiental | 1 | A1 | |
| TOTAL DE PLANOS | | | 32 | | |

4.3.4.2.- Plano de ubicación

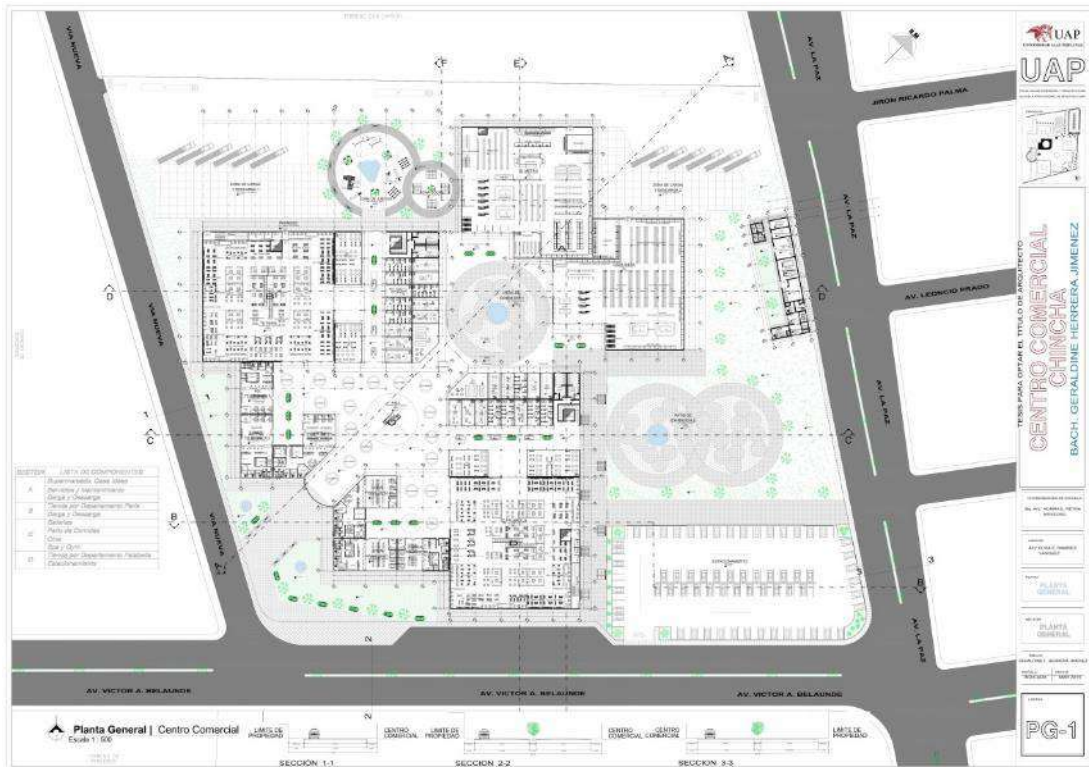


Plano de Ubicación

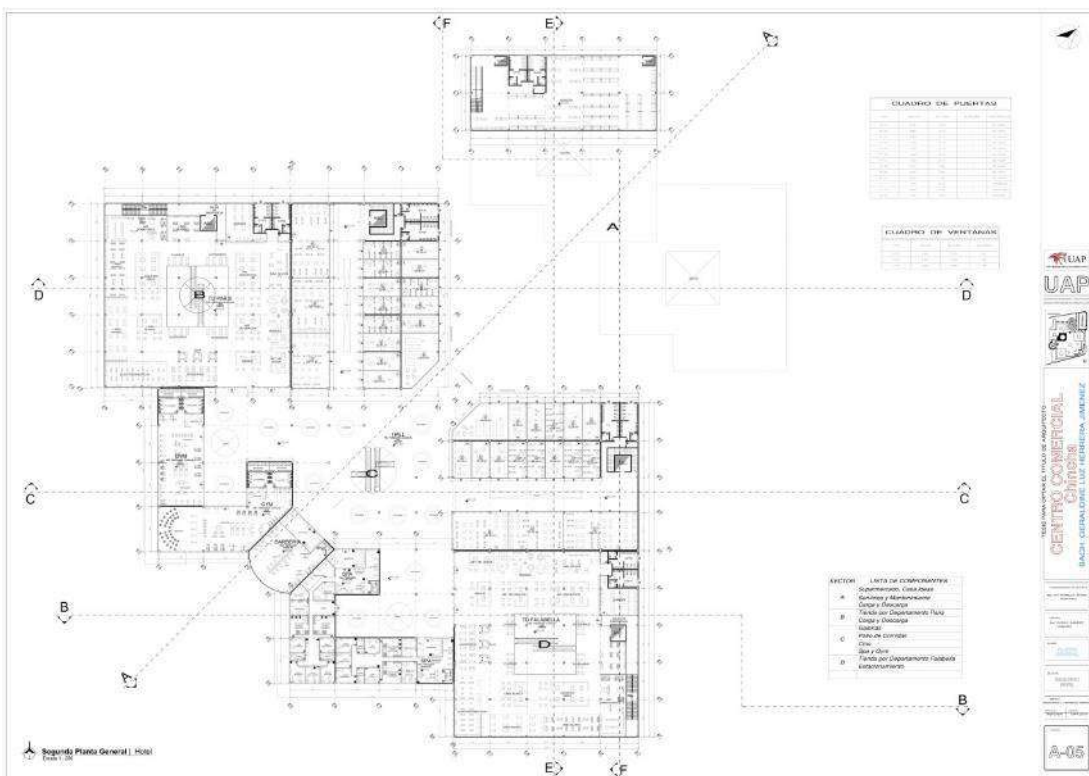


Plano Topográfico y Perimétrico

4.3.4.3.- Planos de conjunto



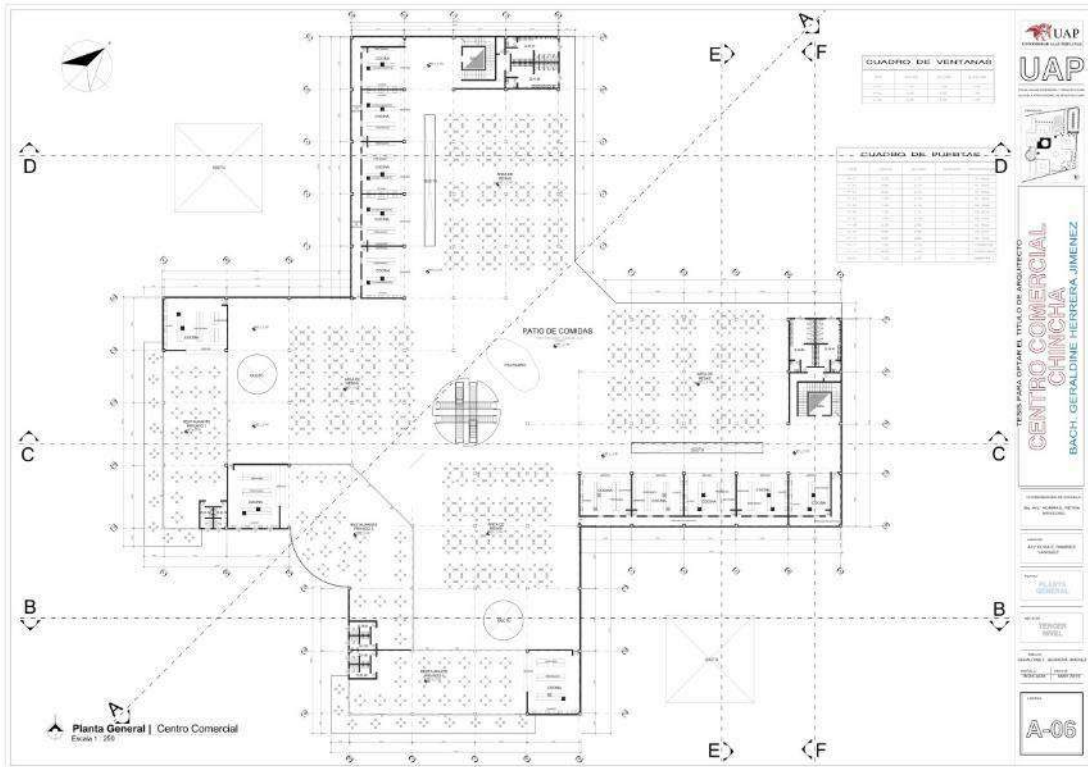
Plano Planta General



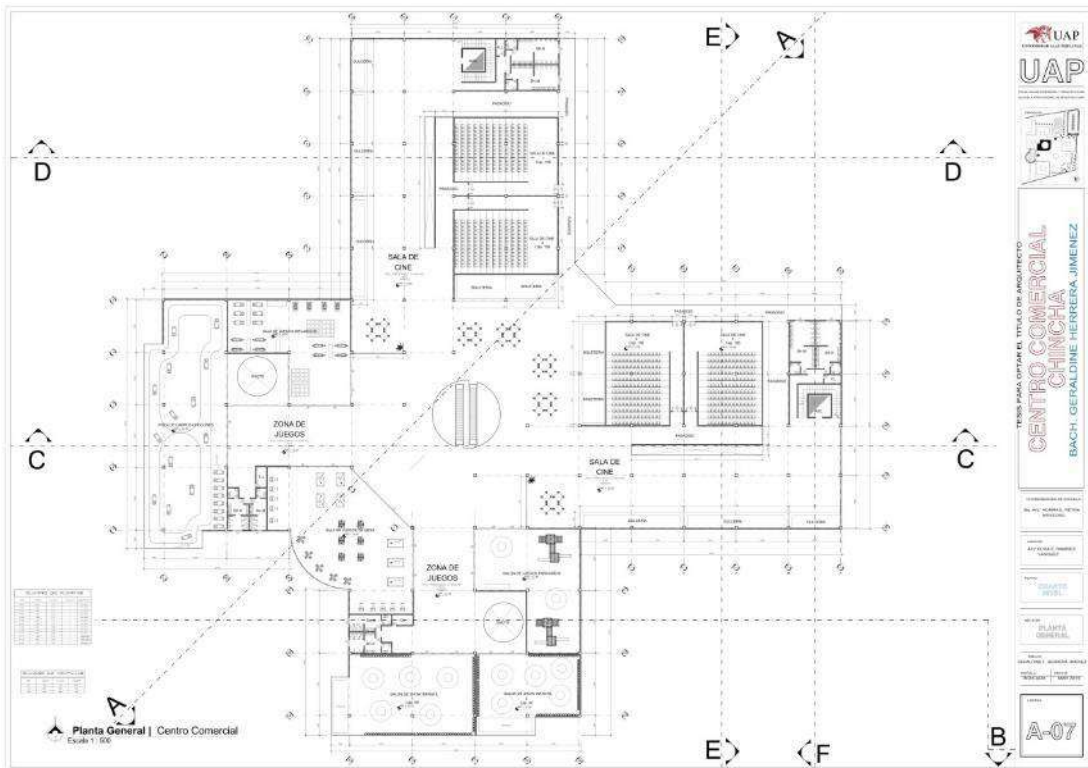
Plano Planta Segundo Piso

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

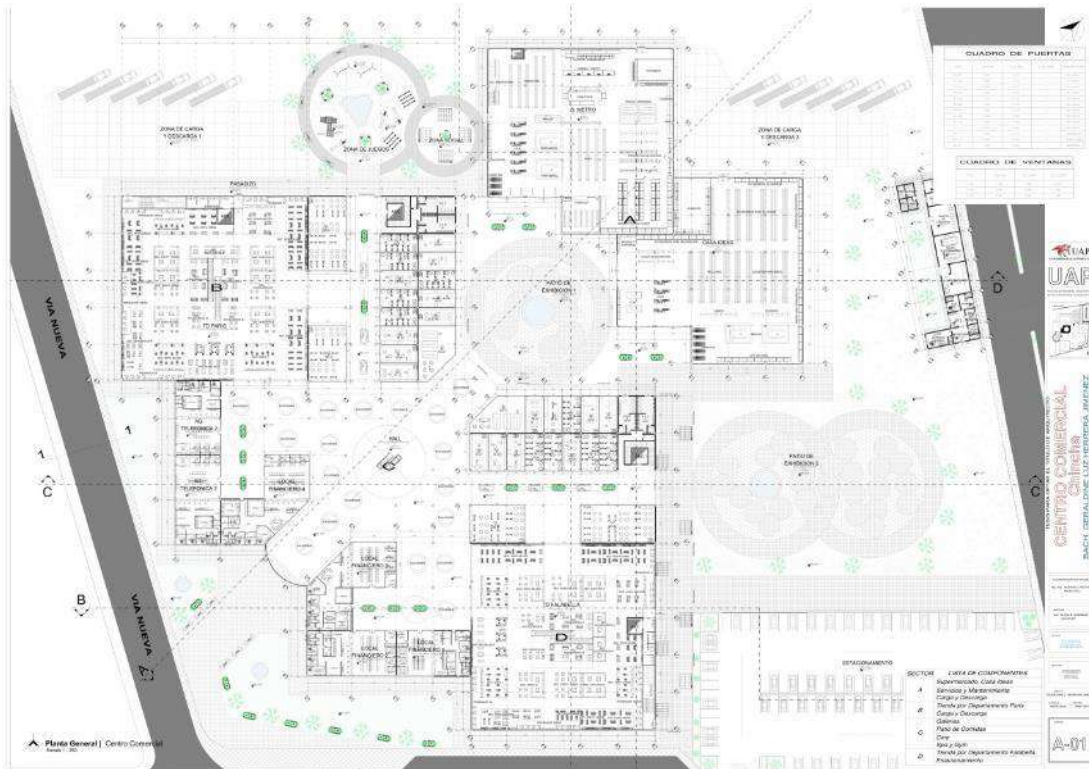


Plano Planta Tercer Piso

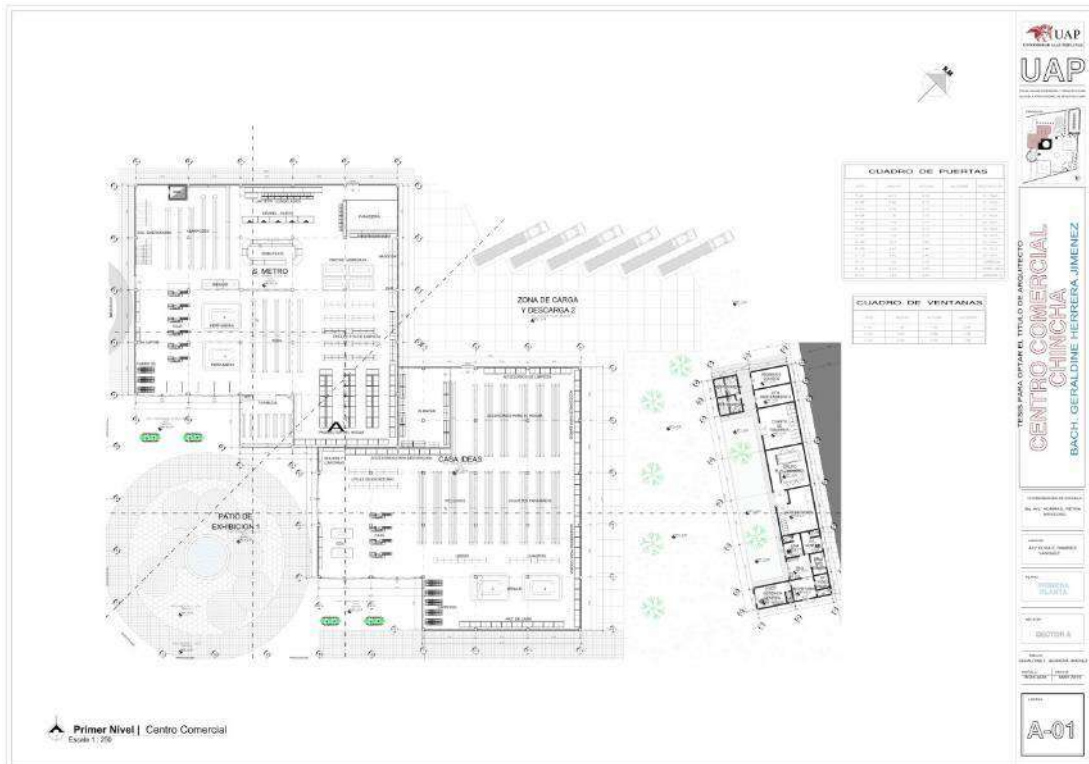


Plano Planta Cuarto Piso

4.3.4.4.- Planos de plantas, cortes y elevaciones



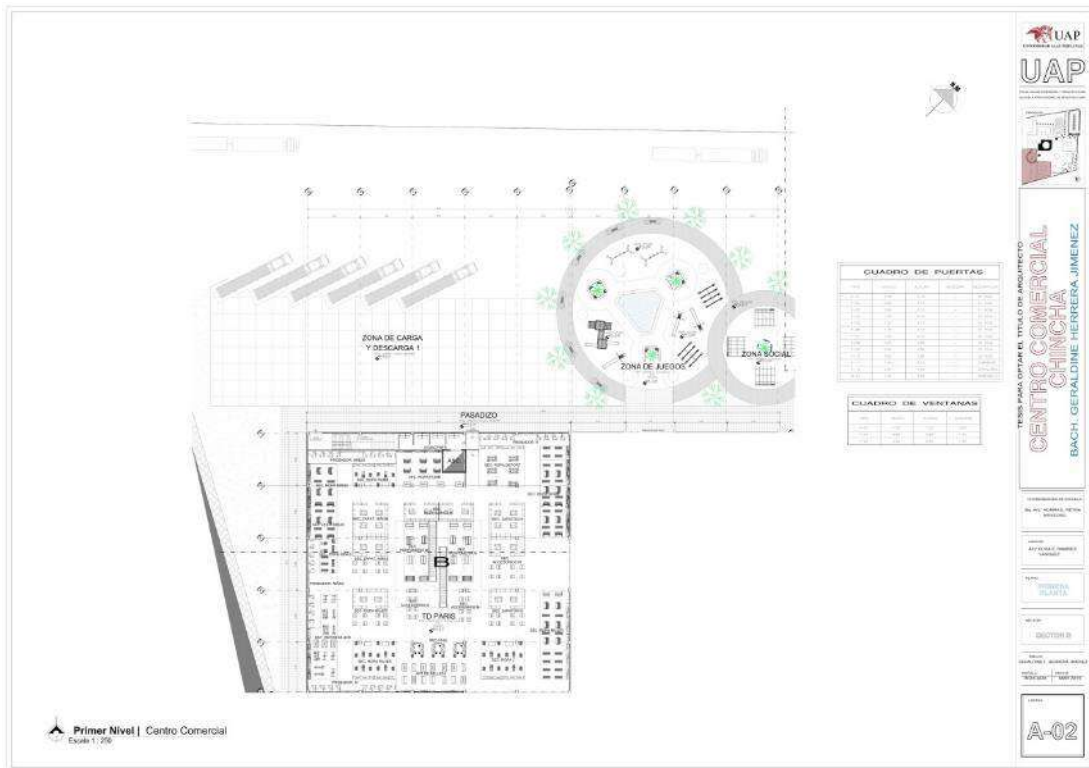
Plano de distribución General primer nivel



