



FACULTAD DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

TESIS:

“CENTRO COMERCIAL – PLAZA PARCONA”

PRESENTADO POR EL BACHILLER:

FERNANDEZ MEDINA SOFIA ISABEL

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

ARQUITECTO

**ICA - PERÚ
2017**

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, fuente de apoyo constante e incondicional para poder llegar a este logro.

A mi abuela, quien con su paciencia y sus consejos me enseñó a ser quien soy, gracias por el amor que me has dado y por llevarme siempre en tus oraciones.

A mi abuelo, que ya no está a mi lado, pero su cariño prevalece siempre en mi corazón, gracias por guiarme desde cielo en cada paso que doy.

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado sabiduría y salud para lograr mis objetivos.

A la “Universidad Alas Peruanas” por contribuir en mi formación profesional.

RESUMEN

El desarrollo económico en nuestro país ha traído como consecuencia un gran crecimiento demográfico en las ciudades, trayendo consigo una gran necesidad de espacios destinados al consumo, recreación, esparcimiento, entre otros.

El proyecto está orientado al desarrollo que han tenido los Centros Comerciales estas últimas décadas y la importancia que han adquirido en la cotidianidad de las personas, representando una nueva alternativa de espacio público, con el objetivo de brindar confort y ambientes óptimos y agradables de esparcimiento y ocio, diseñadas para el desarrollo de cada actividad.

Para poder llevar a cabo este proyecto en el Distrito de Parcona, se realizó un análisis del sector, necesidades, problemas y una investigación del surgimiento de los Centros Comerciales, que representa la base teórica y conceptual del mismo.

Los sistemas constructivos propuestos en el diseño están planteados para un clima cálido, con envolventes de vegetación, terrazas y jardines.

El proyecto está conformado por locales comerciales, áreas de descanso, patio de comidas, que además de ser un lugar para satisfacer necesidades también es un espacio de distracción y convivencia.

El presente trabajo tiene como finalidad enfatizar el impacto de los Centros Comerciales en la estructura urbana de la ciudad.

ABSTRACT

The economic development in our country has brought a great demographic growth in the cities as a consequence, bringing with it a great need of spaces destined to the consumption, recreation, leisure, among others.

The project is oriented to the development that Shopping Centers have had last decades and the meaning that they have acquired in the daily life of the people, representing a new alternative for public space, with the aim of providing comfort and optimal and pleasant environments for recreation and leisure, designed for the development of each activity.

In order to carry out this project in Parcona district, an analysis of the sector, needs, problems and an investigation of the emergence of the Shopping Centers was made, and it represents the theoretical and conceptual basis of the same.

The constructive systems proposed are designed for a warm climate, with vegetation, terraces and gardens surroundings. This project is made up of commercial stores, rest areas, food court, which besides being a place to satisfy needs is also a space of distraction and coexistence.

The purpose of this paper is to emphasize the impact of Shopping Centers on the urban structure of the city.

SUMARIO

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
SUMARIO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO POR CAPÍTULO Y TÍTULO	VII
ÍNDICE DETALLADO DE CONTENIDOS	IX
LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS	XV

INTRODUCCION	01
CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	02
CAPITULO II : MARCO TEÓRICO	26
CAPITULO III : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	44
CAPITULO IV : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA	67
CAPITULO V : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE LECCIONES APRENDIDAS	117

FUENTES DE INFORMACIÓN

ANEXOS

INDICE DE CONTENIDO POR CAPÍTULO Y TÍTULO

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
SUMARIO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO POR CAPÍTULO Y TÍTULO	VII
ÍNDICE DETALLADO DE CONTENIDOS	IX
LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS	XV

<u>INTRODUCCION</u>	01
----------------------------------	-----------

<u>CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO</u>	02
1.- Caracterización general del área de estudio	02
2.- Descripción de la realidad problemática	03
3.- Formulación del problema de investigación	09
4.- Objetivos de investigación	10
5.- Hipótesis y presupuestos conceptuales	11
6.- Identificación y clasificación de variables relevantes para el proyecto arquitectónico	16
7.- Matriz de consistencia tripartita	18
8.- Diseño de la investigación	19
9.- Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos relevantes para el Proyecto	20
10.- Esquema metodológico general de investigación y elaboración de la propuesta de intervención	21
11.- Justificación de la investigación y de la intervención urbano-arquitectónica	23
12.- Alcances y limitaciones de la investigación	24

<u>CAPITULO II : MARCO TEÓRICO</u>	26
2.1.- Antecedentes de la investigación	26
2.2.- Bases teóricas	37
2.3.- Definición de términos básicos	38
<u>CAPITULO III : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN</u>	44
3.1.- Antecedentes	44
3.2.- Condiciones físicas de la ciudad	58
3.3.- Actividades urbanas	62
3.4.- Normatividad vigente	66
<u>CAPITULO IV : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA</u>	67
4.1.- Programación arquitectónica	67
4.2.- Partido arquitectónico	79
4.3.- Proyecto arquitectónico definitivo	84
4.4.- Documentos complementarios	85
4.5.- Evaluación económico-financiera del proyecto	106
<u>CAPITULO V : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE LECCIONES APRENDIDAS</u>	117
5.1.- Interpretación de resultados del proceso	117
5.2.- Balance de lecciones aprendidas del proceso	118
<u>FUENTES DE INFORMACIÓN</u>	120
1.- Bibliografía	120
2.- Webgrafía	120
3.- Otras fuentes	120
<u>ANEXOS</u>	121
1.- Cuadros y gráficos	121
2.- Otros	127

INDICE DETALLADO DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
SUMARIO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO POR CAPÍTULO Y TÍTULO	VII
ÍNDICE DETALLADO DE CONTENIDOS	VIII
LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS	XV

<u>INTRODUCCION</u>	01
---------------------------	----

<u>CAPITULO I : PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO</u>	02
--	----

1.- <u>Caracterización General del Área de Estudios</u>	02
2.- <u>Descripción de la Realidad Problemática</u>	03
2.1.- Análisis de causa-efecto (Árbol del Problemas)	03
2.2.- Análisis de medios-fines (Árbol de Soluciones)	06
3.- <u>Formulación del Problema</u>	09
3.1.- Problema general	09
3.2.- Problemas específicos	09
4.- <u>Objetivos de la Investigación</u>	10
4.1.- Objetivo general	10
4.2.- Objetivos específicos	10
5.- <u>Hipótesis y Presupuestos Conceptuales</u>	11
5.1.- Escenarios de intervención urbano arquitectónica	11
5.1.1.- Escenario tendencial o probable (sin intervención)	11
5.1.2.- Escenario deseable (sin intervención)	12
5.1.3.- Escenario posible (con intervención)	13
5.2.- Hipótesis general	15
5.3.- Hipótesis específicas	15

6.-	<u>Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto</u>	
	<u>Arquitectónico</u>	16
6.1.-	Variables independientes	16
6.2.-	Variables dependientes	17
6.3.-	Variables intervinientes	17
7.-	<u>Matriz de Consistencia Tripartita</u>	18
7.1.-	Consistencia transversal: Problema / Objetivo / Hipótesis	18
7.2.-	Consistencia longitudinal: Categorías generales / Categorías específicas	19
8.-	<u>Diseño de la Investigación</u>	19
8.1.-	Tipo de investigación	19
8.2.-	Nivel de investigación	19
8.3.-	Método de investigación	20
9.-	<u>Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos Relevantes para el Proyecto</u>	20
9.1.-	Técnicas	20
9.2.-	Instrumentos	20
9.3.-	Fuentes	21
10.-	<u>Esquema Metodológico General de Investigación y elaboración de la Propuesta de Intervención</u>	21
10.1.-	Descripción por fases	21
10.2.-	Esquema síntesis	22
11.-	<u>Justificación de la Investigación y de la Intervención Urbano- Arquitectónica</u>	23
11.1.-	Criterios de Pertinencia	23
11.2.-	Criterios de Necesidad	23
11.3.-	Criterios de Importancia	23
	1.11.3.1.- Social	
12.-	<u>Alcances y Limitaciones de la Investigación</u>	24
12.1.-	Alcances Teóricos y Conceptuales	24
12.2.-	Limitaciones	25

CAPITULO II : MARCO TEÓRICO	26
1.- Antecedentes de la Investigación	26
1.1.- Tesis, investigaciones	27
1.2.- Proyectos arquitectónicos y urbanísticos	29
2.- Bases Teóricas	37
3.- Definición de Términos Básicos	38
3.1.- Conceptos referidos al tipo de intervención urbano-arquitectónica	38
3.2.- Conceptos referidos al tipo de equipamiento a proyectar	41
CAPITULO III : MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	44
1.- Antecedentes	44
1.1.- El lugar: La ciudad o localidad a intervenir	44
1.1.1.- Ubicación regional y límites jurisdiccionales	
1.1.2.- Población	
1.1.3.- Dinámica económica	
1.2.- Los actores sociales vinculados al proyecto	46
1.2.1.- La institución promotora o beneficiaria del proyecto y su rol en la ciudad.	
▪ <i>Reseña histórica de la institución</i>	
▪ <i>Motivaciones y expectativas con respecto al proyecto</i>	
▪ <i>Caracterización de los usuarios potenciales del proyecto</i>	
1.2.2.- Los actores y agentes sociales vinculados al proyecto	
▪ <i>Matriz de actores sociales</i>	
1.3.- Criterios para el análisis locacional de la propuesta	50
1.3.1.- Ubicación del predio y estatus legal	
1.3.2.- Valor económico, histórico, artístico, y/o paisajístico del lugar	
1.3.3.- Análisis locacional	
▪ <i>Alternativas de localización y ubicación</i>	
▪ <i>Definición de criterios de localización</i>	
▪ <i>Matriz de ponderación</i>	
▪ <i>Discusión de resultados y toma de decisiones</i>	