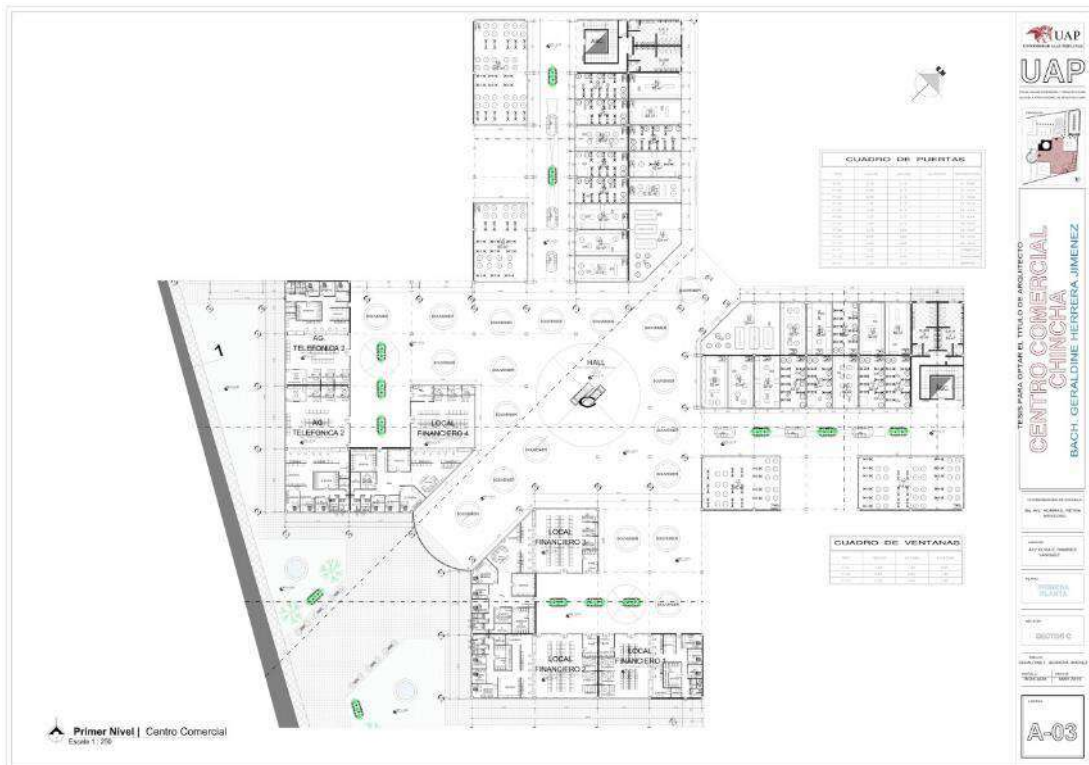
TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Plano de distribución General primer nivel



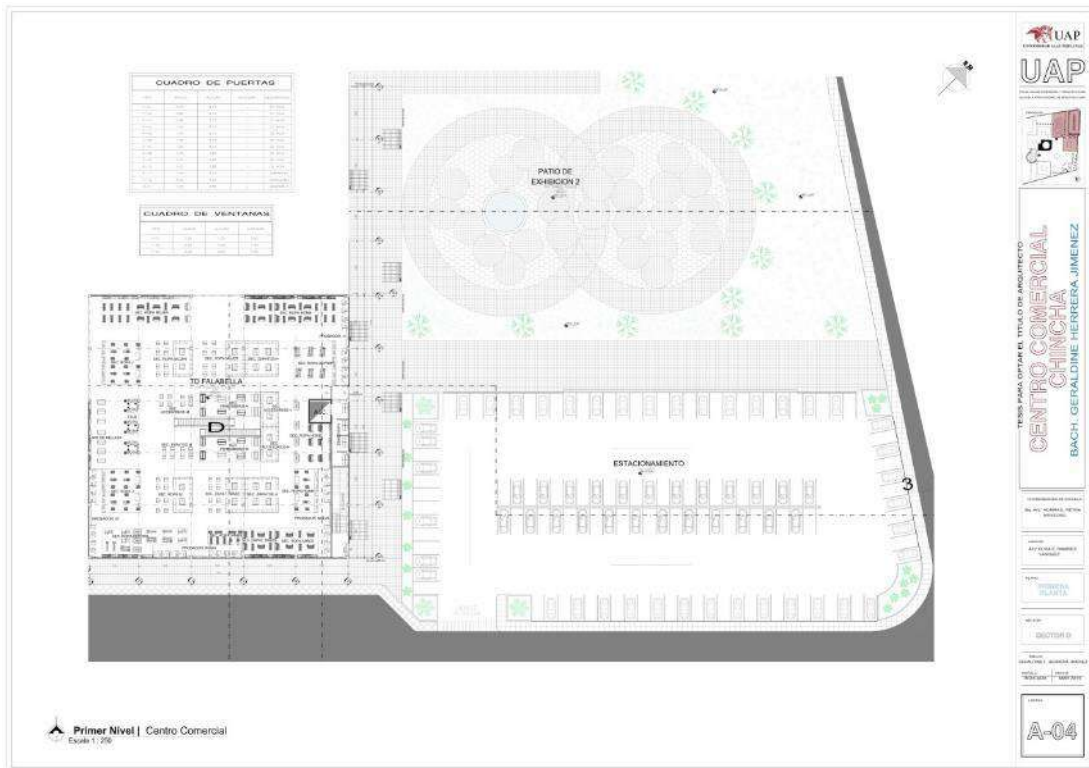
Plano de distribución primer nivel – Sector B



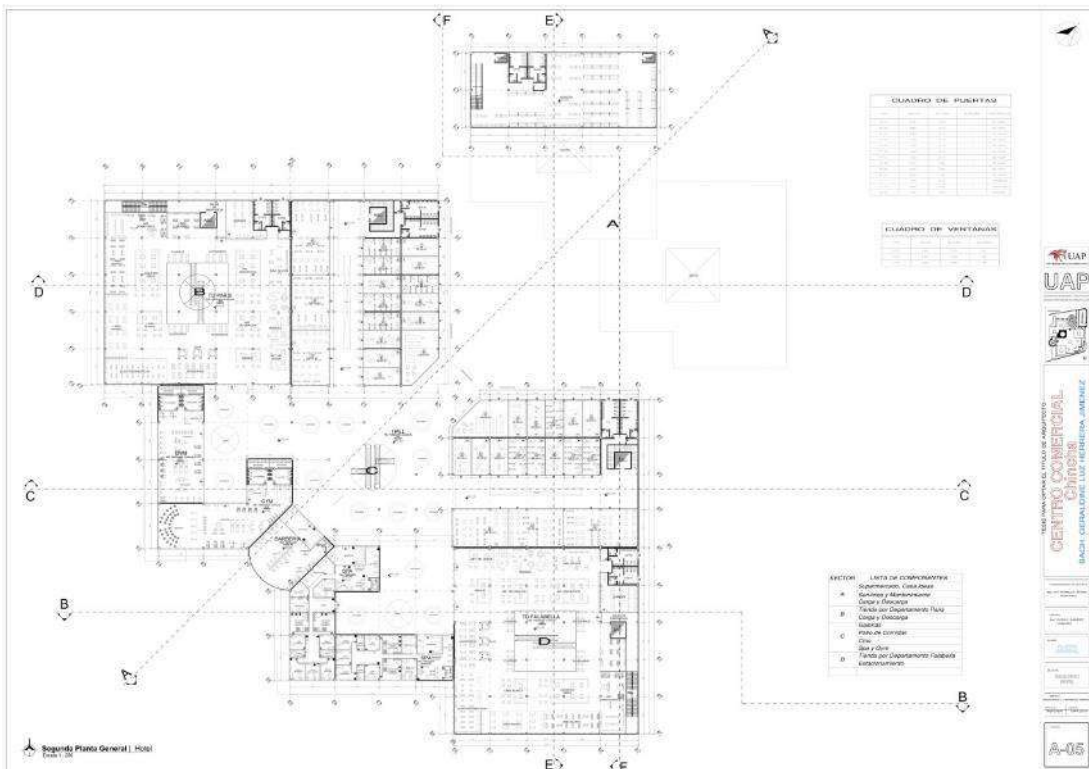
TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Plano de distribución primer nivel – Sector C



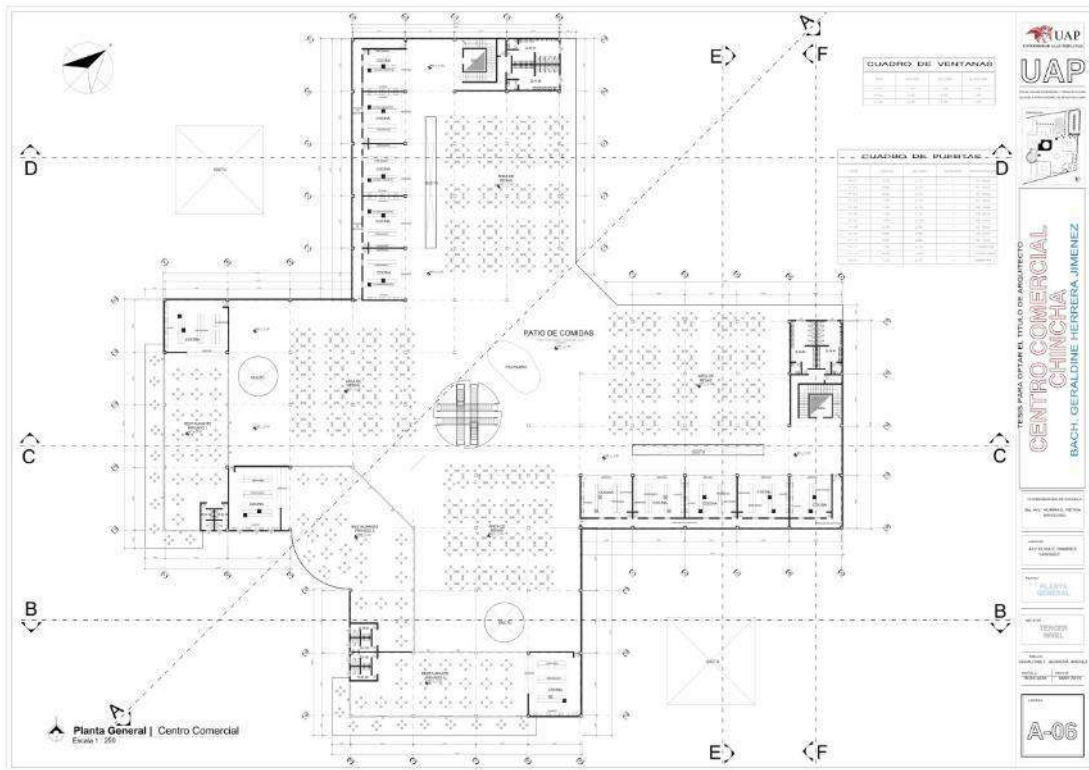
Plano de distribución primer nivel – Sector D



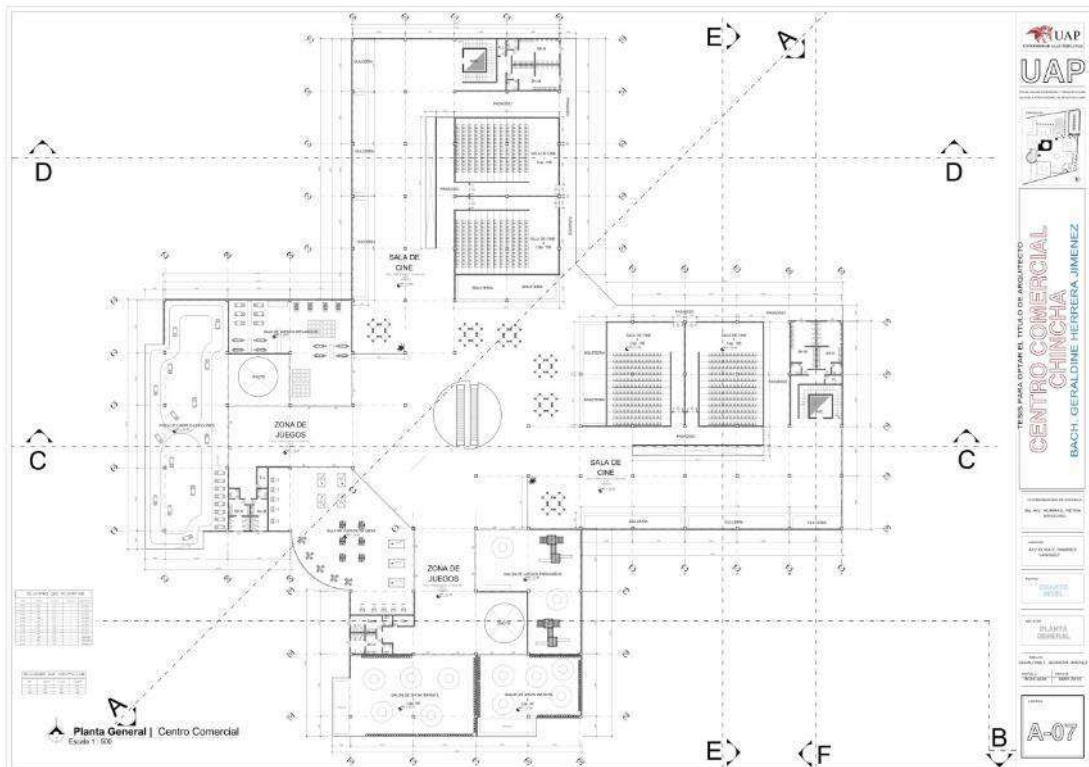
TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Plano de distribución segundo nivel



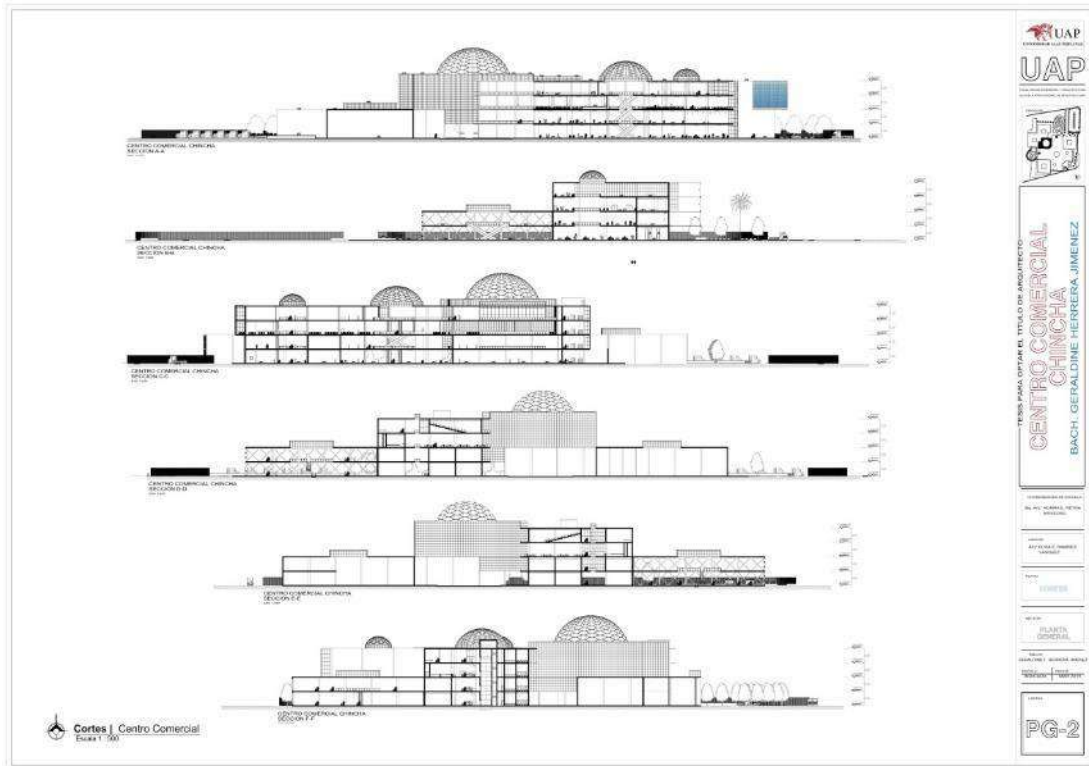
Plano de distribución tercer nivel



TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Plano de distribución cuarto nivel

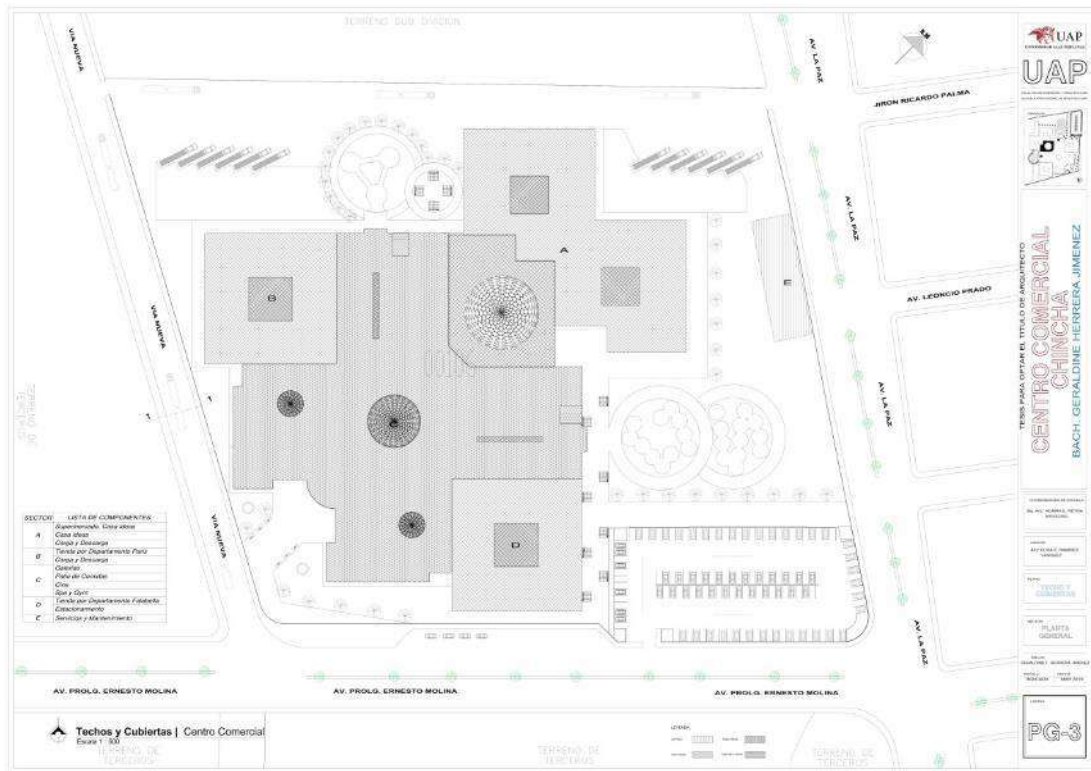


Plano de cortes y elevaciones

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

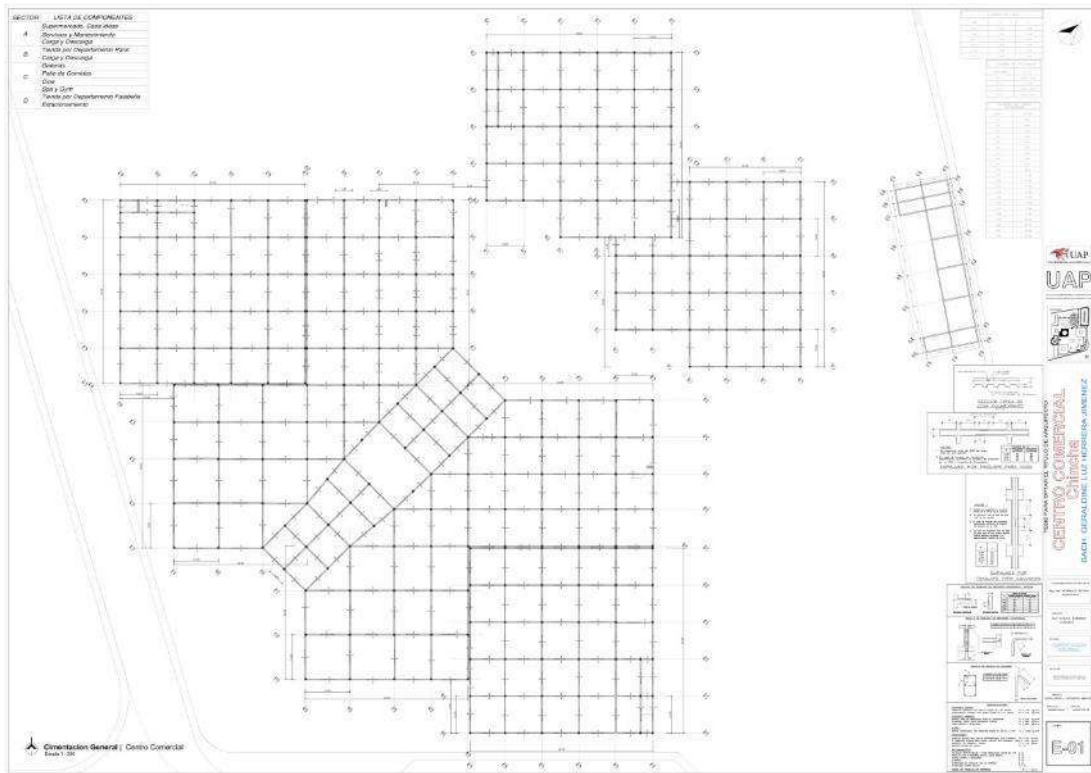
AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

4.3.4.5.- Planos de techos y coberturas

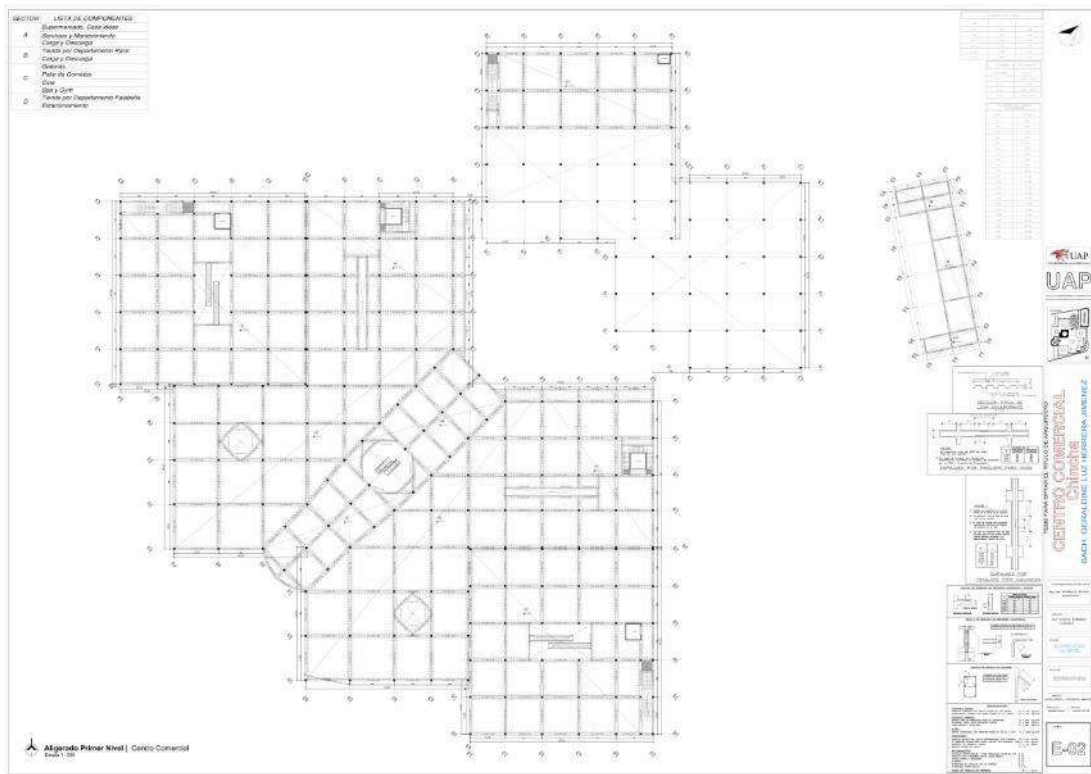


Plano de techos y coberturas

4.3.4.6.- Plano base de cimentación y estructuras



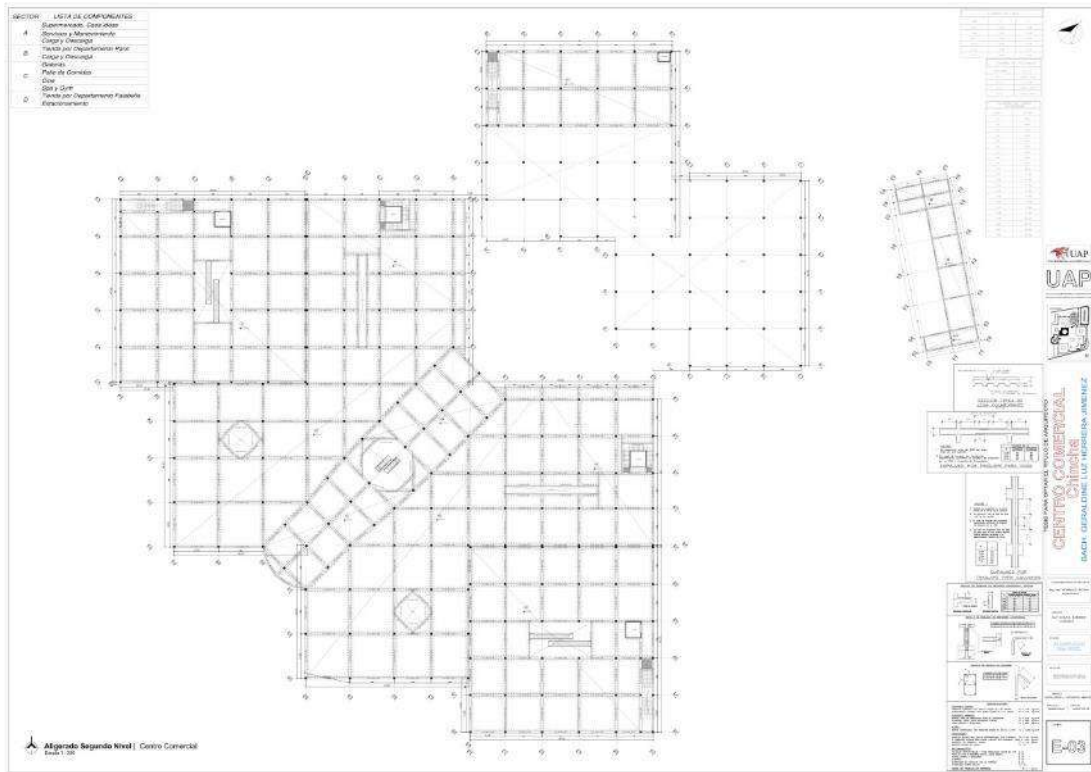
Plano de Cimentación



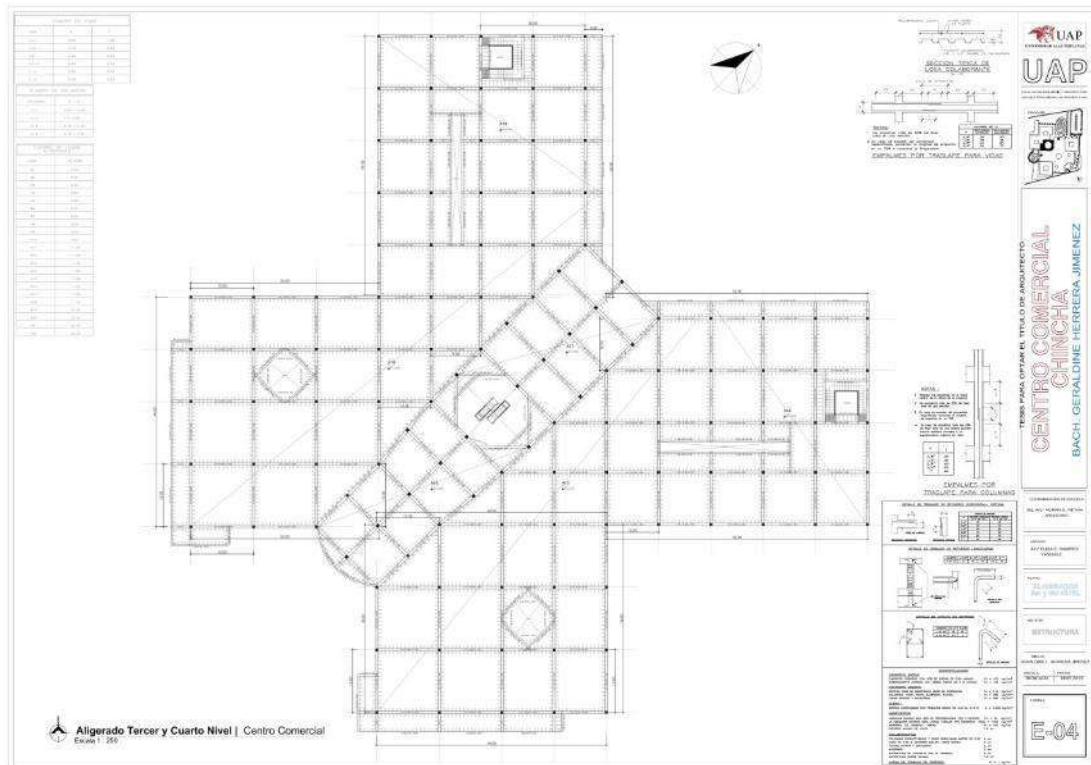
TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