2.-	<u>Condiciones Físicas de la Ciudad</u>	58
2.1.-	Territorio	58
2.1.1.-	Topografía y relieves	
2.1.2.-	Sismología	
2.1.3.-	Masas y/o cursos de agua superficial	
2.1.4.-	Aguas freáticas	
2.2.-	Clima	59
2.2.1.-	Componentes meteorológicos	
2.2.2.-	Componentes energéticos	
2.3.-	Paisaje urbano	61
2.3.1.-	Aspectos Generales del entorno mediato	
2.3.2.-	Aspectos Particulares del entorno inmediato	
3.-	<u>Actividades Urbanas</u>	62
3.1.-	Equipamiento urbano	62
3.2.-	Vialidad y transporte	64
3.3.-	Comercialización y abastecimiento	64
4.-	<u>Normatividad Vigente</u>	66
4.1.-	Reglamento Nacional de Edificaciones	66
4.2.-	Municipalidad Provincial	66
4.3.-	Municipalidad Distrital	66
<u>CAPITULO IV : PROPUESTA ARQUITECTÓNICA</u>		67
1.-	<u>Programación arquitectónica</u>	67
1.1.-	Localización y ubicación del inmueble a intervenir	67
1.2.-	Relación proyecto - entorno	68
1.3.-	Actividades Potenciales del Proyecto	71
4.1.3.1.-	Análisis de Fortalezas y Oportunidades (F-O)	71
4.1.3.2.-	Análisis conceptual de cronotopos	71
1.4.-	Determinación de los componentes principales del proyecto	73
1.5.-	Definición de unidades funcionales	73
1.6.-	Consideraciones dimensionales	74
1.7.-	Consideraciones constructivas y estructurales	77
1.8.-	Consideraciones ambientales generales	77
1.9.-	Cuadro resumen de áreas	77
1.10.-	Estimado de costos globales	78

2.- Partido arquitectónico	79
2.1.- Estudio previo	79
2.1.1.- Esquema general de conformación de sectores	
2.1.2.- Zonificación interna	
2.1.3.- Criterios de modulación espacial	
2.1.4.- Criterios de tratamiento volumétrico y paisajístico	
3.- Proyecto arquitectónico definitivo	84
4.- Documentos complementarios	85
4.1.- Memoria descriptiva de arquitectura	85
4.1.1.- Antecedentes	
4.1.2.- Descripción del terreno	
4.1.3.- Descripción del proyecto arquitectónico	
4.1.4.- Características constructivas y de ingeniería	
4.2.- Especificaciones técnicas por partidas y subpartidas	88
4.2.1.- Generalidades	
4.2.2.- Obras provisionales	
4.2.3.- Trabajos preliminares	
4.2.4.- Obras de albañilería	
4.2.5.- Revoques, enlucidos y molduras	
4.2.6.- Pisos y pavimentos	
4.2.7.- Zócalos y contrazócalos	
4.2.8.- Carpintería de madera	
4.2.9.- Carpintería metálica y herrería	
4.2.10.- Cerrajería	
4.2.11.- Pintura	
4.2.12.- Vidrios	
4.2.13.- Aparatos sanitarios y grifería	
4.2.14.- Varios	
5.- Evaluación económico-financiera del proyecto	106
5.1.- Análisis económico del país y del entorno del proyecto	106
5.1.1.- Análisis de mercado	
5.1.2.- Planeamiento y gestión del proyecto	
5.2.- Análisis financiero del proyecto	110
5.2.1.- Evaluación de rentabilidad económica y/o social	
5.2.2.- Alternativas de financiación y/o apalancamiento	

CAPITULO V : INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS Y BALANCE DE

<u>LECCIONES APRENDIDAS</u>	117
1.- <u>Interpretación de resultados del proceso</u>	117
1.1.- Balance de resultados esperados y resultados obtenidos	117
1.2.- Conclusiones	118
2.- <u>Balance de lecciones aprendidas del proceso</u>	118
2.1.- Lecciones aprendidas	118
2.2.- Recomendaciones	119

<u>FUENTES DE INFORMACIÓN</u>	120
1.- Bibliografía	120
2.- Webgrafía	120
3.- Otras fuentes	120

<u>ANEXOS</u>	121
1.- Cuadros y gráficos	121
2.- Otros	127

LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS

CAPITULO III. MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCION

- Caracterización de los usuarios potenciales del proyecto46
 - Cuadro N° 01
 - Cuadro N° 02
 - Cuadro N° 03
- Alternativas de localización y ubicación 51
 - Gráfico N° 01
- Discusión de resultados y toma de decisiones.....56
 - Cuadro N° 04
 - Cuadro N° 05
 - Cuadro N° 06
 - Cuadro N° 07

CAPITULO IV. PROPUESTA ARQUITECTONICA

- Localización y Ubicación del Inmueble a Intervenir.....67
 - Gráfico N° 02
- Relación del Proyecto – Entorno.....68
 - Gráfico N° 03
 - Gráfico N° 04
- Consideraciones Dimensionales74
 - Cuadro N° 08
 - Cuadro N° 09
 - Cuadro N° 10
 - Cuadro N° 11
 - Cuadro N° 12
 - Cuadro N° 13
 - Cuadro N° 14
 - Cuadro N° 15
 - Cuadro N° 16
 - Cuadro N° 17

- Análisis de Mercado
 - Evaluación de Información de Usuarios121
 - Cuadro N° 18
 - Gráfico N° 05
 - Cuadro N° 19
 - Gráfico N° 06
 - Cuadro N° 20
 - Gráfico N° 07
 - Cuadro N° 21
 - Gráfico N° 08
 - Cuadro N° 22
 - Gráfico N° 09
 - Cuadro N° 23
 - Gráfico N° 10
 - Evaluación de los Comerciantes124
 - Cuadro N° 24
 - Gráfico N° 11
 - Cuadro N° 25
 - Gráfico N° 12
 - Cuadro N° 26
 - Gráfico N° 13
 - Cuadro N° 27
 - Gráfico N° 14
 - Cuadro N° 28
 - Gráfico N° 15
 - Cuadro N° 29
 - Gráfico N° 16
 - Cuadro N° 30
 - Gráfico N° 17

INTRODUCCION

Parcona es el distrito con mayor población de la provincia de Ica. Con una extensión de 17.39 km² y sus 53,508 habitantes, se convierte en una gran oportunidad por las economías urbanas que su alta densidad demográfica genera (3,076.94 Hab/km²) y que puede ser aprovechada en beneficio de la comunidad, especialmente en la actividad comercial.

La población de este distrito está conformada en gran parte por emprendedores, especialmente empresarios y profesionales, destacando la actividad comercial que brinda empleo al 15% de la población económicamente activa, cantidad significativa que hace evidente la importancia que tiene en la dinámica social urbana, así como en los usos actuales del suelo.

Forma un continuo urbano con la ciudad de Ica, con el distrito de La Tinguiña, Los Aquijes y San José de los Molinos; sumadas las poblaciones de los distritos con Parcona, se llega a 103,619 habitantes, 32.25% de la población de la provincia.

Las condiciones descritas nos han guiado al planteamiento de un “Centro Comercial” de envergadura localizado en el distrito de Parcona, que proporcione un ordenamiento y organización de la actividad comercial formal e informal, con un área de influencia directa que abarca los distritos de Parcona, Tinguiña, Los Aquijes, San José de los Molinos y de influencia indirecta a la provincia de Ica, considerando la fluida comunicación vial existente.

Se puede lograr de esta manera un mejor equipamiento urbano para un distrito de reconocido desarrollo, como es Parcona y para el sector Este de la ciudad de Ica

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1. Caracterización General del Área de Estudios

Parcona es uno de los 14 Distritos que conforman la Provincia de Ica, de mayor densidad poblacional, tiene como eje principal al comercio, venta de productos al por menor y la preparación de alimentos, encontrándose una numerosa cantidad de locales comerciales, tiendas y mercados, cabe destacar que los alrededores del mercado se encuentran ocupados por el asentamiento de comercio ambulatorio, los cuales han construido de manera precaria una serie de puestos, ocasionando el desbordamiento del mercado llegando a ocupar parte de la vía pública .

La actividad comercial y de servicios que constituye la base de la economía del distrito dedicándose a ella el 60.54% de la PEA de 6 años a más, esta actividad es realizada mayormente en la ciudad de Ica por ser el distrito de Parcona parte del continuo urbano de la ciudad de Ica. La actividad comercial en el distrito es en condiciones regulares, tiene mercados, que necesitan mejoramiento en su infraestructura; los mismos que dependen generalmente del mercado central de Ica.

El comercio vecinal destinado a la compra venta de bienes de consumo diario y de primera necesidad, se realiza bajo la modalidad de Minimarkets, bodegas y pequeñas tiendas.

En la zona de ingreso al Distrito encontramos el comercio intensivo de todo tipo, apostado a ambos lados de vía de acceso al distrito, así como: tiendas de abarrotes, ferreterías, ambulantes, grifos, talleres mecánicos eléctricos y metalmecánicos, entre otros y los paraderos informales de camiones.

El objetivo fundamental de la propuesta es definir una estructura o modelo de consolidación que permita prever y preservar la infraestructura urbana junto con la actividad comercial, en armonía con el desarrollo sostenible y las capacidades del medio.

2. Descripción de la Realidad Problemática

2.1. Análisis de causa-efecto (Árbol del Problemas)

Causas:

C-1 La reciente incursión de los grandes centros comerciales resulta más novedosa, atractiva y moderna para los compradores que los formatos convencionales.

C-2 Deficiencias en el control de calidad por parte de muchos de los pequeños comerciantes.

C-3: Los consumidores del área de influencia de Parcona se trasladan por diversos medios de transporte a los centros comerciales ubicados en otro distrito porque no encuentran dichos servicios en su localidad.

C-4: Los mayoristas directos prefieren no ofertar sus productos a los pequeños comerciantes porque se encuentran dispersos, sus adquisiciones son pequeñas y no tienen áreas para descarga de productos.

C-5: El pequeño tamaño de sus locales no les permite tener estacionamientos internos, no pueden evitar el perjuicio a los compradores.

C-6: Vías públicas de zonas comerciales actuales no tienen una sección adecuada para estacionamientos en la vía pública.

C-7: En el diseño de los locales se omitieron los servicios complementarios de recreación o de interacción social.

C-8: Insuficiente capacidad de organización de los pequeños comerciantes para agruparse y construir locales propios competitivos.

Efectos:

E-1 Disminución de afluencia de compradores en las paradas, mercados y galerías comerciales de propiedad o uso de pequeños comerciantes.

E-2 Los consumidores desconfían de la vigencia e higiene de los productos que ofertan los pequeños comerciantes informales.

E-3: Los consumidores del área de influencia del proyecto se trasladan por diversos medios de transporte a los centros comerciales incrementándose sus gastos de movilidad.

E4- Muchos comerciantes minoristas no acuden a los mayoristas directos para abastecerse de productos.

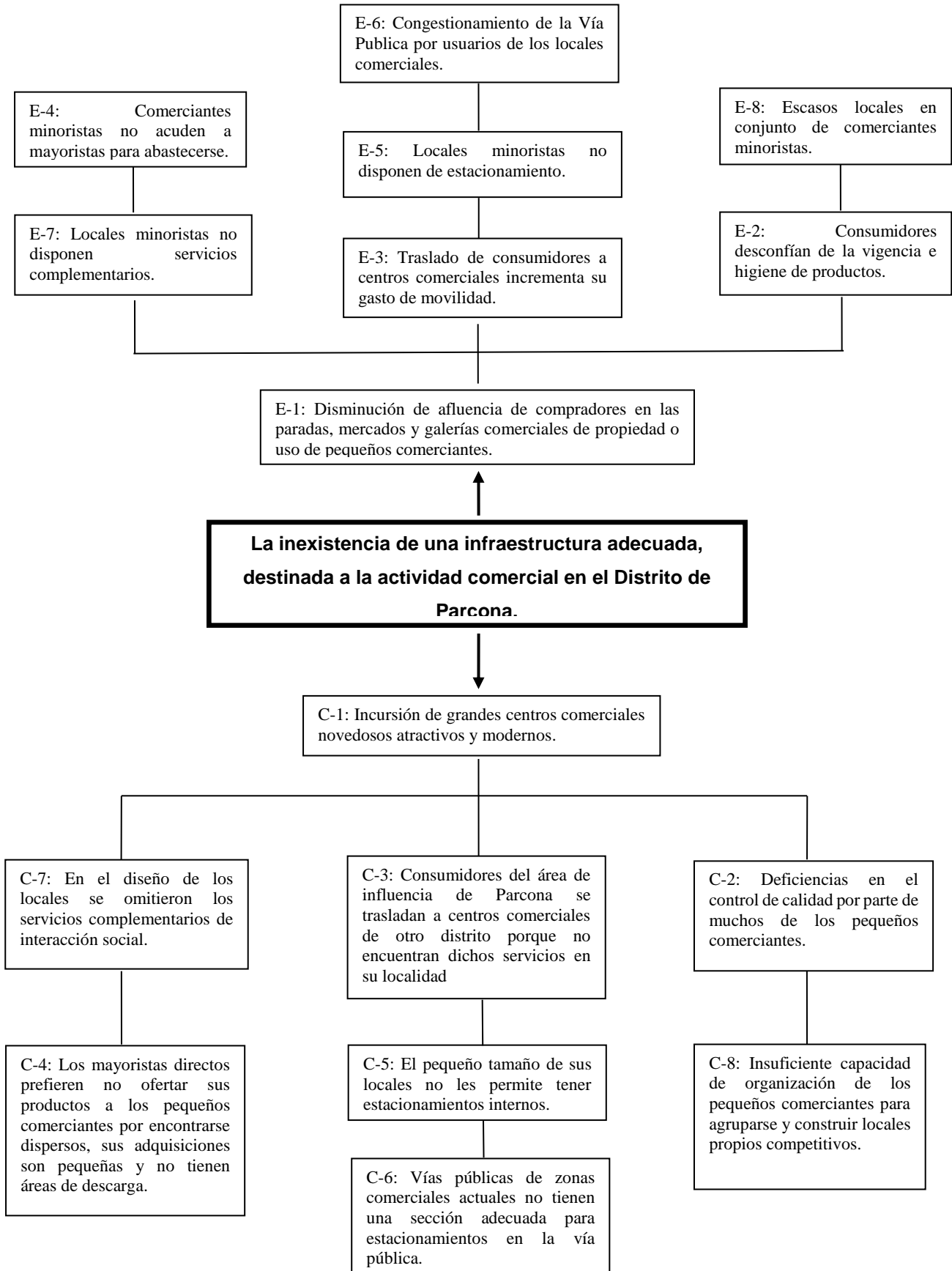
E-5: Los locales de los comerciantes minoristas no disponen de plazas de estacionamiento dentro de sus locales, perjudicando a los usuarios.

E-6: Las vías públicas de circulación vehicular se congestionan porque los usuarios de los locales comerciales convencionales se estacionan en la vía pública.

E-7: Los locales comerciales de conjunto construidos por los comerciantes minoristas no disponen de servicios complementarios de recreación o de interacción social.

E-8: Son escasos los comerciantes minoristas que se han agrupado y construido locales comerciales en conjunto.

Árbol de Problemas



2.2. Análisis de causa-efecto (Árbol del Problemas)

Medios:

M-1 Identificación de los componentes omitidos en los locales o zonas de comerciantes minoristas que afectan la competitividad con relación a los centros comerciales modernos.

M-2 Identificación de las deficiencias en el control de calidad y el diseño de sistemas que mejoren la calidad del producto final.

M-3: Evaluación de las rutas y costos de transporte de Parcona a los centros comerciales existentes para establecer las ventajas de nuestro proyecto.

M-4: Evaluación de los sistemas de ventas al por mayor, tipos de productos de mayor consumo y tipos de vehículos, volúmenes y costos con la finalidad de determinar las características de los espacios necesarios.

M-5: Análisis de los requerimientos funcionales y normativos para la implantación de estacionamientos en el proyecto.

M-6: Análisis de la potencialidad de vías públicas de zonas comerciales que tengan una sección adecuada para estacionamientos en la vía pública.

M-7: Identificación de las actividades recreativas y de interacción social que pueden ser más apreciadas por los pobladores de Parcona.

M-8: Reforzamiento de la capacidad de organización de los comerciantes para la creación de un local comercial de envergadura adecuado, competitivo y sostenible.

Fines:

F-1: Actualización del formato de mercados y galerías comerciales.

F-2 El mejoramiento de los sistemas de control de calidad.

F-3: La creación de locales comerciales de envergadura en el distrito de Parcona.

F-4: La creación de locales comerciales de envergadura que posibiliten el abastecimiento de mayoristas a los pequeños comerciantes.

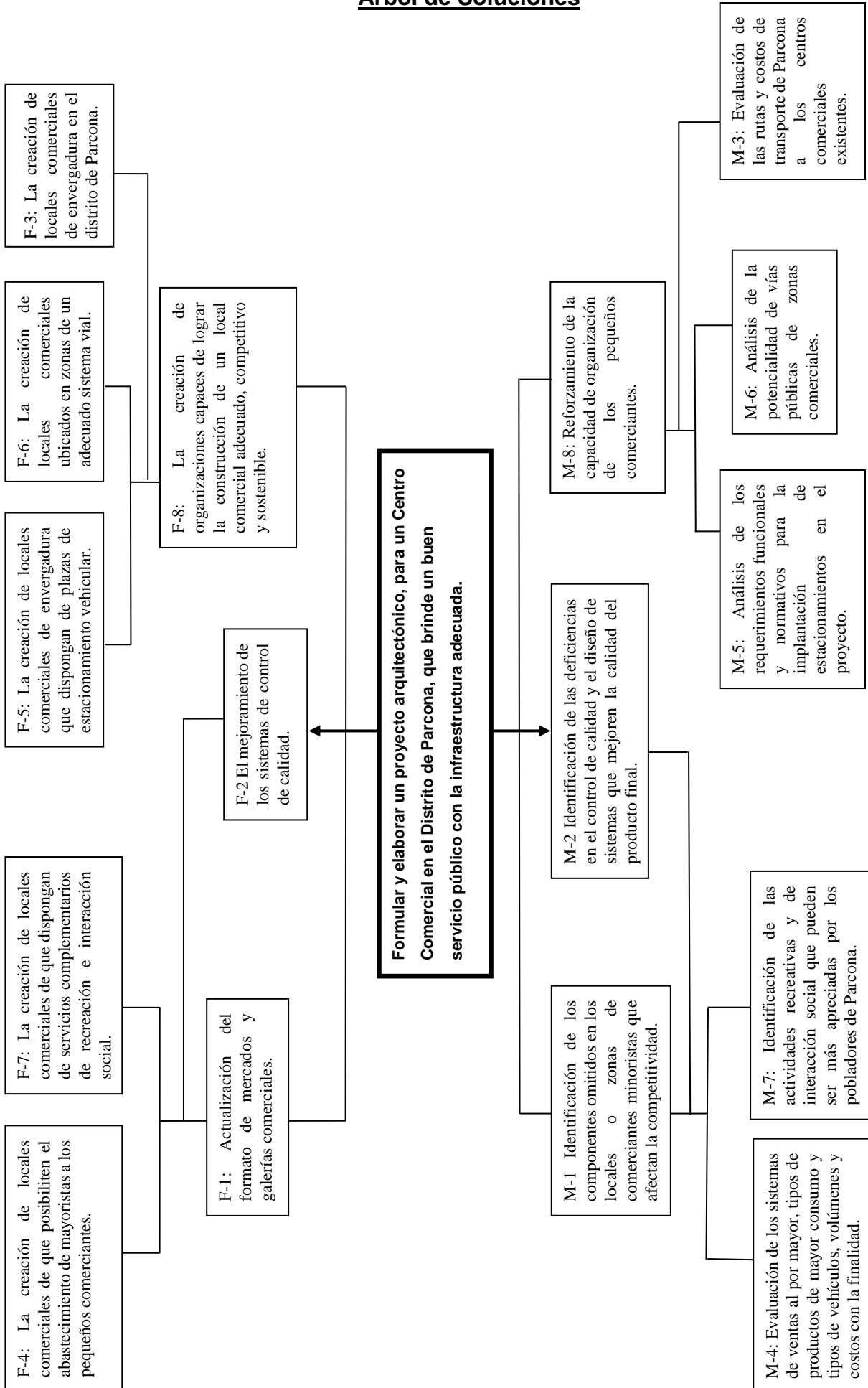
F-5: La creación de locales comerciales de envergadura que dispongan de plazas de estacionamiento vehicular.