Plano Losa Aligerada – primer nivel

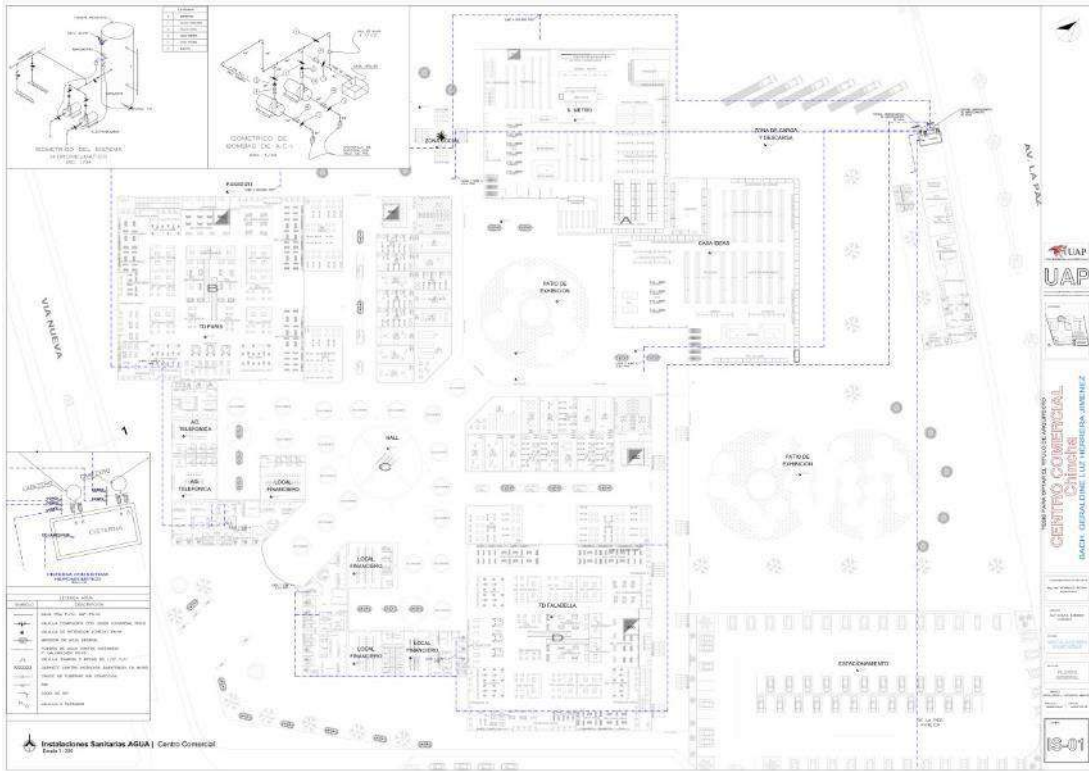


Plano Losa Aligerada – segundo nivel

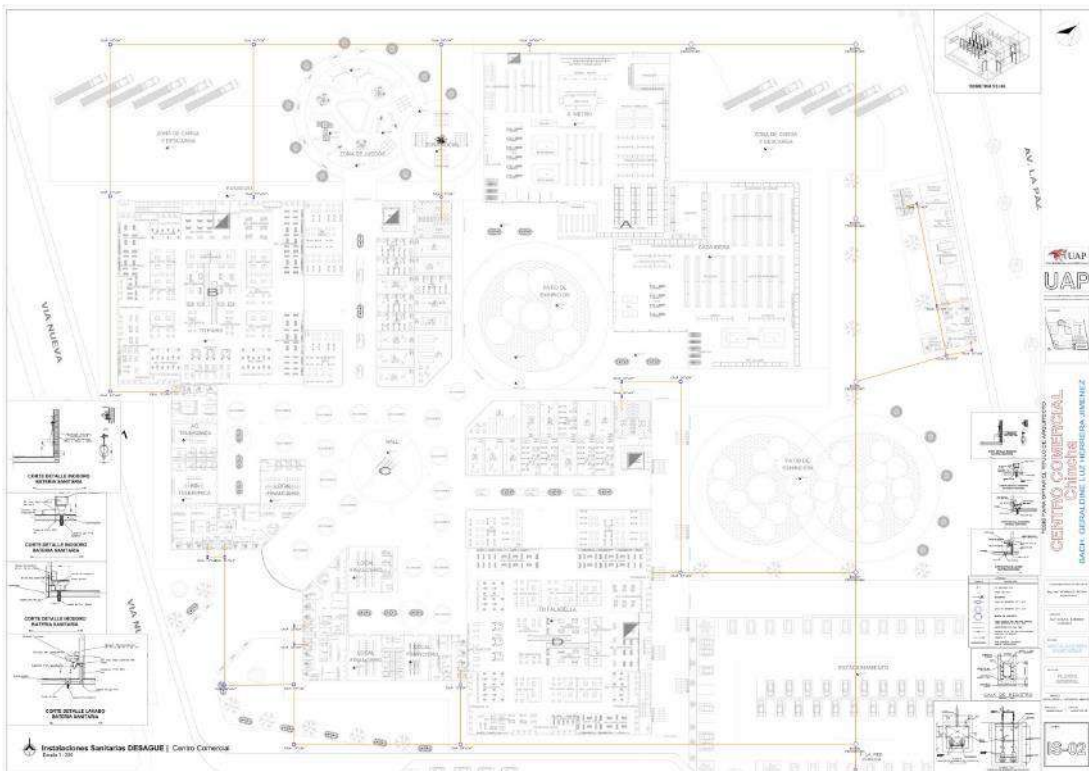


Plano Losa Aligerada – tercer y cuarto nivel

4.3.4.7.- Plano base de instalaciones hidráulicas y sanitarias

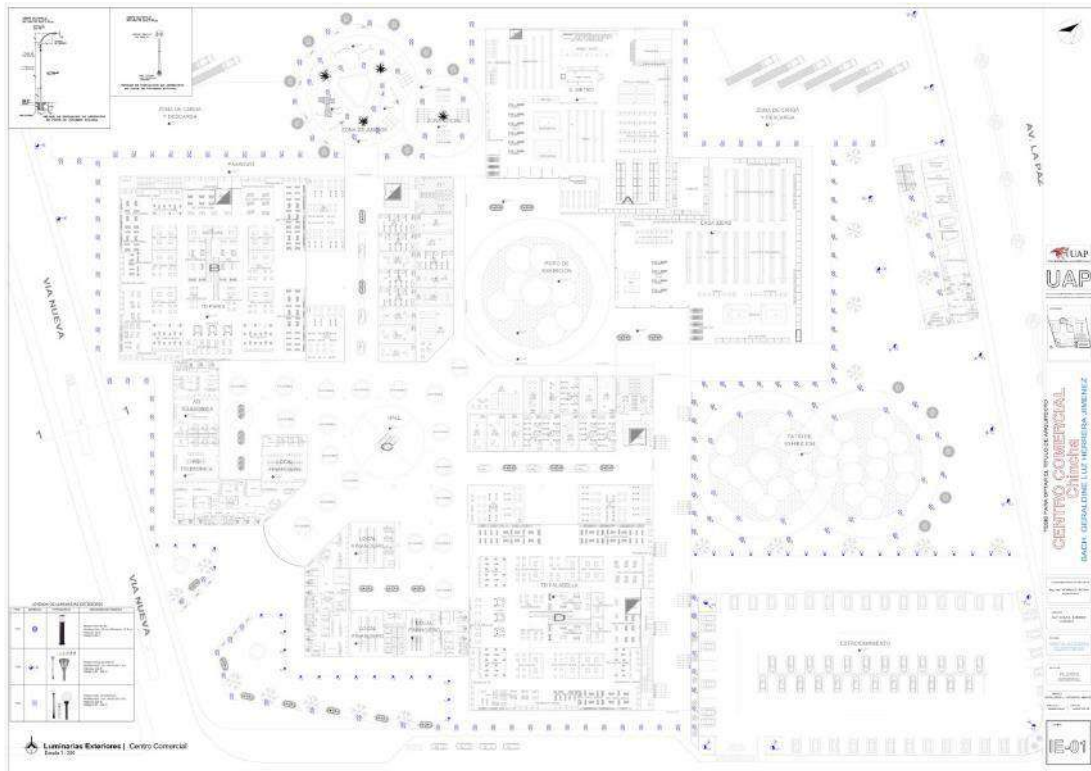


Plano Instalación Sanitaria Agua

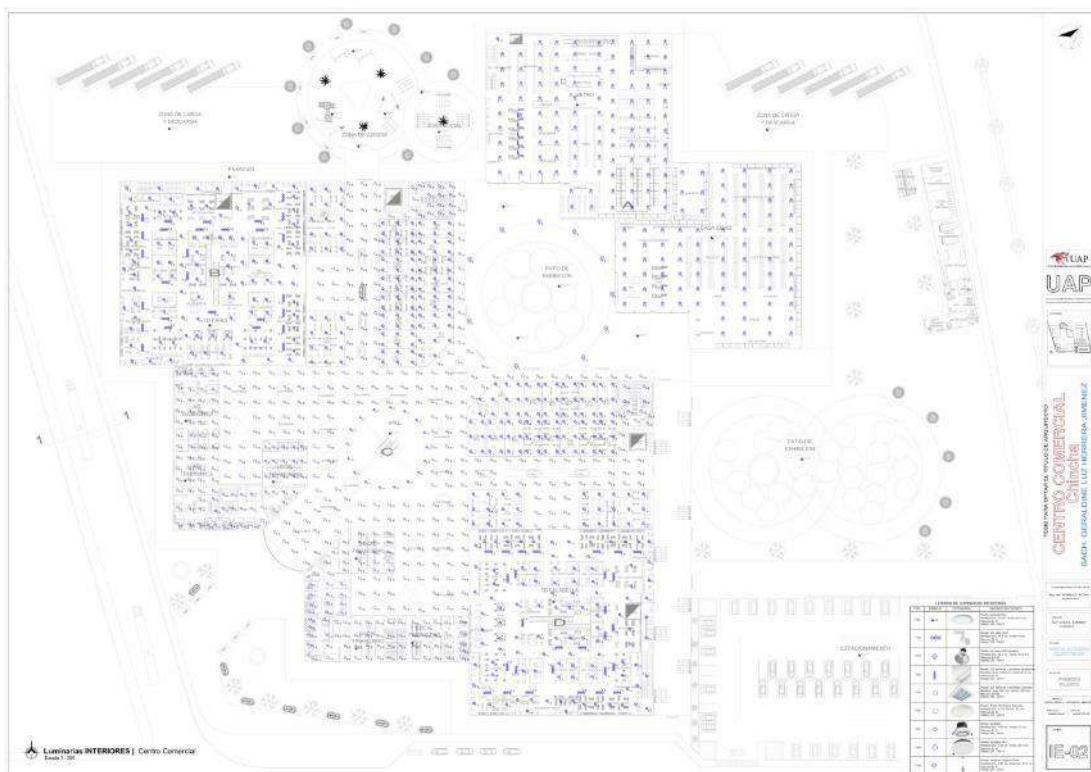


Plano Instalación Sanitaria Desagüe

4.3.4.8.- Plano base de instalaciones eléctricas Luminarias

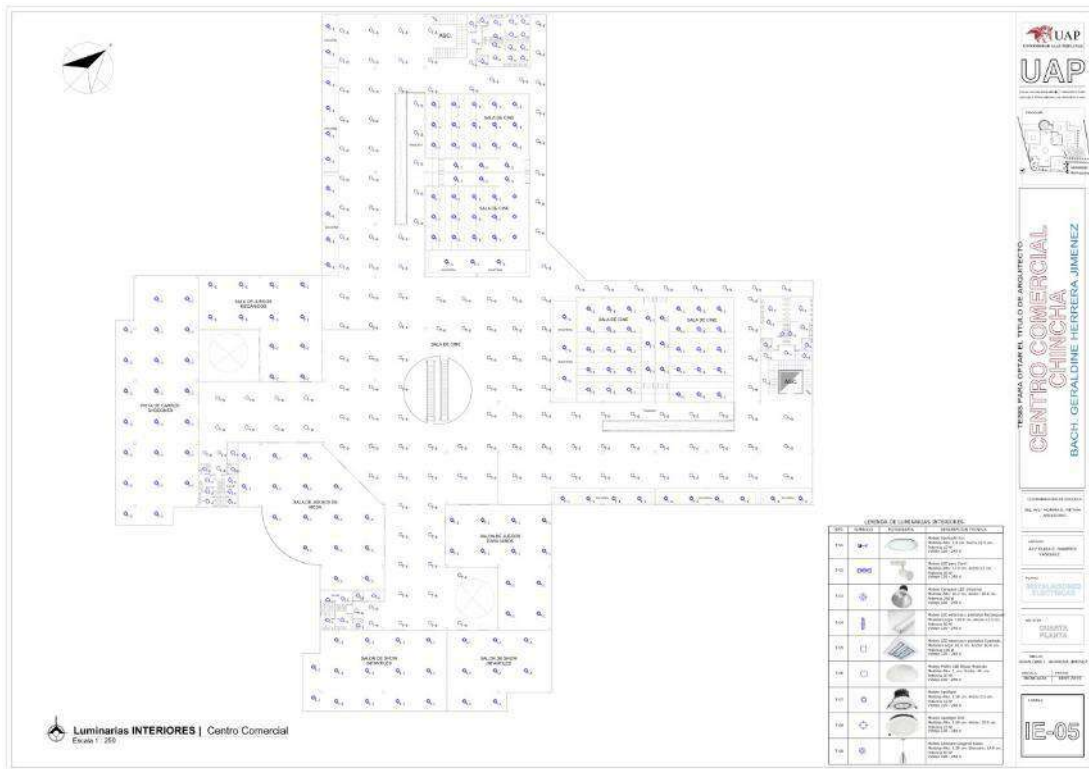


Plano Eléctrico – Iluminación Exterior



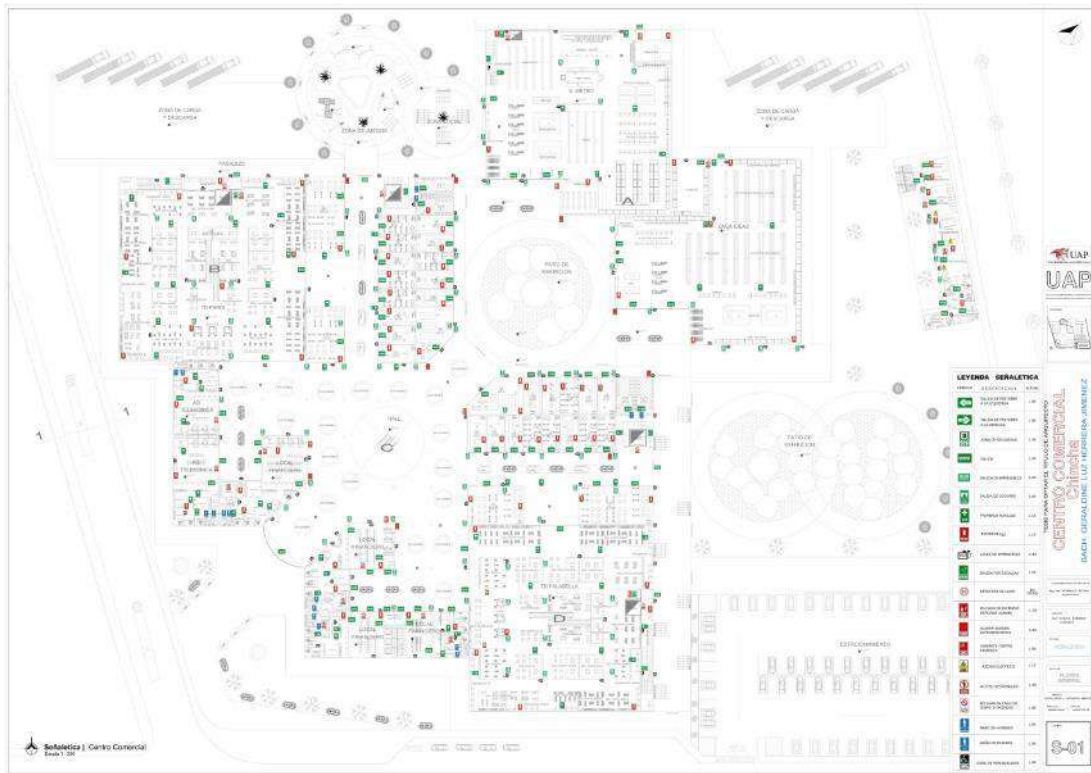
TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Plano Eléctrico - cuarto nivel