F-6: La creación de locales comerciales ubicados en zonas abastecidas por un sistema vial adecuado o con posibilidades de crear vías adecuadas.

F-7: La creación de locales comerciales de envergadura que dispongan de servicios complementarios de recreación e interacción social.

F-8: La creación de organizaciones capaces de lograr la construcción de un local comercial de envergadura adecuado, competitivo y sostenible.

Árbol de Soluciones



3. Formulación del Problema

3.1. Problema general

PG. La inexistencia de una infraestructura adecuada, destinada a la actividad comercial en el Distrito de Parcona.

3.2. Problemas específicos

PE-1: Generalmente los locales comerciales de los pequeños comerciantes no son competitivos.

PE-2: La disposición de planta de los locales comerciales convencionales dificultan la constatación por parte del público de la vigencia e higiene de los productos.

PE-3: No existe un local comercial de gran envergadura ubicado en el distrito de Parcona.

PE-4: No existen locales en el distrito de Parcona debidamente preparados para las operaciones de descarga y almacenamiento de productos al por mayor.

PE-5: No existen locales en el distrito de Parcona que dispongan de plazas de estacionamiento dentro de sus locales.

PE-6: No existen muchos locales en el distrito de Parcona que dispongan de vías públicas adecuadas, con suficiente estacionamiento público y que tengan capacidad para atender la carga vehicular prevista.

PE-7: No existen locales en el distrito de Parcona que incluyan servicios complementarios de recreación e interacción social.

PE-8: La capacidad de organización y gestión de los comerciantes minoristas no es suficiente para lograr con certeza y eficacia la creación de un local comercial de envergadura adecuado, competitivo y sostenible.

4. Objetivos de la Investigación

4.1. Objetivo general

OG. Formular y elaborar un proyecto arquitectónico, para un Centro Comercial en el Distrito de Parcona, que brinde un buen servicio al público utilizando una adecuada infraestructura.

4.2. Objetivos específicos

OE-1: Diseñar locales comerciales más competitivos.

OE-2: Diseñar locales comerciales de conjunto que faciliten el control y promuevan la transparencia de la vigencia e higiene de los productos.

OE-3: Construir un local comercial de envergadura en el Distrito de Parcona.

OE-4: Construir un local comercial de envergadura preparado para las operaciones de descarga y almacenamiento de productos al por mayor.

OE-5: Construir un local comercial de envergadura que disponga de plazas de estacionamiento dentro de sus locales.

OE-6: Construir un local comercial de envergadura que disponga de vías públicas adecuadas, con estacionamiento público y que tengan capacidad para atender la carga vehicular prevista.

OE-7: Diseñar un local comercial de envergadura para los comerciantes minoristas que incluya servicios complementarios de recreación e interacción social.

OE-8: Proporcionar por intermedio de una entidad competente la creación de un local comercial de envergadura adecuado, competitivo y sostenible.

5. Hipótesis y Presupuestos Conceptuales

5.1. Escenarios de Intervención urbano arquitectónica

5.1.1. Escenario Tendencial o Probable (sin intervención)

En las tendencias socioeconómicas:

- El sector servicio podría contar con un mercado objetivo, satisfaciendo las necesidades básicas de la población, disminuyendo relativamente sus gastos.
- Aumentaría la producción del sector comercio con las ventas a gran escala.
- Los sectores industriales y de comercio podrían crecer y ampliarse en la venta de sus productos.

En las tendencias socio demográficas:

- El capital humano estará conformado por personas capacitadas que contribuirían a la estabilidad económica del Distrito.
- Los niveles de pobreza de las zonas marginales del Distrito se verían beneficiadas, con la regeneración de las zonas.
- Los jóvenes del Distrito tendrían mayores oportunidades laborales formales.

En las tendencias socio ambientales:

- Los residuos del Centro Comercial irían seleccionados de acuerdo a su grado de peligrosidad, se implementarían zonas de tratamiento de cada uno de ellos.
- Contaría con áreas verdes, regenerando el área urbana y brindando un mejor servicio social.

- Se realizarían tratamientos viales como peatonales en el entorno para un libre esparcimiento del usuario.

5.1.2. Escenario Deseable (sin intervención)

En las tendencias socioeconómicas:

- El sector servicio tendrá un nuevo mercado objetivo, el de satisfacer la necesidad de ocio y entretenimiento dirigido a todos los grupos de edad, aumentando el valor del suelo de los sitios donde se asientan y mejorando las perspectivas del mercado laboral del distrito.
- El sector comercio del Distrito de Parcona (pequeña y mediana empresa) ampliarán y aumentaran su producción debido a la construcción de un Centro Comercial a gran escala.
- Los sectores industriales y de comercio seguirán en crecimiento, el centro comercial ampliara las ventas de sus productos, los cuales con la implementación de nuevas tecnologías se obtendrá una mejora en la calidad, permitiéndoles competir frente a otros centros comerciales.

En las tendencias socio demográficas:

- El capital humano estará conformado por personas que cuenten con los conocimientos adecuados; ya que la competitividad exigirá un mejor desarrollo profesional, contribuyendo a la vez con la estabilidad económica de las empresas.
- Los niveles de pobreza de las zonas marginales del Río Ica (Distrito de Parcona), se verán disminuidos debido al aumento de producción de bienes y servicios que aportaran una nueva dinámica de regeneración en la zona.
- La población del Distrito de Parcona se mantendrá mayoritariamente entre los 20-30 años, los cuales conformaran

familias jóvenes, y su ingreso al mercado laboral se hará en condiciones formales.

En las tendencias socio ambientales:

- Los residuos orgánicos e inorgánicos del Centro Comercial, serán tratados y seleccionados de acuerdo a su grado de peligrosidad y toxicidad, la implementación de áreas de tratamiento en cada uno de ellos hará esto posible, así como también mejorará el estado de salubridad de los mismos.
- Se implementarán zonas de áreas verdes como parte de programas de regeneración urbana, lo que contribuirá a brindar un mejor servicio de ocio y esparcimiento a estas zonas donde actualmente no existe interacción social.
- Se implementaran zonas de tránsito vehicular y peatonal en el entorno que permitirá un libre esparcimiento de los usuarios al sector comercial.

5.1.3. Escenario Posible (con intervención)

El proyecto de Centro Comercial, en el contexto del desarrollo económico de la segunda década del siglo XXI, consolidara la actividad comercial del Distrito de Parcona, influyendo de la siguiente manera:

En las tendencias socioeconómicas:

- La creación de un centro comercial aumenta la capacidad de oferta de los productos a la vez que reduce los costos en transporte y permite un ahorro a los usuarios.
- Consumidores comprarían menor cantidad de veces y disminuirían los desperdicios.
- La modernización de las instalaciones así como de la organización del centro comercial contribuye indirectamente con

el crecimiento económico del Distrito, ya que establece un referente a seguir para el surgimiento de otros centros comerciales en la zona.

En las tendencias socio demográficas:

- Los pobladores se sentirían más satisfechos con su Distrito ya que sería más desarrollado y autosuficiente.
- Los productos ofrecidos en el Centro Comercial serían de vendedores locales.
- Los locales y actividades en el Centro Comercial son nuevas fuentes de trabajo formal, dirigida esencialmente a personas jóvenes quienes tendrían más ingresos mejorando la dinámica económica del Distrito.

Así también en las tendencias socio ambientales:

- La implementación de áreas de tratamiento de residuos orgánicos e inorgánicos, y el estudio de modelos de sistemas logísticos que se adecuen a la capacidad generada por el Centro Comercial y al entorno en el que se emplaza, ayuda a su estado de salubridad de los productos e infraestructura.
- La concepción de áreas de reutilización de aguas grises, permite la implementación de áreas verdes, sin generar sobre costos de mantenimiento al Centro Comercial.
- El tratamiento en las vías tanto vehiculares como peatonales del entorno mediato, facilita la llegada de los usuarios y permite una libre movilidad del transporte público, la inexistencia de ambulantes en estas áreas, produce una nueva imagen del Distrito, convirtiéndolo en un foco de atracción, que impacta de manera positiva al sector comercial de la zona, convirtiendo su imagen y solucionando a su vez los problemas de contaminación ambiental, auditiva y visual que se generaba.

5.2. Hipótesis general

HG. El Centro Comercial, concebido como un servicio de comercialización adecuado y eficiente, bien conectado a los sistemas viales urbanos, configurando un subcentro comercial de la ciudad de Ica, contribuiría eficazmente con el ordenamiento y el equipamiento urbano, brindando un servicio de comercialización adecuado de gestión y/o propiedad de los comerciantes de Parcona y localizado en el mismo Distrito brindando mayores facilidades a los compradores.

5.3. Hipótesis específicas

- H-1: La actualización del formato de mercados y galerías comerciales ofrecería a los pobladores del área de influencia de Parcona un servicio de comercialización de productos de primera necesidad seguro, adecuado y sostenible.
- H-2 El mejoramiento de los sistemas de control de calidad de los productos que se ofertan beneficiaría directamente a los compradores, pero también a los comerciantes que adquirirían la cultura de la calidad, beneficiándose finalmente la sociedad en su conjunto.
- H-3: La creación de locales comerciales de envergadura en el distrito de Parcona mejoraría los precios de venta más bajos, por el volumen de ventas y mejores ingresos a los comerciantes por el mismo concepto de volumen.
- H-4: La creación de locales comerciales de envergadura que posibiliten el abastecimiento de mayoristas a los pequeños comerciantes tendría el mismo efecto que la hipótesis anterior.

- H-5: La creación de locales comerciales de envergadura que dispongan de plazas de estacionamiento vehicular brindaría mejor trato al comprador, seguridad para su vehículo, confianza en el establecimiento, descongestionando del tráfico vehicular de las calles aledañas.
- H-6: La creación de locales comerciales ubicados en zonas abastecidas por un sistema vial adecuado o con posibilidades de crear vías adecuadas posibilitaría que dichos locales se integren al contexto urbano del área de influencia de Parcona mediante un sistema vial adecuado, que evitaría la alta congestión vehicular y la mayor contaminación ambiental, beneficiándose la comunidad local.
- H-7: La creación de locales comerciales que dispongan de servicios complementarios de recreación e interacción social incursionaría en el contexto urbano del área de influencia de Parcona generando servicios comerciales de calidad y precios convenientes así como espacios públicos con identidad local en los que la comunidad encuentre recreación sana, interacción social, encuentros elevando su calidad de vida.
- H-8: La creación de organizaciones capaces de lograr la construcción de un local comercial de envergadura, adecuado, competitivo y sostenible, sería una muestra más de la capacidad que tienen los pobladores de Parcona de autogenerar su desarrollo.

6. Identificación y Clasificación de Variables Relevantes para el Proyecto Arquitectónico

6.1. Variables Dependientes

- Administración y abastecimiento de productos.
- Servicio de estacionamiento vehicular.
- Servicios complementarios.
- Servicios financieros.

6.2. Variables Independientes

- Servicio de atención al público en tiendas y similares.
- Compra de productos por autoservicio.
- Preparación, venta y consumo de comida preparada a compradores.
- Servicios de ventas al crédito, tarjetas, control de pagos de créditos.
- Espacios para interacción social.

6.3. Variables Intervinientes

- La organización de los trabajadores para el cumplimiento de los servicios de abastecimiento.
- La administración de los estacionamientos.
- El compromiso de los usuarios con el cuidado y limpieza de las áreas de recreación o interacción social.
- El interés y necesidad de los comerciantes por brindar un ambiente acogedor y trato personalizado.

7. Matriz de Consistencia Tripartita

7.1. Consistencia Transversal: Problema / Objetivo / Hipótesis

PROBLEMA GENERAL:	OBJETIVO GENERAL:	HIPÓTESIS GENERAL:
La inexistencia de una infraestructura adecuada, destinada a la actividad comercial.	Formular y elaborar un proyecto arquitectónico, para un Centro Comercial en el Distrito de Parcona – Ica, que brinde un buen servicio público con la infraestructura adecuada.	El Centro Comercial, concebido como un servicio de comercialización adecuado y eficiente, bien conectado a los sistemas viales urbanos, configurando un subcentro comercial de la ciudad de Ica, contribuiría eficazmente con el ordenamiento y el equipamiento urbano, brindando un servicio de comercialización adecuado de gestión y/o propiedad de los comerciantes de Parcona y localizado en el mismo Distrito brindando mayores facilidades a los compradores.

PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICA
PE-1: Generalmente los locales comerciales de los pequeños comerciantes no son competitivos.	OE-1: Diseñar locales comerciales más competitivos.	HE-1: La actualización del formato de mercados y galerías comerciales ofrecería a los pobladores del área de influencia de Parcona un servicio de comercialización de productos de primera necesidad seguro, adecuado y sostenible.
PE-2: La disposición de planta de los locales comerciales convencionales dificultan la constatación por parte del público de la vigencia e higiene de los productos	OE-2: Diseñar locales comerciales de conjunto que faciliten el control y promuevan la transparencia de la vigencia e higiene de los productos.	HE-2 El mejoramiento de los sistemas de control de calidad de los productos que se ofertan beneficiaría directamente a los compradores, pero también a los comerciantes que adquirirían la cultura de la calidad, beneficiándose finalmente la sociedad en su conjunto
PE-3: No existe un local comercial de gran envergadura ubicado en el distrito de Parcona	OE-3: Construir un local comercial de envergadura en el Distrito de Parcona	HE-3: La creación de locales comerciales de envergadura en el distrito de Parcona mejoraría los precios de venta más bajos, por el volumen de ventas y mejores ingresos a los comerciantes por el mismo concepto de volumen.
PE-4: No existen locales en el distrito de Parcona debidamente preparados para las operaciones de descarga y almacenamiento de productos al por mayor.	OE-4: Construir un local comercial de envergadura preparado para las operaciones de descarga y almacenamiento de productos al por mayor.	HE-4: La creación de locales comerciales de envergadura que posibiliten el abastecimiento de mayoristas a los pequeños comerciantes tendría el mismo efecto que la hipótesis anterior
PE-5: No existen locales en el distrito de Parcona que dispongan de plazas de estacionamiento dentro de sus locales.	OE-5: Construir un local comercial de envergadura que disponga de plazas de estacionamiento dentro de sus locales.	HE-5: La creación de locales comerciales de envergadura que dispongan de plazas de estacionamiento vehicular brindaría mejor trato al comprador, seguridad para su vehículo, confianza en el establecimiento, descongestionando del tráfico vehicular de las calles aledañas.
PE-6: No existen muchos locales en el distrito de Parcona que dispongan de vías públicas adecuadas, con suficiente estacionamiento público y que tengan capacidad para atender la carga vehicular prevista.	OE-6: Construir un local comercial de envergadura que disponga de vías públicas adecuadas, con estacionamiento público y que tengan capacidad para atender la carga vehicular prevista.	HE-6: La creación de locales comerciales ubicados en zonas abastecidas por un sistema vial adecuado o con posibilidades de crear vías adecuadas posibilitaría que dichos locales se integren al contexto urbano del área de influencia de Parcona mediante un sistema vial adecuado, que evitaría la alta congestión vehicular y la mayor contaminación ambiental, beneficiándose la comunidad local
PE-7: No existen locales en el distrito de Parcona que incluyan servicios complementarios de recreación e interacción social.	OE-7: Diseñar un local comercial de envergadura para los comerciantes minoristas que incluya servicios complementarios de recreación e interacción social.	HE-7: La creación de locales comerciales por gestión de los comerciantes minoristas que dispongan de servicios complementarios de recreación e interacción social incursionaría en el contexto urbano del área de influencia de Parcona generando servicios comerciales significativos así como espacios públicos con identidad local en los que la comunidad encuentre recreación sana, interacción social, encuentros elevando su calidad de vida.
PE-8: La capacidad de organización y gestión de los Comerciantes minoristas no es suficiente para lograr con certeza y eficacia la creación de un local comercial de envergadura adecuado, competitivo y sostenible.	OE-8: Proporcionar la asesoría y consultoría que la organización de los pequeños comerciantes requiera para la creación de un local comercial de envergadura, adecuado, competitivo y sostenible.	HE-8: La creación de organizaciones de comerciantes minoristas capaces de lograr la construcción de un local comercial de envergadura, adecuado, competitivo y sostenible, sería una muestra más de la capacidad que tienen los pobladores de Parcona de autogenerar su desarrollo.

7.2. Consistencia Longitudinal: Categorías Generales / Categorías Específicas

Categoría General	Categorías Específicas
<u>Estructuración Funcional</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Funciones de carácter comercial. - Servicios generales asociados de la actividad comercial. - Servicios Complementarios Asociados a la Actividad Comercial. - Instituciones Financieras. - Dirección y Administración.
<u>Adecuación Ecológica</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Asoleamiento - Ventilación, vientos - Áreas verdes - Paisajismo - Autogeneración de Energía Renovable
<u>Estructuras Portantes y Materialidad</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Construcciones Aporticadas - Construcciones de Drywall Pesado - Construcciones de Drywall Liviano - Construcciones de Albañilería Confinada - Materiales resistentes al uso y de fácil aseo

8. Diseño de la Investigación

8.1. Tipo de Investigación

La presente es una investigación aplicada, tiene aplicaciones prácticas, en este caso orientadas a servir de base para la conceptualización y configuración de un proyecto arquitectónico, es decir, de uso inmediato.

8.2. Nivel de Investigación

El nivel es correlacional porque se trata de describir relaciones entre dos o más variables en el momento del diseño, enfoque que viene de la característica de los espacios arquitectónicos que generalmente conforman sistemas, es decir que se encuentran relacionados entre sí y muchas veces interactúan.

8.3. Método de Investigación

El nivel correlacional, el método es principalmente cuantitativo porque se intentará predecir el valor aproximado que tendrán ciertas variables dependientes cuando se puedan medir las independientes correlacionadas, por ejemplo, la cantidad de plazas de estacionamiento vehicular en función de las variables cantidad de compradores, o trabajadores.

9. Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos Relevantes para el proyecto

9.1. Técnicas

Conceptuales

- Hacen posible las operaciones racionales de clasificación, comparación, análisis, síntesis, generalización, abstracción, prospección, etc.

Descriptivas

- Visitas de campo.
- Las entrevistas a los actores sociales relacionados de manera directa o indirecta con el proyecto.
- Revisión de material bibliográfico de temas afines con la investigación.

9.2. Instrumentos

Los instrumentos para llevar a cabo esta investigación han sido:

- Libros
- Cuestionarios de encuestas
- Archivos digitales
- Planos
- Videos
- Computadora
- Cámara fotográfica, entre otros.

9.3. Fuentes

Primarias

- Asociación de un grupo de Comerciantes del Distrito.
- Fotografías tomadas al área de estudio.

Secundarias

- INDECI, INEI, IGN
- Planes regionales y provinciales de la Ciudad de Ica
- Tesis sobre el tema a investigar
- Información de la red

10. Esquema Metodológico General de Investigación y elaboración de la Propuesta de Intervención

10.1. Descripción por fases

Fase 1: Preparación del tema

En esta fase se elige el tema a desarrollar y se define la problemática existente de la zona de estudio, fijando a su vez los objetivos los cuales se pretenden alcanzar a través de una base metodológica.