4.3.4.9.- Plano base de Seguridad Evacuación y Señalética



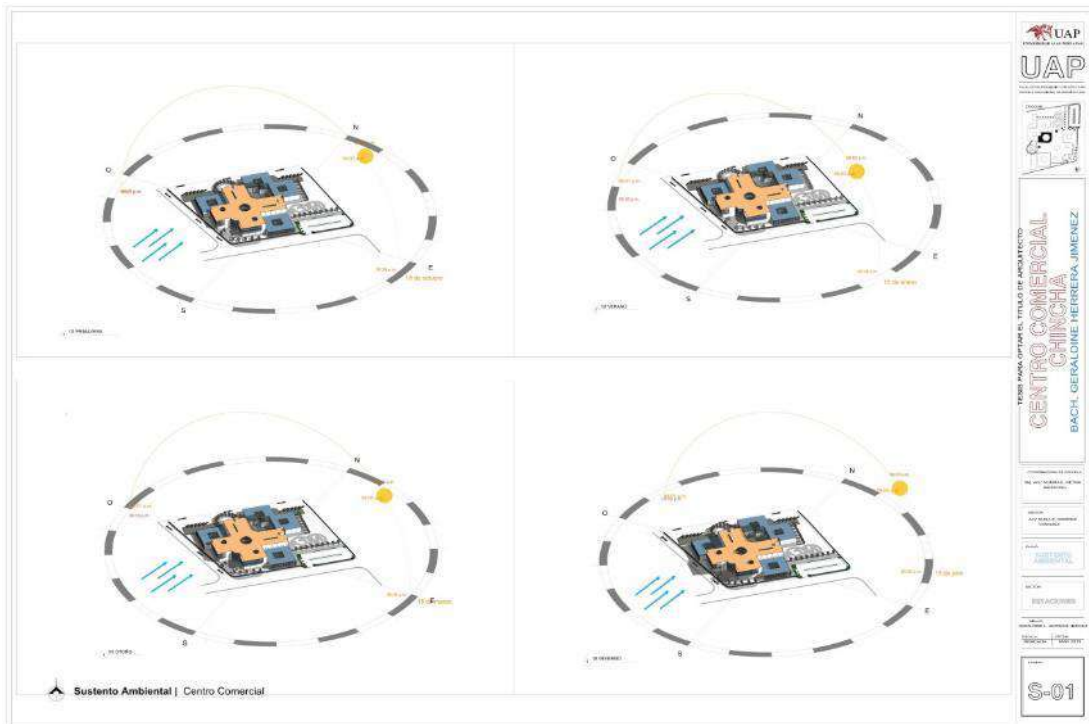
Plano de Señalización



Plano de Evacuación

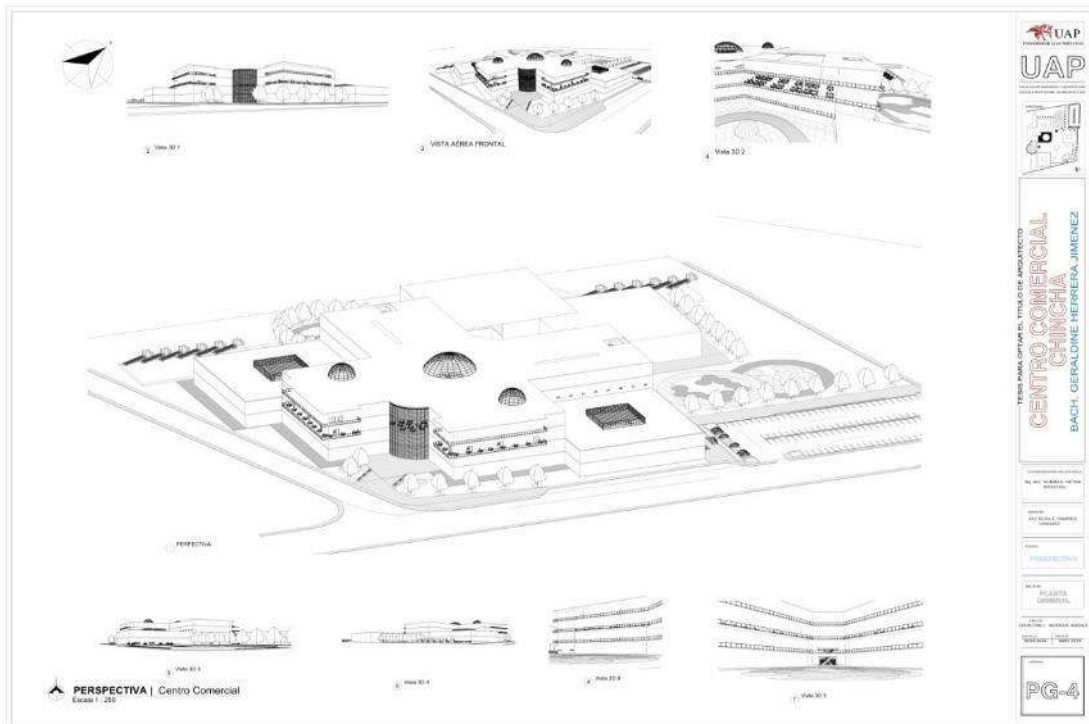
TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Plano de Sustentación Ambiental

4.3.4.10.- Volumetrías, perspectivas y vistas en 3D



Plano Volumétrico

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Vista Acceso Principal



Vista Acceso Principal

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Vista Superior



Vista Posterior



Vista Lateral Derecha

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Vista Lateral Izquierda



Elevación Posterior



Vista Patio de Recreación

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Vista Zona de Exhibición 1



Vista Carga y Descarga



Vista Zona de Exhibición 2

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Vista Interior – Hall central – 1° Piso



Vista Interior – Local Financiero – 1° Piso



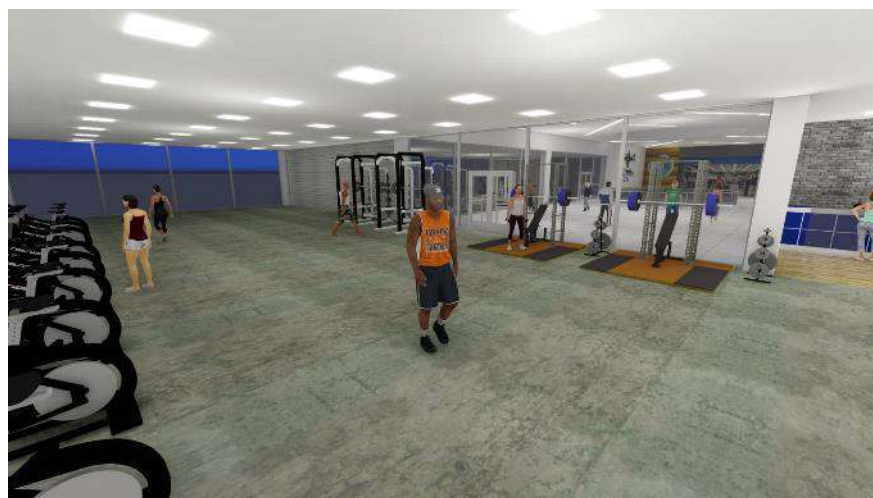
Vista Interior – Agente Telefónico – 1° Piso



Vista Interior – Hall central – 2° Piso



Vista Interior – SPA – 2° Piso



Vista Interior – Gym – 2° Piso



Vista Interior – Patio de Comidas – 3° Piso



Vista Interior – Patio de Comidas – 3° Piso



Vista Interior – Local Privado – 3° Piso



Vista Interior – Local privado – 3° Piso



Vista Interior – Hall central – 4° Piso



Vista Interior – Zona de juegos – 4° Piso



Vista Interior – Zona de juegos – 4° Piso



Vista Interior – Zona de Cine – 4° Piso



Vista Interior – Zona de Cine – 4° Piso

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ



Vista Interior – Zona de Cine – 4° Piso

4.5.- Documentos complementarios

4.5.1.- Memoria Descriptiva de Arquitectura

4.5.1.1.- Antecedentes

El presente Proyecto Arquitectónico, denominado "CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA", presenta esta vez una investigación donde se explorara datos importantes de la arquitectura y el comercio.

Primer aspecto, enfocando el comercio como fuente de desarrollo y crecimiento para el determinado sector, generando así fuentes de ingresos y movimiento económico en la población.

Segundo aspecto la arquitectura como forma para generar en la población una cultura sana de sociabilización, brindándoles espacios agradables, seguros y con muy buen confort para desarrollar actividades como; social, cultural, recreacional y de esparcimiento, todo esto enmarcado en una arquitectura moderna, tomando en cuenta el entorno (contexto) que lo rodea.

El presente trabajo se ha elaborado recopilando información donde detalla requerimientos, parámetros para luego desarrollar el proyecto. Haciendo de esta investigación un trabajo arduo y minucioso para luego realizar un informe donde plasme condicionantes de diseño y pautas generales.

Esta investigación permitió establecer el programa arquitectónico, respondiendo a requerimientos que conforman la infraestructura y equipamiento, para el desarrollo del proyecto.

4.5.1.2.- Descripción del terreno

Ubicación

El proyecto esta ubicado en el distrito de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha. El terreno está ubicado en la Av. Oscar R. Benavides.

Límites, Dimensiones Y Accesibilidad

El terreno presenta varios tramos en línea recta, ubicado en un sector eriazado, con presencia de arbustos y árboles, teniendo como colindante en el lado este (derecho) una acequia que lleva hacia nuevas urbanizaciones, por el lado norte y oeste, colinda con propiedad de

terceros que a su vez también son terrenos eriazos, con presencia de arbustos y árboles, por el sur colinda con la Av. Principal Oscar R. Benavides.

El área total del terreno es de 5.50 Has, con un perímetro de 952.35 ml, con una topografía plana y accesible.

Teniendo como único acceso a través de la vía principal que viene desde el centro de Chincha y según el Plan concertado de Chincha, será una vía principal colectora.

4.5.1.3.- Descripción del proyecto arquitectónico

El presente proyecto está dirigido a toda la población del sector con el objetivo, de brindar un espacio seguro, confortable donde puedan desarrollar actividades de ocio, entretenimiento, cultura y el sano esparcimiento, que estando en el lugar puedan disfrutar de cada uno de los ambientes y sectores que ofrece el presente proyecto.

Para eso se ha tenido en cuenta usar elementos de diseño que transmitan confort, seguridad y estabilidad, todo el tiempo que uno permanezca dentro del mismo.

El proyecto se desarrolla de la siguiente manera:

Se ha diferenciado los ingresos de tal manera que existe ingreso peatonal, desde el área de estacionamiento de taxis, colectivos, etc., entrando a un extenso boulevard con áreas verdes y piletas que me lleva hacia la puerta principal del centro comercial.

Existe también el ingreso directo al estacionamiento, y desde ahí realizar un recorrido peatonal con techos sol y sombra, entrando por el lado derecho (pasadizo de circulación).

Por otro lado se ha diferenciado el ingreso de camiones, container hacia el sector de carga y descarga.

Una vez ingresado al centro comercial por la puerta principal o por el lado del estacionamiento, se llega a un hall con escaleras eléctricas que conllevan a los otros niveles. De la conceptualización tomamos que una

vez estando en el hall (punto de concentración), observamos todo alrededor y nos dirigimos al lugar que más creamos conveniente, para desde ahí empezar a disfrutar de cada servicio.

Del primer piso rescatamos lo siguiente.

En la fachada del ingreso principal tenemos los locales financieros y las agencias telefónicas, que serán de las marcas o entidades más reconocidas del mercado, en el hall de circulación existen diferentes stands de souvenir, con bancas y asientos de descanso. También están las tiendas por departamento (Paris y Saga Falabella), cada tienda con su propio acceso hacia un segundo nivel.

Del hall puedo direccionarme hacia dos pasadizos de circulación, pasando y observando los diferentes locales comerciales que existe en ella, uno me lleva hacia el patio de juegos y zona social y el otro me lleva hacia el patio de exhibición que esta fuera del edificio comercial, esto siempre que haya eventos de cultura, exhibición de productos, ferias artesanales o eventos de música, moda, etc.

Del hall también puedo dirigirme hacia otro patio de exhibición y a la vez tener acceso al supermercado (metro) o la tienda Casa Ideas.

Del segundo, tercer y cuarto nivel rescatamos lo siguiente.

El acceso hacia el segundo, tercer y cuarto nivel es a través de la escalera eléctrica que está en el hall central, por las escaleras de concreto a su vez (escalera de emergencia) o por los ascensores mecánicos. Sea cual sea el acceso que se tome existe variedades de servicios que uno puede visitar y disfrutar.

También existen los stands de souvenir, dos salones de Spa donde brindan todos los servicios para mujeres y hombres, un salón de barbería para hombres, dos gimnasios con todos los equipos, las tiendas por departamento y un amplio pasadizo de circulación que lleva a los diferentes locales comerciales, con balcones que dan hacia una vista inferior del primer nivel.

En el tercer nivel podemos encontrar, que la necesidad básica es la de saciar el gusto alimenticio, es por ello que encontramos restaurantes privados y un patio de comidas con variados locales de comida para todos los gustos y sabores.

Del cuarto nivel podemos concluir que la necesidad primordial es la del ocio, y entretenimiento encontrando así sala de juegos mecánicos, pista de carros chocones, salón de juegos para niños, salones de Show infantil y las salas de cine con sus respectivas áreas de ventas.

El proyecto cuenta con más del 30% de área verde, teniendo así grandes espacios verdes, con plantas y árboles que existen en la zona.

| | COMPONENTES |
|----------|--|
| 1 | SECTOR - 1 |
| | <i>SUPERMERCADO METRO</i> |
| | <i>CASA IDEAS</i> |
| | <i>ADMINISTRACION</i> |
| | <i>MANTENIMIENTO</i> |
| 2 | SECTOR- 2 |
| | <i>TIENDA DEPARTAMENTO - PARIS</i> |
| | <i>AREAS DE JUEGOS INFANTILES</i> |
| 3 | SECTOR- 3 |
| | <i>TIENDA DEPARTAMENTO - SAGA FALABELLA</i> |
| | <i>ESTACIONAMIENTO</i> |
| 4 | SECTOR - 4 |
| | <i>LOCALES FINANCIEROS</i> |
| | <i>AGENCIAS TELEFONICAS</i> |
| | <i>GALERIAS</i> |
| | <i>SPA Y GYM</i> |
| | <i>PATIO DE COMIDAS</i> |
| | <i>CINE</i> |
| | <i>ZONA DE JUEGOS</i> |
| 5 | JARDINES, PATIOS Y ESTACIONAMIENTOS |
| | <i>PATIOS DE EXHIBICION</i> |
| | <i>AREAS VERDES, JARDINES Y CAMINOS</i> |
| | <i>PATIO DE MANIOBRAS (CARGA Y DESCARGA)</i> |

4.5.1.4.- Características constructivas y de ingeniería

4.5.1.4.1.- Estructuras

Normativa:

- "E.020 - Norma de Cargas"
- "E.030 - Norma de Diseño Sismo Resistente"
- "E.050 - Norma de Suelos y cimentaciones"
- "E.060 - Norma de Concreto Armado"
- "E.070 - Norma de Albañilería"
- "E.090 - Norma de Estructuras Metálicas"
- "Normas A.S.T.M."
- "Reglamento Nacional de Edificaciones".

Características de la estructura en Edificios

El sistema estructural del presente informe considerado para el proyecto es de sistema aporticado que a la vez contara con la albañilería confinada, solo en algunos componentes se considera el sistema estructural liviano de estructura metálica. Se inicia con la base que son los cimientos y sobrecimientos de concretos simples para continuar con las zapatas, columnas, vigas y losas aligeradas.

El tipo de concreto que se utiliza en el proyecto, es el concreto más utilizado en gran porcentaje del continente que es $f'c=210\text{kg/cm}^2$ de fuerza a la compresión.

La construcción que se plantea para este tipo de proyectos será de concreto armado, conformados por Cimientos, Sobre cimientos Zapatas, Columnas, Vigas de amare y losas aligeradas para que sean más resistentes y durables, ya que esta parte de la zona costera está considerada como zona altamente sísmica.

La distribución de los ambientes está dividida por muros y tabiques y en este proyecto se ha considerado diferentes tipos como muros de ladrillo, muros de drywall, tabiques de vidrio y tabique metálico.

Se ha empleado piedra para enchape en estructuras y muros para poder mimetizar con la naturaleza.

El color de la pintura se ha empleado entre temas grises y blanco que el color que predomina en el entorno.

En el país la mayoría de los proyectos utiliza como instrumento de consulta la normativa peruana que es el RNE.

4.5.1.4.2.- Instalaciones Eléctricas

Consideraciones generales

Para el sistema eléctrico se tiene que tener en cuenta la normativa peruana, así como las EETT y al mismo tiempo la calidad de cada accesorio a emplear, para posteriormente no haya inconvenientes.

Sistema de iluminación y tomacorrientes

Iluminación

El proyecto comprende de instalaciones eléctricas y a la vez sistemas de iluminación, el proyecto cuenta con iluminaciones internas e iluminaciones externas, en los ambientes internos tenemos variados elementos o tipos de luminarias de acuerdo al uso del ambiente, contando desde spot light de radios menores para enfocarse en el producto a vender, así como también tenemos lámparas incandescentes para iluminar todo un ambiente de supermercado, todo ello va a un circuito de corriente continua.

Así también tenemos luminarias exteriores que son de varios tipos, lámparas marcadora de camino, que están ubicados en las entradas y pasadizos principales, así mismo tenemos faroles de más de 2.5 m de altura colocadas en las zonas de estacionamiento, patio de carga y descarga, patio de juegos, otro tipo de farola está colocada en la zona de patio de exhibición.

Las luminarias exteriores, están conectadas a un circuito de corriente fotovoltaica en la que los paneles fotovoltaicos se ubican en la azotea del edificio.

Tomacorriente de los ambientes de edificio

El sistema de tomacorrientes es muy importante porque el proyecto contara con equipos especiales de alto rendimiento energético y su instalación de accesorios tienen que estar consideradas como sistema estabilizado, incluyendo su línea de puesta a tierra en la cual se necesitara más de una caja de pozo a tierra para los posibles eventos de descarga de energía eléctrica.

Sonda de detección humo

Es importante que este tipo de proyecto, cuente con un sistema de detección de humo especial, por su envergadura para la cual se considera el tipo adosable al techo, incluyendo aspersores y sensores de humo, así como la central contraincendios.

Sistema de aire acondicionado

En el siguiente proyecto se considera este tipo de sistema, porque la zona en la que está ubicada el proyecto es una zona donde en temporada de verano llega a temperaturas mayores de 28°, así como en invierno desciende llegando a 8°.

Para controlar la temperatura ambiente de cada sector, se empleara diferentes equipos, así también se consideró un ambiente adecuado de control dentro del sector de mantenimiento.

Para la instalación de este tipo de sistemas se requiere pruebas y supervisiones constantes para su funcionamiento adecuado.

4.5.1.4.2.- Instalaciones Sanitarias

Descripción del sistema de agua

El sistema de agua potable para abastecer al proyecto, llega a través de conexiones de tuberías desde el medidor, depositándose en el tanque cisterna para que a través de un sistema indirecto, que se utilizara para un mejor rendimiento, menor consumo de energía eléctrica y menor gasto económico.