Fase 2: Recopilación de datos

Se da a través de libros, entrevistas, internet, de las propias instituciones involucradas en nuestra área de estudio y las observaciones de campo, todo esto llega a constituir a su vez nuestro marco teórico.

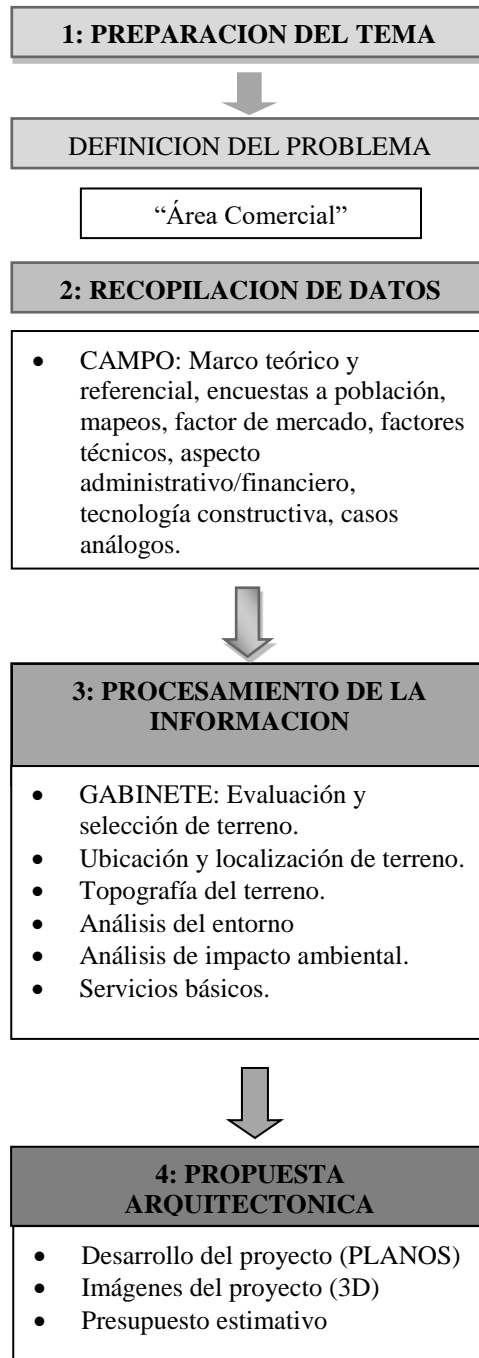
Fase 3: Procesamiento de la información

Se estudia y analiza las diferentes variables que guardan relación con nuestra problemática, así como también sobre las características esenciales que definirán nuestra propuesta arquitectónica.

Fase 4: Propuesta urbano- arquitectónica

Etapa final de la investigación constituye nuestro producto arquitectónico planteado para resolver la problemática de la zona de estudio. Se incluyen todos los planos correspondientes para ser realizable nuestro proyecto.

10.2. Esquema Síntesis



11. Justificación de la Investigación e Intervención Urbano-Arquitectónica

11.1. Criterios de Pertinencia

La investigación se dirige a la solución de problemas de formalización de los pequeños comerciantes del distrito de Parcona, cuya población ocupada tiene un alto porcentaje de personas que trabajan en esta actividad, es decir que el tema involucra a una gran cantidad de personas cuyos ingresos económicos pueden mejorar y ser estables, con la consiguiente repercusión en el clima social y económico del distrito.

11.2. Criterios de Necesidad

La investigación es necesaria en cuanto se logra información indispensable para establecer variables funcionales, estructurales, ambientales; se identifican nuevos requerimientos a partir del análisis de las tendencias y nuevos formatos espaciales y funcionales de los locales comerciales de envergadura y porque la propuesta arquitectónica brinda información de servicios y actividades que generan ingresos y egresos aproximados que sirven para la evaluación económica de la viabilidad del proyecto y, en otra etapa, la formulación del correspondiente estudio de factibilidad.

11.3. Criterios de Importancia

11.3.1. Social

Su importancia radica en que puede aperturar oportunidades de empleo, formalización del comercio ambulatorio y generación de pequeñas empresas, asimismo incrementar el equipamiento urbano en el aspecto de abastecimiento de artículos de primera necesidad, en el ámbito del distrito de Parcona, el más poblado y con mayor densidad urbana del departamento de Ica.

12. Alcances y Limitaciones de la Investigación

12.1. Alcances Teóricos y Conceptuales

Algunos alcances teóricos con relación al proyecto se pueden expresar en como el proceso de producción y consumo de alimentos por el ser humano fue evolucionando de la recolección, la producción agropecuaria, el autoconsumo, el trueque, la compraventa mediante el uso de la moneda con valor material directo como el oro o la plata, hasta los tiempos actuales de dinero virtual, transferencias en línea, tarjetas electrónicas, delivery, autoservicio, etc.

Y como este tipo de actividades ha ido determinando modos de configuración y uso del espacio arquitectónico, del mobiliario, de los artefactos, los dispositivos, las comunicaciones.

En el aspecto conceptual se considera relevante apreciar la evolución del espacio de los intercambios y el abastecimiento que generaron las modalidades de ferias o mercados temporales, al uso de las plazas públicas para convertirlas en mercados dominicales, eventos en donde surge el concepto de intercambio de productos en un espacio definido pero combinándolo con otras actividades también muy importantes como los encuentros, la interacción social, la socialización de los eventos cotidianos.

Este concepto se modificó cuando se impuso el nuevo formato de mercado modelo, concebido para cumplir estrictamente con las funciones de intercambio y abastecimiento, para volver recientemente al concepto del espacio de intercambios coexistiendo con las actividades de encuentros, interacción social, recreación, algo mucho más cercano al concepto de "lugar", motivo de inspiración para nuestro proyecto.

12.2. Limitaciones

La información sobre la dinámica comercial es parcial, aunque en cierto modo suficiente en ciertos aspectos. Las respuestas que se obtendrán en las encuestas a realizarse dependerán del grado de conocimiento que tenga la población acerca de la demanda comercial o temas a fines. Disposición por parte de la población de brindar información o disposición de su tiempo por sus ocupaciones laborales.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes de la Investigación

Una de las muestras más palpables del desarrollo de la Ciudad de Ica en las últimas décadas es la multiplicación de Centros Comerciales, que nacen a su vez por el incremento de las zonas urbanas de la ciudad.

Los Centros Comerciales son una demostración del surgimiento y el éxito de una clase media cada día más grande y pujante. En el 2000, apenas existían 2 centros comerciales en la Ciudad de Ica, ambos concentrados en el centro de la ciudad. Hoy, superan los 15 y se ubican en diversas partes de la ciudad.

Cuando nos referimos a un centro comercial, plaza comercial o mall, hablamos de uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que alberga locales y oficinas comerciales, cuyo fin es aglutinarlos en un espacio determinado para así reducir espacio y tener mayor cantidad de clientes potenciales. Se diferencia de los hipermercados o tiendas por departamentos, porque está pensado como un espacio público con distintas tiendas, esparcimiento y diversión, como cines o ferias de comidas dentro del recinto.

Los Centros Comerciales son parte del paisaje urbano. La primera generación de centros comerciales en Ica fue el CC. Señor De Luren y CC. Polvos Rosados. La segunda generación, ya más modernos son Plaza Del Sol y CC. El Quinde, entre otros Centros Comerciales Convencionales e Hipermercados.

El éxito económico del Centro Comercial Plaza de Sol, fue el disparador de la expansión, que empezó con la inauguración del Centro Comercial El Quinde en el año 2013.

El desarrollo del Comercio es una verdadera historia de inclusión económica y social. Poco a poco, la oferta de los Centros Comerciales ha ido cubriendo gran parte de la Ciudad. Hoy se han igualado los niveles de servicios entre las zonas tradicionales y emergentes. Como en muchos otros aspectos la economía se diferencia notablemente a la de los 90. Hoy se cuenta con un mismo nivel de servicio, seguridad y comodidad.

3.2. Tesis, investigaciones

ARQUITECTURA COMERCIAL TEMA: Centros Comerciales

TITULO: LA VIDA DE BARRIO DENTRO DEL MALL SEMINARIO DE INVESTIGACION

Docentes: Arnaldo Ruiz B. Andrea Santa Cruz G.

Alumnos: Sergio Ilabaca + Cristian Hernández + Claudio Toro

Por una lógica inherente al sistema de mercado del suelo urbano, indefectiblemente se ha generado una estratificación en el espacio según la clase social. Con esto se define un orden, del sistema social y cultural en el transcurso de la historia y a través de distintas y diversas formas, define una particular y diferenciada manera de apropiarse del espacio –del privado y del público- por parte del ciudadano, asociada a notorias e injustas diferencias en la calidad de vida urbana.

El primer centro comercial moderno apareció en los Estados Unidos, el “Northgate Center”, construido en 1950 en los suburbios de Seattle.

El “Northgate Center” fue el primer centro con un pasillo central (“mal”) y un almacén ancla que se ubicó al extremo del centro comercial. El centro ofreció todo un “bajo techo” y permitió hacer compras independientemente del clima.

En Chile los primeros precursores se encuentran en la segunda mitad del siglo pasado y a principios del presente siglo nacieron en el centro histórico de la ciudad.

La investigación pretende entregar conocimientos sobre el desarrollo urbano que ha generado el Mall dentro de la ciudad y como ha logrado situarse dentro del barrio y como el barrio se empieza a vivir dentro del mall, todo este fenómeno trae como consecuencia que el habitante logra identificarse plenamente con él, teniendo en cuenta las condiciones del entorno ya que muchas veces la planificación urbana y el paisaje urbano cambian en forma radical.

TITULO: LOS CENTROS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA CIUDAD

Fuente: Arq. Jorge Regazzoli.

Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, UCA

Los centros comerciales tipo mall obedecen a un modelo que segrega la sociedad y fragmenta la estructura urbana de la ciudad.

Desde la década de los noventa ha crecido en América Latina un proceso de privatización de la planificación urbana que usualmente ha sido regido por las fuerzas del libre mercado representadas por inversionistas inmobiliarios y empresas constructoras; agentes motivados principalmente por factores de lucro y no por principios de bien común. Consecuentemente, han surgido nuevos paradigmas con elementos que rompen totalmente con características positivas de nuestros centros urbanos. Uno de estos elementos es el centro comercial tipo mall, tan “populares” ahora en nuestra ciudad.

Dos debates han surgido alrededor de estos centros comerciales:

¿Son o no espacios públicos?; ¿Cuáles son sus impactos urbanos?

Respecto al primer debate, considerar un centro comercial como espacio público o no depende de a qué le asignemos el carácter de público, si a la

propiedad o al uso. Los centros comerciales son propiedades privadas de uso público, esto conlleva mayor regulación sobre su uso y una inducción sobre el comportamiento de los usuarios-clientes. Incluso cumplen un rol en la definición de las prioridades de la sociedad en tanto forman parte de un modelo que promueve una sociedad consumista. Por tanto, no se cumple la principal cualidad de un espacio público que es la construcción de ciudadanía desde la ciudadanía.

Respecto al segundo debate, los promotores de estas inversiones afirman tener un impacto beneficioso al crear polos de desarrollo que generan empleos. Esta aseveración es cuestionable. Muchas veces lo que pasa no es que se generan nuevas dinámicas económicas sino más bien que las dinámicas económicas se trasladan. Grandes almacenes abandonan su ubicación histórica para trasladarse a centros comerciales, los cines que antes existían por toda la ciudad desaparecen porque ahora esa actividad se realiza en los centros comerciales etc. La vida, entonces, se traslada de la ciudad a los centros comerciales y los lugares donde se desarrollaban actividades como compras, ocio y trabajo quedan abandonados y en proceso de deterioro.

3.2. Proyectos arquitectónicos y urbanísticos

En la ciudad de Ica actualmente, se ha generado la creación de diversos tipos de centros comerciales, y esto surge con el fin de agrupar un sin número de tiendas, que den servicio a los núcleos de población con el objeto de evitar desplazamientos innecesarios a los puntos comerciales de la ciudad, se han identificado los siguientes tipos de centros comerciales:

- **ICA:**

CENTRO COMERCIAL SEÑOR DE LUREN

El predio en conjunto está constituido por tres secciones; una monumental con frente al Jr. Amazonas y a la Av. Grau, otra no monumental con frente al Jr. Cerro Azul y otra adyacente al lindero derecho entrando por la Av. Grau del sector monumental conformando así un solo lote de 2,277.50 m².

El inmueble está constituido íntegramente por comerciantes dedicados fundamentalmente a la venta de prendas de vestir, artículos de perfumería, discos, entre otros, y en muy bajo porcentaje artículos perecibles.



CENTRO COMERCIAL PLAZA DEL SOL

Cuenta con un mix de negocios ideal para satisfacer las necesidades de la ciudad. Consta de tres niveles en su infraestructura moderna, y dentro de ella se distribuyen: tiendas anclas, establecimientos comerciales, oficinas bancarias, restaurantes de comida rápida, módulos de atención de diversos establecimientos, cajeros automáticos, salas de cine, entre otros.

Además, cuenta con una playa de estacionamiento en el tercer nivel, especialmente acondicionada para los clientes, tiene un área construida de 46,103 m².

El centro comercial, además de tener una entidad comercial o económica, es un espacio de intercambio social y humano.



PROYECTOS SIMILARES EN EL PERU

- **LIMA:**

CENTRO COMERCIAL POLVOS AZULES

Uno de los epicentros de la venta al por menor en Lima, a menudo referida como el “mercado informal oficial” de la ciudad.

Al comienzo de los 90s más de 5 mil vendedores se organizaron, formando la Asociación de Propietarios del Centro Comercial Polvos Azules.

La asociación negoció con la ciudad un programa de relocalización y construyó un espacioso centro comercial con 2400 puestos.

Hoy en día Polvos Azules es uno de los más grandes destinos de compra y una de las mayores fuentes de artículos electrónicos pirateados, imitaciones de ropa de marca y zapatos de contrabando. Todo esto a pesar de estar situado a tres cuadras del edificio del Palacio de Justicia.

Muchas de las tiendas ahora aceptan tarjetas de crédito e incluso Interbank, que es uno de los bancos más grandes del país, ha abierto una sucursal dentro del populoso centro comercial.

Hoy los comerciantes de Polvos Azules apuntan a la construcción de un centro comercial más grande y moderno de 41.500 metros cuadrados en Los Olivos al que bautizaron como Megapolvos.



- **TRUJILLO:**

REAL PLAZA TRUJILLO

Centro Comercial ubicado en la ciudad de Trujillo, en el departamento de La Libertad, al suroeste de la ciudad.

Fue inaugurado el 15 de noviembre del 2007, siendo la primera construcción de este tipo en la capital liberteña.

Se construyó sobre un terreno de 81 mil metros cuadrados.

Dentro del centro comercial se ubican los establecimientos comerciales de las empresas más renombradas del país como:

- ✓ Hipermercados Plaza Vea
- ✓ Cineplanet
- ✓ Oeschle
- ✓ Interbank
- ✓ La Curazao



- **CHICLAYO:**

REAL PLAZA CHICLAYO

El centro comercial Real Plaza Chiclayo es un mall ubicado en la ciudad de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

Fue inaugurado en diciembre de 2005, siendo la primera construcción de este tipo en la ciudad. Se construyó sobre un terreno de 63 mil metros cuadrados.

Cuenta con cuatro tiendas ancla, entre las cuales están Saga Falabella, Oechsle, Plaza Vea y Promart, además de otras tiendas menores distribuidas en galerías y pasadizos. Tiene un patio de comidas además de un multicines.

PROYECTOS SIMILARES EN EL MUNDO

- **ESTADOS UNIDOS:**

CENTRO COMERCIAL NORTHGATE CENTERQUOT

Fue el primer centro comercial moderno, localizado en Estados Unidos, el Northgate Centerquot, construido en 1950 en los suburbios de Seattle.

Fue diseñado por Victor Gruen a quien se califica como el padre de los centros comerciales modernos; fue el primer centro con un pasillo central y un almacén ancla que se ubicó al extremo del centro comercial.

El centro ofreció todo bajo un techo, en vez del espacio no techado que era la plaza y permitió hacer compras independientemente de un clima por temporadas extremo.



- **ESPAÑA:**

CENTRO COMERCIAL A LAXE

La composición general del edificio mantiene la idea planteada con forma de escuadra y cartabón separados, y a la vez unidos, por una rampa peatonal exterior que une la Plaza de la Piedra con la Dársena de A Laxe, a la que se abre formando una gran plaza al aire libre. Interiormente otra calle paralela a la anterior, hace de galería comercial, mall y centro de comunicaciones del edificio. El conjunto forma un solo edificio, exento, por su concepción geométrica como por los dos grandes muros cortina de vidrio que se abren al paisaje marítimo y a la rampa peatonal que la cruza, y una composición más cerrada, con fachadas más ciegas, aunque con pequeños huecos rasgados que por su transparencia y colorido interior.



- **MEXICO:**

GALERIAS HIPODROMO

Ubicado en La ciudad de Tijuana, México.

Fue inaugurado en el año 2009, sobre un terreno de 30 mil metros cuadrados.

Cuenta con 82 locales comerciales alrededor de una

muy acogedora plaza central con áreas verdes y de recreación.



- **CHILE:**

MALL PASEO LOS TRAPENCES

Dadas las características de ubicación en la trama urbana, el edificio busca ser un punto de referencia en la silueta del barrio e intenta consolidarse como un lugar de encuentro e intercambio.

Su arquitectura está inspirada en la cualidad gráfica de un código de barras, elemento simbólico que denota la transacción comercial de un bien de consumo doméstico. Esto, acompañado de un degradado de 62 colores que hacen que el edificio vaya cambiando de color del amarillo al azul a medida que se recorre por su frente.

Es una fachada de velocidad, para ser leída en movimiento. Los colores además le otorgan un carácter lúdico y menos serio, que habla de su función, de comprar como entretenimiento, generar un lugar de encuentro, de permanencia de paseo, de esparcimiento.

En su interior se arma una plaza, un espacio más calmo.



2. Bases Teóricas

El principal atractivo de los grandes centros comerciales ha dejado de ser la experiencia de ir de compras. Los nuevos hábitos de consumo y la falta de espacios públicos han hecho que los nuevos desarrollos estén más orientados al esparcimiento y entretenimiento.

La tendencia actual muestra que los mercados están evolucionando hacia los centros comerciales, pues no solo ofrecen compra y venta de productos sino también permiten que los clientes puedan acceder a zonas de esparcimiento y entretenimiento.

Son exactamente lugares de esparcimiento para las familias, las que no solo van a comprar sino resolver sus trámites y a disfrutar de diversas actividades, muchas de ellas culturales como el cine, teatro, exposiciones, conciertos, ferias de libros y otras. No son, pues, simples templos del consumo, sino lugares de encuentro familiar y de diversión dentro de espacios cómodos y seguros. Allí los padres pueden dejar circular libremente a adolescentes y jóvenes con tranquilidad.

El proyecto se ha estructurado utilizando variados formatos de centros comerciales de diferentes países, tomando como centro una muy acogedora plaza donde puedan ocurrir eventos al aire libre y ser un lugar de encuentro e intercambio social, la cual nos permitirá acceder a todo un mix de tiendas menores distribuidas en galerías por pasadizos amplios y agradables, cuenta con la construcción de una terraza donde se ubica un patio de comida del cual se puede apreciar el paisaje de las amplias áreas verdes y de recreación al aire libre.