El tanque cisterna de agua está ubicado de acuerdo a la red pública para su rápido llenado, siendo de un material resistente como el concreto armado, en conformidad con la normativa peruana.

Se considera electrobombas que estarán instaladas a continuación de la cisterna y el tanque hidroneumático, con sistemas de controles automáticos para su oportuna presurización de los respectivos tanques.

Los tanques hidroneumáticos considerados tendrán una presión mínima de arranque de 50 PSI.

Las tuberías consideradas en la red de agua potable serán de PVC de acuerdo al RNE, las instalaciones estarán de acuerdo a los planos considerados.

Descripción del sistema de desagüe

La red de desagüe es de tipo convencional, a la red pública, se prevee la instalación de tubería de PVC de diámetro adecuado para la descarga de las aguas servidas, para llegar a las cajas proyectadas que son las cajas colectoras para al final llegar a las buzonetas teniendo como fin la red público, toda la red de desagüe tendrá su pendiente adecuada para el mejor desempeño de la fluidez del desagüe.

En el proyecto la mayoría de los ambientes cuentan con una batería de servicios higiénicos, que cubrirá la demanda del

determinado sector al mismo tiempo todo el proyecto funciona en ese sentido.

Los locales de comida rápida tienen un sistema de desagüe mas especial, en la que se está considerando trampas de grasa para su adecuada limpieza y se evite el aniego.

4.5.2.- Especificaciones técnicas por partidas y subpartidas

4.5.2.1.- Generalidades

1. Prefacio.

Para el presente proyecto es muy importante contar con la revisión de las normas peruanas para poder citar las Especificaciones técnicas según la dirección nacional de construcción. **(DNC, 2010).**

2. Objetivo.

Las EETT son importantes para la correcta construcción de la edificación y su garantía al pasar de los años, se tiene que tener en cuenta que sean actuales y con certificación nacional o internacional de garantía. **(DNC, 2010).**

4.5.2.2.- Obras provisionales

Estas actividades son genéricas y momentáneas para su posterior remoción que sirven como base para el inicio de las actividades o partidas estables dentro del proyecto.

4.5.2.3.- Muros y Tabiques de Albañilería

El proyecto cuenta principalmente con tres tipos de muros, el muro de ladrillo considerada en la estructura principal para su mejor seguridad, también tenemos tabiques de drywall para la división de locales comerciales, para hacerlo más liviano y fácil de realizar cualquier remodelación, también se tiene tabiques de vidrio para divisiones o mamparas que ayudan a tener mejor visibilidad y exhibición del producto, se tiene también tabiques metálicos, colocados principalmente en el supermercado y tiendas por departamento porque ayuda a realizar modificaciones o colocación de aparatos eléctricos o electromecánicos.

4.5.2.4.- Revoques, Enlucidos y Molduras

El proyecto cuenta con diferentes acabados, en la cual se prioriza el interior porque es de mayor importancia para los que tenemos acabados finos, lisos y texturas en cerámicos en concordancia y de acuerdo al cuadro de acabados.

4.5.2.5.- Cielorrasos

Los cielos rasos que se presenta en el proyecto en su mayoría es de drywall, o baldosas acústicas de acuerdo al tipo de uso en el ambiente, como también cielo rasos de concreto.

4.5.2.6.- Pisos y pavimentos

Se cuenta con pavimentos en la playa de estacionamientos, así como también en la zona de carga y descarga, en los pisos exteriores tenemos pisos de adoquines, entre otros. Y en pisos interiores se tiene, pisos de porcelanato, piso de cemento pulido, piso de cerámica, piso de parquet, etc.

4.5.2.8.- Carpintería de Madera

Se considera puertas y ventanas para los accesos a los ambientes, su tipo y diseño corresponden de acuerdo a los planos indicados, principalmente tenemos de dos tipos, puertas apaneladas para accesos principales, así como contraplacadas en ambientes interiores.

4.5.2.9.- Carpintería Metálica y Herrería

El proyecto cuenta con puertas y ventanas de material metálicos, como en el caso de los locales comerciales consideradas con sistema nova, característicos de materiales de vidrio templado y remates de aluminio.

También se pueden encontrar en los muros cortinas, con características indicadas en los planos

4.5.2.10.- Pintura

En los muros interiores y exteriores se aplicarán pintura a base de látex el cual se diluirá con 01 a 02 litros de agua limpia por 01 galón de pintura, el pintado respectivo será en dos etapas repetitivas en toda la superficie del muro.

En contrazócalo de cemento se pintará con pintura esmalte, cuyo componente se diluirá con thinner común según sea necesario, repitiendo como mínimo dos veces.

La pintura a aplicarse en las puertas de madera será con esmalte diluida con thinner común, el pintado respectivo de la superficie en general será en dos etapas repetitivas.

Los colores de la pintura a emplearse en la obra serán de acuerdo a las indicaciones del supervisor o responsable de la obra.

4.5.2.11.- Aparatos Sanitarios y Accesorios

Se considera para este proyecto diferentes tipos de accesorios o aparatos para que guarde relación y buen funcionamiento, la instalación de estos tiene que tener un control de calidad para evitar su posterior deterioro.

- ✓ Inodoro de Color.
- ✓ Toallera de Losa Blanca.
- ✓ Lavatorio de Porcelana de 20" X 16".
- ✓ Jaboneras con Asa 15 X 15 de Losa Color Blanco
- ✓ Papeleras de Losa Color Blanco
- ✓ Lavadero De Acero Inoxidable.
- ✓ Llave Cromada Pesada Para Ducha.
- ✓ Grifo Cromado para Duchas.
- ✓ Grifo Cromado para Lavaderos
- ✓ Grifos Para Jardines
- ✓ Tubo de Abasto de ½" para Inodoros
- ✓ Tubo de Abasto de ½" para Lavaderos

4.5.2.12.- Varios

4.5.2.12.1.- Área Verde

4.5.2.12.1.1.- Sembrado De Grass

En la zona de jardines, es necesario realizar el sembrado de grass con el tipo Strong grass, para lo cual deberá primero conformarse el terreno antes de echar la semilla. Posterior a esta actividad, se cubrirá con una capa de tierra negra cernida y realizar el regado en forma de caída de lluvia con gotas de agua finas.

4.5.2.12.1.2.- SEMBRADO DE ARBUSTOS DE LA ZONA

Descripción

En la zona de jardines, es necesario realizar la plantación de arbustos de calidad que den un mayor atractivo al jardín de la infraestructura. Dichos arbustos, deberán ser propios de la zona y deberán tener una edad mínima de 05 años contando con una altura media de 1.00 metro.

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

4.5.3.- Metrado y presupuesto de arquitectura por partidas y subpartidas
PRESUPUESTO DE OBRA

TEMA : CENTRO COMERCIAL CHINCHA
TESISTA : BACH. ARQ. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ
UNIVERSIDAD : UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
ASESORA : ARQ. ELISA RAMIREZ VASQUEZ
UBICACIÓN : Distrito Pueblo Nuevo, Provincia Chincha Alta, Region Ica
TIPO DE OBRA : Obra Nueva
FECHA : JULIO 2019

CUADRO DE VALORES UNITARIOS

vigentes del 01 al 30 de Abril de 2019

| | | | |
|---------------------------|--|----------|---------------------|
| Muros y Columnas | | B | S/. 325.87 |
| Techos | | C | S/. 165.47 |
| Pisos | | D | S/. 94.34 |
| Puertas y Ventanas | | C | S/. 93.45 |
| Revestimientos | | C | S/. 166.17 |
| Baños | | C | S/. 52.62 |
| Instalaciones Elect/Sanit | | C | S/. 135.05 |
| VALOR POR m2 | | | S/. 1,032.97 |

VALOR DE OBRA

| COMPONENTES | AREA / PISO | VALOR / m2 | VALOR PARCIAL |
|-----------------------------------|-------------|------------|--------------------------|
| Componente A | 7,000.44 | 1,032.97 | S/. 7,231,239.34 |
| Componente B | 5,051.20 | 1,032.97 | S/. 5,217,738.06 |
| Componente C | 46,260.48 | 1,032.97 | S/. 47,785,688.03 |
| Componente D | 5,051.20 | 1,032.97 | S/. 5,217,738.06 |
| Jardines Patios y Estacionamiento | 29,650.00 | 516.49 | S/. 15,313,780.25 |
| VALOR TOTAL DE OBRA | | | S/. 80,766,183.75 |

| | |
|----------------|--------------|
| AREA TOTAL | 93,013.32 |
| VALOR PROMEDIO | S/. 1,032.97 |

PAGO NORMATIVOS AL CAP, CIP e INDECI (si es que se aplica)

| PAGOS | | % VALOR OB. | CON IGV |
|--------|-------|---------------|---------------|
| CAP | 0.08% | S/. 64,612.95 | S/. 76,243.28 |
| CIP | 0.05% | S/. 40,383.09 | S/. 47,652.05 |
| INDECI | 0.02% | S/. 16,153.24 | S/. 19,060.82 |

PAGOS A LA MUNICIPALIDAD

| | | | |
|---------------------|-------|--------------------------|------------------|
| DERECHO DE LICENCIA | 1.50% | S/. 80,766,183.75 | S/. 1,211,492.76 |
| CONTROL DE OBRA | 0.60% | S/. 80,766,183.75 | S/. 484,597.10 |

| | |
|--|--------------------------|
| COSTO TOTAL ESTIMADO A NIVEL ANTEPROYECTO | S/. 82,605,229.75 |
|--|--------------------------|

4.6.- Evaluación económico-financiera del proyecto

4.6.1.- Análisis económico del país y del entorno del proyecto

▪ Análisis Económico del País (Peru Retail, 2018)

Con más de 80 centros comerciales en operación en el sector retail peruano, a la fecha existen 3 grandes grupos operadores de centros comerciales los cuales tienen más del 60% de malls en sus diferentes formatos entre Lima y provincias (Real Plaza, Parque Arauco / Inmuebles Panamericana y Open Plaza).

Completan la oferta comercial Mall Plaza (Falabella), Mall Aventura (Ripley), Urbanova (La Rambla), Graña y Montero (Parque Agustino), Cencosud, Corporación EW (Plaza Norte y Mall del Sur), Jockey Plaza y PUCP (Plaza San Miguel).

De los centros comerciales que entraron en operación en el 2016, cabe resaltar el Mall del Sur (Corporación EW) con más de 100,000 metros cuadrados de área arrendable y una gran afluencia de público.

Según estudios de la consultora Apoyo e información de la ACCEP, se prevee que entre el 2017 y 2018 ingresen al mercado peruano más de 240,000 metros cuadrados de área arrendable.

Además, se espera que importantes proyectos comerciales se inicien en los próximos meses siendo los principales: el Mall de Santa Maria de la Corporación EW, Real Plaza Puruchuco del grupo Intercorp, Mall Aventura en San Juan de Lurigancho (Lima) e Iquitos, Megaplaza (Trujillo y Tarapoto) de la sociedad Parque Arauco y Grupo Wiese.

Por tanto, se tiene la perspectiva que para este año los centros comerciales alcancen un crecimiento de entre 2% y 4%, alineado con el desarrollo del Perú.

- **Análisis Económico del Entorno**

El crecimiento en centros comerciales no se detiene, y ya se abrirá un nuevo centro comercial en Ica, esto debido a la iniciativa del sector privado que busca invertir en provincias o regiones que cuenten con poco o nada de centros comerciales, propiciando un creciente consumo de productos agroindustriales. También el Gerente general del Banco de materiales preciso que están en evaluación financiera para construir y financiar la construcción de un nuevo centro comercial en Chincha.

4.6.1.1.- Análisis de mercado

Dirigido a:

- Dirigido al 50% de la PEA (Industrias, fábricas, educación), a través de convenios con las empresas, ofreciendo ofertas, bonos y pagos en cuotas, y a toda la población local, nacional que vendría a ser nuestra masa crítica en el 2018, cifra que anualmente ira incrementando.

Beneficiarios:

- Los beneficiarios directamente serán los usuarios del ratio de influencia directa del proyecto, que son cada uno de los pobladores del distrito, esto a su vez generaría puestos de trabajo, desarrollo económico, y así gestionar nuevas inversiones de este tipo en la zona, generando el desarrollo turístico y del distrito.
- Los beneficiarios en cuanto al uso del proyecto sería la población local, nacional e internacional pues acudirán a realizar actividades como comprar, jugar, conversar, alimentarse, pasear, relajarse, así también como diferentes actividades de esparcimientos en el proyecto.

Características del Proyecto:

El proyecto cuenta con diferentes ambientes como:

- Galerías.
- Agentes bancarios.
- Administración.

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

-
- Stand.
 - Seguridad.
 - Salas de juegos.
 - Sala de Cine
 - Tiendas por departamento
 - Supermercados
 - Spa.
 - Gimnasio.
 - Restaurante (Patio de Comidas).
 - Souvenir, etc.
 - Almacenes, depósitos, carga y descarga.
 - Áreas comunes de recreación (mirador, plazas y plazoletas, áreas verdes, estacionamientos, etc.)

Diferenciación del Proyecto con la Competencia:

- Competencia:

Se toma en cuenta como referencia la competencia más reconocida "MegaPlaza Express Chincha", por qué este proyecto brindara una atención de calidad en Chincha, proponiendo una infraestructura funcional, moderna y sustentable, entre los beneficios que ofrecen la competencia tenemos:

- ✓ Galerías.
- ✓ Agentes bancarios.
- ✓ Administración.
- ✓ Stand.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Salas de juegos.
- ✓ Sala de Cine
- ✓ Tiendas por departamento
- ✓ Supermercados
- ✓ Spa.
- ✓ Gimnasio.
- ✓ Restaurante (Patio de Comidas).
- ✓ Souvenir, etc.
- ✓ Almacenes, depósitos, carga y descarga.
- ✓ Áreas comunes de recreación (mirador, plazas y plazoletas, áreas verdes, estacionamientos, etc.)

- El Proyecto:

Brinda diversos ambientes para la realización de actividades diversas, todo esto en un solo lugar y con la calidad pertinente, los precios accesibles acorde a los grupos socioeconómicos y al usuario en Chincha, ofrece un ambiente moderno, en relación con el entorno, teniendo en

cuenta la seguridad del lugar y diferentes ambientes de esparcimiento, potencialidad que ningún establecimiento de la competencia ofrece.

4.6.1.2.- Planeamiento y gestión del proyecto

Las entidades que realizarán la gestión y ejecución del proyecto serán privadas.

Gestión del Proyecto:

- **Proyecto:**
Gestión Privada a cargo de una empresa inversionista.
- **Presupuesto:**
A cargo de una empresa inversionista.
- **Obra:**
A licitar.
- **Post Obra:**
Mantenimiento de la obra por parte de la empresa inversionista.

Objetivos:

Conocer una propuesta económica financiera para la elaboración del proyecto arquitectónico.

Realización y elaboración del presupuesto.

Ejecución de la obra.

4.6.2.- Análisis financiero del proyecto

4.6.2.1.- Evaluación de rentabilidad económica y/o social

- **Costo Estimado de la Infraestructura:**

| COSTO APROX. DE INFRAESTRUCTURA | | |
|---------------------------------|---|-----------------------------|
| DESCRIPCION | | MONTO EN DOLARES AMERICANOS |
| TERRENO | = | 55,050.58 m2 |
| M2 | = | US\$ 7.50 |
| Costo Total | = | US\$ 412,879.35 |
| | | |
| CONSTRUCCION | = | 27,525.29 m2 |
| M2 | = | US\$ 500.00 |
| Costo Total | = | US\$ 13,762,645.00 |
| | | |
| MANTENIMIENTO | = | US\$ 100,000.00 |
| | | |
| TOTAL | = | US\$ 14,185,524.35 |

- **Rentabilidad:**

El proyecto cuenta con 50 Galerías, Agentes bancarios, Administración, Stand, Seguridad, Salas de juegos, Sala de Cine, Tiendas por departamento, Supermercados, Spa, Gimnasio, Restaurante (Patio de Comidas), Souvenir, Almacenes, depósitos, carga y descarga, Áreas comunes de recreación (mirador, plazas y plazoletas, áreas verdes, estacionamientos, etc.).

| Descripcion | Cantidad (Und., Pers., etc.) | Costo Unitario | Costo Diario | Calendario |
|---|------------------------------|----------------|---------------|------------|
| - Galerías | 50.00 | S/. 500.00 | S/. 25,000.00 | Mensual |
| - Agentes Bancarios | 15.00 | S/. 400.00 | S/. 6,000.00 | Mensual |
| - Administración. | 1.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | Mensual |
| - Stand. | 20.00 | S/. 300.00 | S/. 6,000.00 | Mensual |
| - Seguridad. | 2.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | Mensual |
| - Salas de juegos. | 2.00 | S/. 700.00 | S/. 1,400.00 | Mensual |
| - Sala de Cine | 4.00 | S/. 800.00 | S/. 3,200.00 | Mensual |
| - Tiendas por departamento | 20.00 | S/. 250.00 | S/. 5,000.00 | Mensual |
| - Supermercados | 2.00 | S/. 4,000.00 | S/. 8,000.00 | Mensual |
| - Spa. | 5.00 | S/. 600.00 | S/. 3,000.00 | Mensual |
| - Gimnasio. | 1.00 | S/. 800.00 | S/. 800.00 | Mensual |
| - Restaurante (Patio de Comidas). | 5.00 | S/. 500.00 | S/. 2,500.00 | Mensual |
| - Souvenir, etc. | 15.00 | S/. 100.00 | S/. 1,500.00 | Mensual |
| - Almacenes, depósitos, carga y descarga. | 20.00 | S/. 150.00 | S/. 3,000.00 | Mensual |
| - Estacionamientos. | 200.00 | S/. 2.00 | S/. 400.00 | Diarios |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

INGRESOS DIARIOS

| Descripcion | Costo Diario | Calendario | Costo Unitario |
|------------------------|---------------|------------|------------------|
| - Hab. Simple | S/. 3,750.00 | Diarios | S/. 1,368,750.00 |
| - Hab. Doble | S/. 3,400.00 | Diarios | S/. 1,241,000.00 |
| - Hab. Matrimoniales | S/. 3,400.00 | Diarios | S/. 1,241,000.00 |
| - Suite Junior | S/. 600.00 | Diarios | S/. 219,000.00 |
| - Suite Presidencial | S/. 1,000.00 | Diarios | S/. 365,000.00 |
| - Bungalows | S/. 8,400.00 | Diarios | S/. 3,066,000.00 |
| - Restaurante | S/. 18,300.00 | Diarios | S/. 6,679,500.00 |
| - Bar | S/. 5,600.00 | Diarios | S/. 2,044,000.00 |
| - Piscina temperada | S/. 1,000.00 | Semanal | S/. 48,000.00 |
| - Gym | S/. 20,000.00 | Mensual | S/. 240,000.00 |
| - Spa | S/. 5,000.00 | Diarios | S/. 1,825,000.00 |
| - Sauna | S/. 5,000.00 | Diarios | S/. 1,825,000.00 |
| - Módulos de artesanía | S/. 6,000.00 | Mensual | S/. 72,000.00 |
| - S.U.M. | S/. 6,400.00 | Mensual | S/. 76,800.00 |
| - discoteca General | S/. 14,000.00 | Semanal | S/. 672,000.00 |
| - discoteca VIP | S/. 11,000.00 | Semanal | S/. 528,000.00 |

| | | | |
|--------------|----------------|---|--------------------------|
| TOTAL | SOLES | = | S/. 21,511,050.00 |
| | DOLARES | = | \$6,146,014.29 |

Mediante un análisis aproximado de la rentabilidad económica y financiera llegamos a la conclusión que el proyecto recuperará su inversión de construcción en poco más de cuatro años, después de este tiempo el ingreso económico vendrá a ser la ganancia del propietario y los inversionistas, desconectando los mecanismos anuales y diferentes pagos al personal, gestiones, municipales, etc. que deben realizar.

4.6.2.2.- Alternativas de financiación y/o apalancamiento

El proyecto será financiado por una empresa privada.

Este medio de financiamiento evitara cualquier tipo de deuda bancaria, ya que el mismo proyecto liquidara la deuda con la empresa inversionista y otorgara ganancias

CAPITULO V : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE LECCIONES APRENDIDAS

5.1.- Interpretación de resultados del proceso

5.1.1.- Conclusiones

Con esta propuesta arquitectónica se pretende cubrir la necesidad de organizar, centralizar el comercio en el distrito de Pueblo Nuevo – Chincha. Este proyecto cuenta con la capacidad para convertirse en un atractivo comercial, empleando materiales modernos y tecnología adecuada que harán integrar la arquitectura con la zona a intervenir.

Este proyecto se ha desarrollado pensando en la población, teniendo como objetivo el sano esparcimiento, el ocio, el intercambio social y el desarrollo sostenible e incremento de ingreso económico a la ciudad.

La propuesta arquitectónica tiene características formales, funcionales y espaciales, generando un adecuado funcionamiento del proyecto en el aspecto social, comercial.

La propuesta arquitectónica da respuesta a las actividades de comercio que se genera en este distrito, buscando que la población permanezca más tiempo y con mayor afluencia, contando con la seguridad y un clima adecuado.

5.2.- Balance de lecciones aprendidas del proceso

5.2.1.- Lecciones aprendidas

Siendo reales, el distrito de Pueblo Nuevo, no cuenta con un proyecto comercial, que agrupe los diferentes tipos de comercios que brinden seguridad y un clima adecuado. Mientras que a nivel de provincia si se cuenta con dos o tres centros comerciales, haciendo que la población de estos distritos acudan a estos establecimientos, generando aglomeración y congestión vehicular, por la mala ubicación de estos centros comerciales.

Los proyectos arquitectónicos comerciales se deberían planificar, proyectar en base a estudios reales y funcionales. Para tener como resultado un espacio bien distribuido, zonificado, llegando a ser accesible a toda clase social.

Los proyectos comerciales cumplen una función muy importante dentro de la sociedad, haciendo que cualquier ser humano tenga el acceso a realizar diversas actividades de ocio, entretenimiento y cultura. Generando el desarrollo económico de la zona.

5.2.2.- Recomendaciones

El proceso de análisis tiene que tener un poco más de conciencia y a la vez es diferente en cada proyecto en particular, llegando a obtener buenos resultados, que se verán en la rentabilidad e inversión y en la satisfacción de la población para una mejor calidad de vida.

Tomar conciencia al diseñar proyectos como centros comerciales, porque los problemas varían, se especializan, cambian en el tiempo para mejorar o empeorar la necesidad del usuario, por eso es mejor estar actualizados.

Se aconseja que las actividades económicas sean descentralizadas, básicamente los comercios, para así crear nuevos centros comerciales en zonas estratégicas, con excelente equipamiento y eficiente calidad de atención al público.

Se aconseja que el proyecto esté ubicado en un lugar accesible y adecuado, realizando un estudio adecuado del entorno y su ambiente, proveer también el impacto vial que generara al entorno para que así tenga relación comercial con el sector, con el distrito, provincia o región.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1.- Bibliografía

- Alonso (1992, 1995), Mall desde el punto de vista sociológico.
- Barros, (2006: Jara, 2005), El Mall se presenta de modo híbrido.
- Foucault, (1997), El Mall dentro de la sociedad postmoderna.
- Cristoffanini, (2005); Gil y Feliu, (2010), El consumismo verificado en los Mall.
- Bermúdez, (2008); Cornejo, (2007), El Mall como espacio público - privado de intercambios comunicativos.
- Jon Aldeturriaga (1996), Orígenes del Comercio.
- Harry Miskimin (1981), El comercio como Intercambio.
- Beery (1971), El comercio urbano como estructura social.
- Santesmases (1996), Teorías Evolutivas de las formas comerciales.
- Dreesman y Kirby (1968), Teorías Cíclicas.
- McNair (1958), Teoría del Giro de la Rueda.
- Hollander (1966), Teoría del Acordeón.
- Fullerton (1986), Teoría del Ciclo de la Vida.
- Vázquez y Trespacios (1997), El Ciclo de vida de un producto determinado.
- Blizzard (1976), Teorías del Entorno.
- Markin y Duncan (1981), Teoría de establecer diferentes factores o fuerzas sobresalientes del entorno.
- Pulido (1976) Teoría de Adaptación del comercio tradicional.
- Morris (1993), Concepto de Centro Comercial como espacio de diferenciación desde la perspectiva feminista.
- (Rubenstein, 1978:5), El centro comercial como espacio de revitalización de la ciudad.

- (Marcuschamer y Ulloa, 1997:80-81), El Centro Comercial como lugar de Compra, Reunión y Entretenimiento.
- (Müller (2004), El Centro Comercial y Recreacional, entre el Desarrollo Urbano y la Comunicación.
- Hernández Sampieri, 2010). Investigación Científica.

2.- Webgrafía

- [http://www.ecosistemaurbano.org/ecosistema-urbano/reinventarse-o-morir-transformacion-de-centros-comerciales-bajo-el-nuevo-paradigma-economicourbano/.](http://www.ecosistemaurbano.org/ecosistema-urbano/reinventarse-o-morir-transformacion-de-centros-comerciales-bajo-el-nuevo-paradigma-economicourbano/)
- https://www.google.com.pe/search?rlz=1C1CHZL_esPE769PE769&tbm=isch&sa=1&ei=V1VSW5VJsGswgTgu7WgBw&q=CENTROS+COMERCIALES+BIOCLIMATICOS&oq=CENTROS+COMERCIALES+BIOCLIMATICOS&gs_l=img.3...476357.486620.0.486856.25.24.1.0.0.0.226.2451.0j19j1.20.0....0...1c.1.64.img..4.0.0....0.tLpd9PN6njY#imgsrc=m0W7pO9xZaerNM:
- [http://blog.pucp.edu.pe/blog/juanluisorrego/2010/05/15/historia-de-los-centros-comerciales-de-lima-1/.](http://blog.pucp.edu.pe/blog/juanluisorrego/2010/05/15/historia-de-los-centros-comerciales-de-lima-1/)
- https://www.google.com.pe/search?biw=1920&bih=974&ei=yRxiW9fnMIWawgSBILT4Bw&q=limites+PROVINCIAL+DE+CHINCHA&oq=limites+PROVINCIAL+DE+CHINCHA&gs_l=psy-ab.3..33i22i29i30k1l10.4576.12981.0.13156.44.31.3.2.2.0.306.3855.0j15j6j1.22.0...0...1c.1.64.psy-ab..20.24.3222...0j0i22i30k1j0i67k1j0i13k1.0.0D0WsR0rdAQ.
- https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Ica.
- http://www.viasatelital.com/mapas/chincha_pueblo_nuevo.htm.
- <https://www.adondevivir.com/terrenos-o-locales-comerciales-en-chincha-alta-o-pueblo-nuevo.html.>
- <http://www.chinchaquerida11.blogspot.com/2012/04/pueblo-nuevo.html>

-
- https://www.google.com.pe/search?q=costumbres+del+distrito+de+pueblo+nuevo+chincha&sa=X&ved=0ahUKEwiO4tWlpM_cAhUC2IMKHT_BDDkQ1QIljAEoBg&biw=1745&bih=885.
 - <http://www.munipnuevochincha.gob.pe/municipalidad.php?sec=45>.
 - <https://gestion.pe/suplemento/comercial/oficinas-locales-comerciales/conoce-todo-sobre-aumento-renta-centros-comerciales-1001849>.

3.- Inei

- <https://www.inei.gob.pe/>.
- <http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>.
- http://censos.inei.gob.pe/economicas/Portal_Proyectos.asp.

4.- Normatividad

- Reglamento de Acondicionamiento Territorial y Desarrollo Urbano (D.S.N°027-2003- VIVIENDA – 06/10/03).
- <http://caplima.pe/reglamento-nacional-de-edificaciones/>.

5.- Otras fuentes

- "PDC - Plan de Desarrollo Concertado de Pueblo Nuevo (2011 - 2021)".
- "PDC - Plan de Desarrollo Concertado de Chincha (2014 - 2029)".
- "PDU - Plan de Desarrollo Urbano de Chincha (2004 - 2015)".
- "Mapas de Peligros, Plan de Usos de Suelos ante desastres y medidas de mitigación de Chincha Alta. Pueblo Nuevo, Grocio Prado, Sunampe y Alto Laran – INDECI – MUNI CHINCHA ALTA (2008)".
- "Plan Director de Desarrollo Agro Urbano de ICA (1999 - 2020)".

6.- Tesis

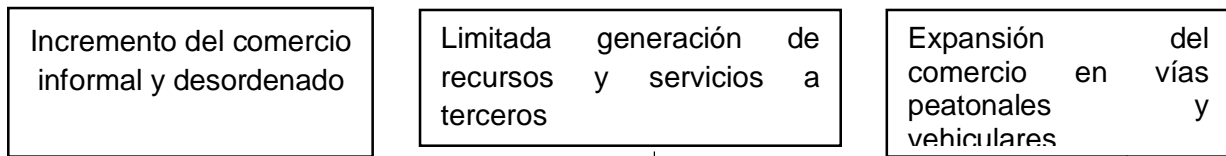
- "KARLA MARIBEL LUNA ZHAPA, Diseño arquitectónico del Centro Comercial Asociación de comerciantes 24 de mayo LA BAHIA de la ciudad de Catamayo, Provincia de Loja con características Bioclimáticas, Universidad Internacional de Ecuador – Loja, Junio de 2017".
- "QUISPE HUANCHI OSCAR YASMANI, FERNANDEZ QUISPE BHERTY, Propuesta Arquitectónica Comercial para la Ciudad de Juliaca – Sector Norte, Universidad Nacional del Altiplano, Perú, Puno de 2016".
- "ILICH ULIANO LAURA BONIFACIO, El Ocio en la Transformación Espacial de los Centros Comerciales de Huancayo 2012, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo de 2013".
- "ROLAND CRISTHIAN QUIROZ ROMERO, JULIO RÓMULO RAMÍREZ BENÍTEZ, Centro Comercial Tipo Mall Para La Ciudad De Cajamarca, Universidad Privada Antenor Orrego, Perú, Trujillo de 2012".
- "ALVARADO PÉREZ MIGUEL ANTONIO, BACA MARTÍNEZ JOSÉ JOSÉ, Centro Turístico-Comercial para el Balneario de Máncora – Piura, Universidad Ricardo Palma, Perú, Lima de 2015".
- "DANIELA DE LOS RIOS FLURY, Complejo comercial Plaza de Flores Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú, Lima de 2013".

ANEXOS

1.- Matrices

▪ **Matriz de antecedentes de investigación**

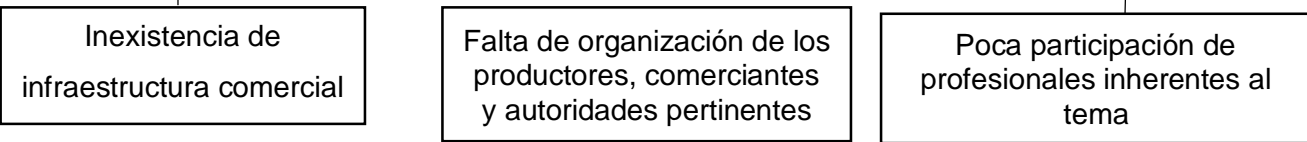
Efecto



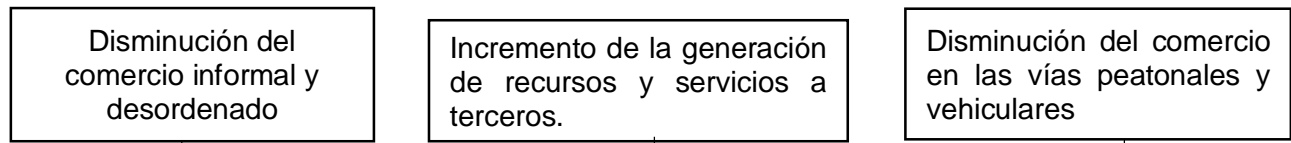
PROBLEMA CENTRAL



Causa



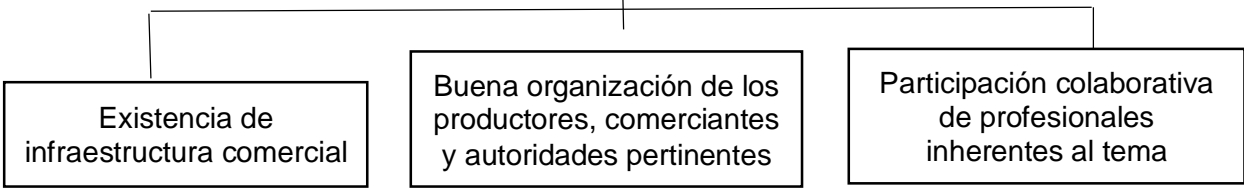
Fines



OBJETIVO CENTRAL



Medios



TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

 ■ **Matriz de involucrados (actores sociales / agentes sociales)**

| MATRIZ DE ACTORES | | | |
|--|----------------|----------------|-------------------|
| ACTOR | ENTIDAD | ROL | FUNCION |
| Municipalidad Provincial de Chincha | Gobierno | Administrativo | Inversión/Control |
| Municipalidad del Distrito de Pueblo Nuevo | Gobierno | Administrativo | Inversión/Control |
| Gobierno Regional de Ica | Gobierno | Administrativo | Inversión |
| Inversionistas Privados | Privada | Administrativo | Inversión |
| DIRCETUR | Publica | Publica | Jurídica |

| MATRIZ DE AGENTES | | |
|---|------------------|----------------|
| ACTOR | ROL | FUNCION |
| Poblador de Pueblo Nuevo - Chincha | Comprar/trabajar | Usuario |
| Personal del Centro Comercial | Trabajar | Usuario |
| Compradores | Comprar | Usuario |
| Comensales | Comer | Usuario |
| Visitantes | Ocio | Usuario |
| Otros | Ocio | Usuario |

| MAPA DE ACTORES SOCIALES | | | |
|--|-----------------------------------|--------------------------------|--|
| ACTOR | PERSONA ENCARGADA | TELEFONO | CORREO / WEB |
| Alcalde de Chincha | Ing. Cesar Antonio Carranza Falla | (056) 267627 | www.municipalidadchincha.gob.pe |
| Alcalde de Pueblo Nuevo | Lic. Hugo Buendía Guerrero | (056) 580548 | municipalidad@munipnuevochincha.gob.pe |
| Gobernador Regional de Ica | Ing. Fernando Cilloniz Benavides | (056) 237348 – (056) 228200 | fcilloniz@regionica.gob.pe |
| Director Regional de Comercio Exterior y Turismo | Ing. Edgar Alan Watkin Sejuro | (056) 228200 | ewatkin@regionica.gob.pe |

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

- Matriz de análisis de escenarios**

PUNTAJE (DE MENOS A MAS SEGÚN CRITERIO)

| | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| X | X | X | X | X | X |
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

NO POSEE
CRITERIO
POSEE
CRITERIO EN
SU
TOTALIDAD

| Matriz de Ponderación (Terreno N° 01) | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Criterio / Valor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACCESIBILIDAD | | | | | x |
| SANEAMIENTO | | | | x | |
| USO DE SUELO | x | | | | |
| INFRAESTRUCTURA VIAL | | | | | x |
| INFRAESTRUCTURA PUBLICA | | | | x | |
| MOBILIDAD URBANA | | | | x | |
| COMERCIO | | | | | x |

Valor Total: 28 puntos

| Matriz de Ponderación (Terreno N° 02) | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Criterio / Valor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACCESIBILIDAD | | | x | | |
| SANEAMIENTO | | | x | | |
| USO DE SUELO | x | | | | |
| INFRAESTRUCTURA VIAL | | | x | | |
| INFRAESTRUCTURA PUBLICA | | | | x | |
| MOBILIDAD URBANA | | | | x | |
| COMERCIO | | x | | | |

Valor Tota: 20 puntos

- **Matriz de consistencia tripartita**

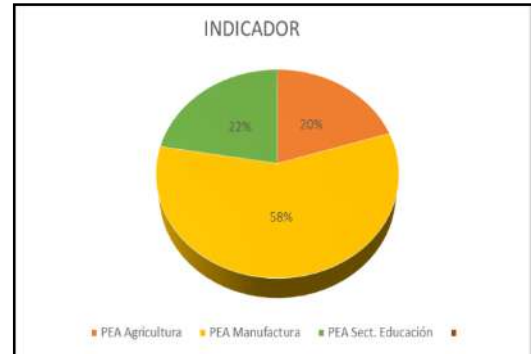
| PROBLEMAS (P) | OBJETIVOS (O) | HIPOTESIS (H) |
|---|---|---|
| <p>P. GENERAL</p> <p>La presencia de fábricas y el crecimiento de la actividad comercial en el distrito de Pueblo Nuevo – Chincha, han provocado un crecimiento desordenado e informal del comercio, situación que ha generado el deterioro progresivo de la ciudad de Pueblo Nuevo perjudicando la imagen de la ciudad y provocando mayor inseguridad ciudadana. Por tal motivo, es sumamente necesario plantear la implementación de una adecuada infraestructura comercial.</p> | <p>O. GENERAL</p> <p>Determinar el diseño arquitectónico del complejo comercial con la finalidad que contribuya con dinamizar el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha.</p> | <p>H. GENERAL</p> <p>La propuesta de diseño arquitectónico del complejo comercial contribuirá con dinamizar el comercio en la ciudad de Pueblo Nuevo- Chincha.</p> |

2.- Cuadros y gráficos

PEA

| Indicador | Pueblo Nuevo |
|---------------------|-----------------|
| Pea | 23,209.00 |
| PEA Agricultura | 1,568.00 |
| PEA Manufactura | 4,471.00 |
| PEA Sect. Educación | 1,736.00 |
| TOTAL | 7,775.00 |

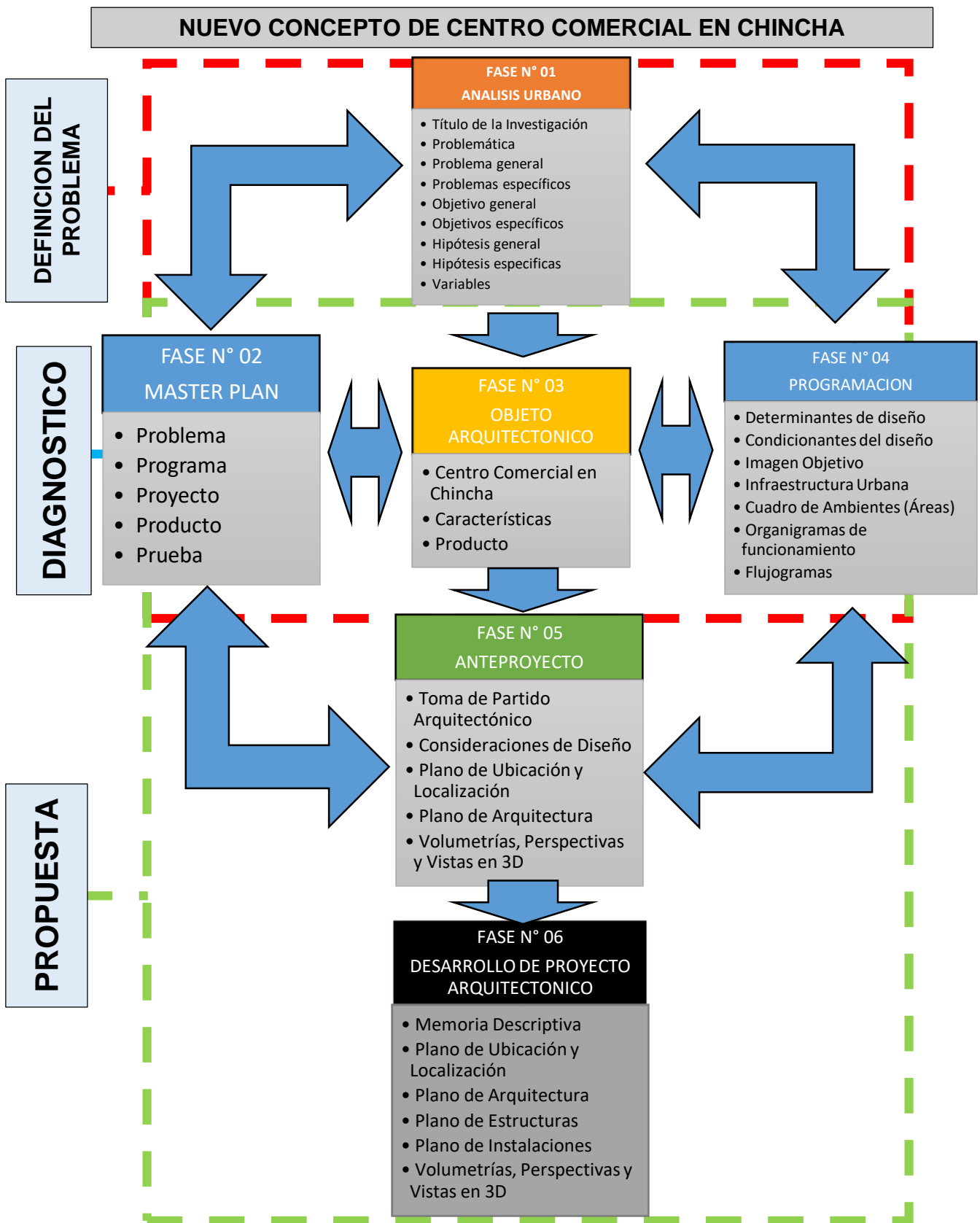
PEA OCUPADA



PEA ECONOMICAMENTE ACTIVA

| Indicador | Pueblo Nuevo | Medida | Año |
|-------------------------------------|--------------|----------|------|
| Población estimada | 63 163 | Personas | 2017 |
| Población joven que trabaja | 36 825 | Personas | 2014 |
| PEA | 23 209 | Personas | 2007 |
| PEA Ocupada | 23 209 | Personas | 2007 |
| PEA Adm. Publica y Defensa | 595 | Personas | 2007 |
| PEA Agricultura | 1 568 | Personas | 2007 |
| PEA Pesca | 71 | Personas | 2007 |
| PEA Minería | 53 | Personas | 2007 |
| PEA Manufactura | 4 471 | Personas | 2007 |
| PEA Sect. Educación | 1 736 | Personas | 2007 |
| PEA Electricidad, Gas y Agua | 48 | Personas | 2007 |
| PEA Construcción | 1 788 | Personas | 2007 |
| PEA Rest. Y Hoteles | 747 | Personas | 2007 |
| PEA Trans. Y Comunicaciones | 2 282 | Personas | 2007 |
| PEA Sect. Financiero | 71 | Personas | 2007 |
| PEA Sect. Inmobiliario | 794 | Personas | 2007 |
| PEA desocupada | 988 | Personas | 2007 |

3.- Esquema de Síntesis



TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

4.- Cuadro de valores unitarios

Cuadro de Valores Unitarios Oficiales de Edificaciones para la Costa

Vigente desde el 01 al 30 de abril del 2019

Resolución Ministerial N° 370-2018-VIVIENDA - Fecha publicación en Diario El Peruano: 30-oct-2018
 Resolución Jefatural N° 102-2019-INEI (01 ABRIL 2019) IPC mes de marzo 2019: 0.92%

| VALORES POR PARTIDAS EN NUEVOS SOLES POR METRO CUADRADO DE ÁREA TECHADA | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|--|---|
| CATEGORÍA | ESTRUCTURAS | | ACABADOS | | | | INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y SANITARIAS (7) |
| | MUROS Y COLUMNAS (1) | TECHOS (2) | PISOS (3) | PUERTAS Y VENTANAS (4) | REVESTIMIENTOS (5) | BAÑOS (6) | |
| A | Estructuras laminares curvadas de concreto armado que incluyen en una sola armadura la cimentación y el techo. Para este caso no se considera los valores de la columna N°2. | Losa o aligerado de concreto armado con luces mayores de 6m. Con sobrecarga mayor a 300 kg/m ² . | Mármol importado, piedras naturales importadas, porcelanato. | Aluminio pesado con perfiles especiales. Madera fina ornamental (caoba, cedro o pino selecto). Vidrio insulated (1) | Mármol importado, madera fina (caoba o similar), baldosa acústica en techo o similar. | Baños completos (7) de lujo importado con enchape fino (mármol o similar). | Aire acondicionado, iluminación especial, ventilación forzada, sist. hidro neumático, agua caliente y fría, intercomunicador alarmas, ascensor, sist. de bombeo de agua y desague (5), teléfono, gas natural. |
| | 505.44 | 306.99 | 271.10 | 274.30 | 295.66 | 99.77 | 293.20 |
| B | Columnas, vigas y/o placas de concreto armado y/o metálicas. | Aligerados o losas de concreto armado inclinadas. | Mármol nacional o reconstituido, parquet fino (olivo, chonta o similar), cerámica importada, madera fina. | aluminio o madera fina (caoba o similar) de diseño especial, vidrio polarizado (2) y curvado, laminado o templado. | Mármol nacional, madera fina (caoba o similar) enchapes en techos. | Baños completos (7) importados con mayólica o cerámico deco- rativo importado. | Sistemas de bombeo de agua potable (5), ascensor, teléfono, agua caliente y fría, gas natural. |
| | 325.87 | 200.41 | 162.49 | 144.58 | 224.00 | 75.85 | 214.08 |
| C | Placas de concreto (e=10 a 15 cm), albañilería armada, ladrillo o similar con columna y vigas de amarre de concreto armado. | Aligerado o losas de concreto armado horizontales. | Madera fina machihembrada, terrazo. | Aluminio o madera fina (caoba o similar), vidrio tratado polarizado (2), laminado o templado. | Superficie caravista obtenida mediante encofrado especial, enchape en techos. | Baños completos (7) nacionales con mayólica o cerámico nacional de color. | Igual al Punto "B" sin ascensor. |
| | 224.31 | 165.47 | 106.94 | 93.45 | 166.17 | 52.62 | 135.05 |
| D | Ladrillo o similar sin elementos de concreto armado. Drywall o similar incluye techo (6) | Calamina metálica, fibrocemento sobre vigería metálica. | Parquet de 1ra., lajas, cerámica nacional, loseta veneciana 40x40 cm, piso laminado. | Ventanas de aluminio, puertas de madera selecta, vidrio tratado transparente (3). | Enchape de madera o laminados, piedra o material vitrificado. | Baños completos (7) nacionales blancos con mayólica blanca. | Agua fría, agua caliente, corriente trifásica teléfono, gas natural. |
| | 216.93 | 105.03 | 94.34 | 81.86 | 127.50 | 28.08 | 85.32 |
| E | Adobe, tapial o quincha. | Madera con material impermeabilizante. | Parquet de 2da., loseta veneciana 30x30 cm, lajas de cemento con canto rodado. | Ventanas de hierro, puertas de madera selecta (caoba o similar), vidrio transparente (4) | Superficie de ladrillo caravista. | Baños con mayólica blanca, parcial. | Agua fría, agua caliente, corriente monofásica, teléfono, gas natural. |
| | 152.71 | 39.15 | 63.21 | 70.04 | 87.72 | 16.51 | 61.96 |
| F | Madera (estoraque, pumaquiro, huayruro, machinga, catahua amarilla, copaiba, diablo fuerte, tornillo o similares). Drywall o similar (sin techo) | Calamina metálica, fibrocemento o teja sobre vigería de madera corriente. | Loseta corriente, canto rodado, alfombra. | Ventanas de hierro o aluminio industrial, puertas contraplacadas de madera (cedro o similar), puertas material MDF o HDF, vidrio simple | Tarrajeo frotachado y/o yeso moldurado, pintura lavable. | Baños blancos sin mayólica. | Agua fría, corriente monofásica, gas natural. |
| | 115.02 | 21.54 | 43.15 | 52.58 | 61.84 | 12.29 | 35.44 |
| G | Pircado con mezcla de barro. | Madera rústica o caña con torta de barro. | Loseta vinilica, cemento bruñado coloreado, tapizón. | Madera corriente con marcos en puertas y ventanas de pvc o madera corriente. | Estucado de yeso y/o barro, pintura al temple o al agua. | Sanitarios básicos de losa de 2da., fierro fundido o granito | Agua fría, corriente monofásica, teléfono. |
| | 67.77 | 14.80 | 38.10 | 28.40 | 50.71 | 8.46 | 32.88 |
| H | | Sin techo. | Cemento pulido, ladrillo corriente, entablado corriente. | Madera rústica. | Pintado en ladrillo rústico, placa de concreto o similar. | Sin aparatos sanitarios. | Agua fría, corriente monofásica sin empotrar |
| | - | 0.00 | 23.84 | 14.20 | 20.28 | 0.00 | 17.75 |
| I | | | Tierra compactada. | Sin puertas ni ventanas. | Sin revestimientos en ladrillo, adobe o similar. | | Sin instalación eléctrica ni sanitaria. |
| | - | - | 4.77 | 0.00 | 0.00 | - | - |

El presente Cuadro de Valores Unitarios ha sido actualizado con el índice de precios al Consumidor de Lima Metropolitana, acumulado al mes de marzo del 2019: 1.0092

 En Edificios aumentar el valor por m² en 5% a partir del 5to. Piso.

 El valor unitario por m² para una edificación determinada, se obtiene sumando los valores seleccionados de cada una de las 7 columnas del cuadro de acuerdo a sus características predominantes.

(1) Referido al doble vidrio hermético, con propiedades de aislamiento térmico y acústico.

(2) Referido al vidrio que recibe tratamiento para incrementar su resistencia mecánica y propiedades de aislamiento acústico y térmico, son coloreados en su masa permitiendo la visibilidad entre 14% y 83%.

(3) Referido al vidrio que recibe tratamiento para incrementar su resistencia mecánica y propiedades de aislamiento acústico y térmico, permiten la visibilidad entre 75% y 92%.

(4) Referido al vidrio primario sin tratamiento, permiten la transmisión de la visibilidad entre 75% y 92%.

(5) Sistema de bombeo de agua y desague, referido a instalaciones interiores subterráneas (cisterna, tanque séptico) y aéreas (tanque elevado) que forman parte integrante de la edificación.

(6) Para este caso no se considera la columna N° 2.

(7) Se considera mínimo lavatorio, inodoro y ducha o tina.

TESIS: "NUEVO CONCEPTO DE CENTRO COMERCIAL EN CHINCHA"

AUTOR: Bach. Arq. GERALDINE LUZ HERRERA JIMENEZ

5.- Norma A-0.70 Comercio