Las diferentes definiciones mencionadas permiten demostrar las diversas funciones que cumple un Centro Comercial, dando a conocer el concepto real del proyecto, dejando clara la idea de lo que se quiere implementar.

3. Definición de Términos Básicos

3.2. Conceptos referidos al Tipo de Intervención Urbano-Arquitectónica

➤ **Edificación Nueva**

Edificaciones de carácter contemporáneo que se realizan dentro del contexto urbano arquitectónico en áreas no edificadas bajo los lineamientos de la Ordenanza correspondiente.

➤ **Centro Comercial**

Un edificio de gran tamaño, que alberga locales y oficinas comerciales, cuyo fin es agruparlos en un espacio determinado, por lo tanto está pensado como un espacio público con distintas tiendas, además de incluir lugares de esparcimiento y diversión, como cines o ferias de comidas dentro del mismo recinto. El centro comercial además de tener una entidad comercial o económica, también tiene una gran connotación sociológica o antropológica, pues es un espacio de intercambio social y humano. Tiene un horario para los diferentes grupos de personas: familias, adolescentes, jóvenes y mayores.

➤ **RNE:** Conjunto de locales comerciales que, integrados en un edificio o complejo de edificios, bajo un proyecto planificado y desarrollado con criterio de unidad, donde se realizan actividades diversas de consumo de bienes y servicios de forma empresarialmente independiente disponiendo de determinados elementos de gestión comunes.

➤ **Supermercado**

Es un establecimiento comercial urbano que vende bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos, ropa, artículos de higiene, perfumería y limpieza. Estas tiendas pueden ser parte de una cadena, generalmente en forma de franquicia, que puede tener más sedes en la misma ciudad, estado, país. Los supermercados generalmente ofrecen productos a bajo precio.

Para generar beneficios, los supermercados intentan contrarrestar el bajo margen de beneficio con un alto volumen de ventas.

➤ **Galería Comercial**

Conjunto de establecimientos comerciales de pequeña superficie integrados en una sola edificación organizada en correctos interiores o exteriores, donde se realizan actividades diversas de consumo de bienes y servicios de forma independiente, también cuenta con bienes y servicios comunes.

➤ **Mall**

La palabra "mall" hace referencia a centros comerciales, es una construcción que consta de uno o varios edificios, por lo general de gran tamaño, que albergan locales y oficinas comerciales aglutinados en un espacio determinado concentrando mayor cantidad de clientes potenciales dentro del recinto.

Un centro comercial está pensado como un espacio público con distintas tiendas; además, incluye lugares de ocio, esparcimiento y diversión, como cines o ferias de comidas dentro del recinto. Aunque esté en manos privadas, por lo general los locales comerciales se alquilan y se venden de forma independiente, por lo que existen varios dueños de dichos locales, que deben pagar servicios de mantenimiento al constructor o a la entidad administradora del centro comercial.

➤ **Comerciante**

La persona que se dedica habitualmente al comercio. También se denomina así al propietario de un comercio.

Son comerciantes las personas que, de manera habitual, se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles («actos de comercio»).

➤ **Comerciante Mayorista**

Que vende al por mayor. El mayorista es de alguna manera el intermediario entre el que fabrica o produce un producto y el consumidor final de ese producto. Es decir, el mayorista o distribuidor mayorista, como también se lo llama, le compra al productor, fabricante o a otro mayorista y luego le venderá a un fabricante, otro mayorista, un minorista, pero nunca al consumidor final.

➤ **Comerciante Minorista**

El distribuidor minorista, es la empresa comercial o persona en régimen de autónomo que vende productos al consumidor final. Son el último eslabón del canal de distribución, el que está en contacto con el mercado.

Como su nombre indica, minorista es un comerciante que vende al por menor o al detalle (de venta al detall).

➤ **Producto**

Objeto producido por naturaleza o por la actividad del hombre. Es el objeto del intercambio comercial.

➤ **Transacción**

Acción y efecto de transigir. Trato, convenio, negocio.

➤ **Local Comercial**

Espacio destinado a un giro comercial, el área de compra consta de exhibidores, mostradores, vitrinas, cajas y en ocasiones un pequeño depósito.

➤ **Abastecimiento**

Es la actividad económica encaminada a cubrir las necesidades de consumo de una unidad económica en tiempo, forma y calidad, como

puede ser una familia, una empresa, aplicándose muy especialmente cuando ese sujeto económico es una ciudad.

➤ **Seguridad**

La seguridad es el sentimiento de protección frente a carencias y peligros externos que afecten negativamente la calidad de vida.

➤ **Espacios Públicos**

Se llama espacio público al lugar donde cualquier persona tiene el derecho de circular, en oposición a los espacios privados, donde el paso puede ser restringido, generalmente por criterios de propiedad privada, reserva gubernamental u otros. Por tanto, espacio público es aquel espacio de propiedad pública, dominio y uso público.

➤ **Recreación**

Es una actividad realizada de manera libre y espontánea, en nuestro tiempo libre y que nos genera bienestar físico, espiritual, social. Es una manera de divertirnos, entretenernos, distraernos, que se realiza en tiempo determinado con el fin de satisfacer nuestras necesidades.

➤ **Interacción Social**

La interacción social es el fenómeno básico mediante el cual se establece la posterior influencia social que recibe todo individuo.

3.2. Conceptos referidos al Tipo de Equipamiento a Proyectar

Los centros comerciales son parte del equipamiento urbano.

➤ **Comercio**

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales

entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

➤ **Edificio comercial**

Construcción en donde la planta baja se destina a locales comerciales o bancos y las plantas superiores pertenecen a oficinas, el sótano se utiliza generalmente para estacionamiento.

➤ **Avenida comercial**

Espacio vial amplio e importante en el que se establece todo tipo de comercios a los que se llegan en automóvil por su amplitud y porque los comercios cuentan con estacionamiento propio.

➤ **Plazas comerciales**

Agrupación de tiendas departamentales a la que se integran pequeños comercios; se unen por medio de circulaciones internas que desembocan en plazas, que es el elemento característico y sirve de descanso.

➤ **Comercio de ciudad:**

Es aquel al que acuden desde cualquier punto de la ciudad. Una zona comercial o grupos de comercios de zona y de barrio puede llegar a tener influencia a nivel de toda la ciudad. Este comercio abarca: El comercio especializado y departamental.

➤ **Comercio especializado**

Joyería, ropa, instrumentos musicales, etc. Son tiendas que por su especialización tiene influencia en toda la ciudad.

➤ **Comercio departamental**

Son tiendas que tienen artículos de todo tipo, sin especializarse en uno de ellos.

➤ **Pasaje comercial**

Espacio cubierto que cruza una manzana de calle a calle, y cuenta con dos o más accesos; su interior se divide en locales comerciales.

➤ **Conjunto comercial**

Tienda de auto servicio con gran variedad de departamentos, cuenta con plaza estacionamiento pasillos y cobertizos, en el perímetro de la tienda se ubican comercios pequeños.

CAPITULO III: MARCO REFERENCIAL PARA LA PROPUESTA DE INTERVENCION

1. Antecedentes

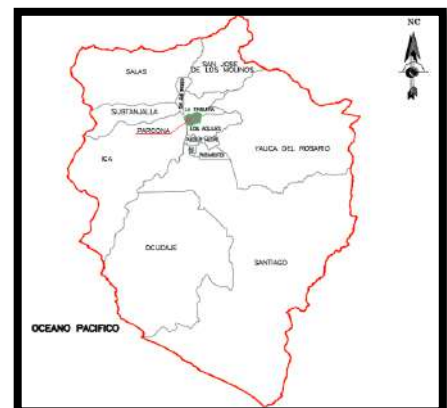
1.1. El lugar: La ciudad o localidad a intervenir

1.1.1. Ubicación regional y límites jurisdiccionales

El proyecto se localiza en el Distrito de Parcona el cual está ubicado a 3 Kilómetros del centro de la Ciudad de Ica, es el Distrito de mayor población del departamento, con una superficie de 17.39 km², su nivel altitudinal es 440 m.s.n.m.

El Distrito de Parcona limita:

- ✓ Por el norte con: Distrito de la Tinguña
- ✓ Por el sur : Distrito de los Aquijes
- ✓ Por el este : Distrito de los Aquijes.
- ✓ Por el oeste : Distrito de Ica.



1.1.2. Población

El distrito de Parcona cuenta con una población de aproximadamente 53,508 personas registradas. Con un crecimiento poblacional de 3,4%. La población del distrito de Parcona representa el 15.13% de la población provincial, siendo el distrito más poblado de la provincia de Ica.

1.1.3. Dinámica económica

El distrito de Parcona así como los 13 distritos de Ica basan su economía en el comercio, la agricultura, la agroindustria y en menor escala en la artesanía y ganadería.

- ✓ La actividad comercial y de servicios, o actividad terciaria que constituye la base de la economía del distrito dedicándose a ella el 23.37% de la PEA total distrital, esta actividad es realizada en el distrito de Parcona por ser parte del continuo urbano de la ciudad de Ica. La actividad comercial en el distrito se da en condiciones regulares, tiene mercados, que necesitan mejoramiento en su infraestructura; los mismos que dependen generalmente del mercado central de Ica.
- ✓ La actividad agrícola, a la que se dedica el 18.19% de la PEA total distrital; conformada por los parceleros, jornaleros y el campesinado de Parcona con un aproximado de 3,726 personas entre hombres, mujeres y niños en edad de trabajo de 15 años a más. Los principales cultivos que destacan son los tradicionales como las uvas, mangos, algodón, maíz, espárragos, papas, aceitunas y otros productos para consumo local y para la exportación.
- ✓ El riego del área agrícola se realiza con agua temporal de diciembre a marzo del río Ica derivadas al canal La Achirana y por riego tecnificado utilizando agua subterránea (pozos).

-
-
- ✓ La actividad agroindustrial, conformado por los fundos agroindustriales: La Viña Vista Alegre, uno de los principales exportadores de vinos y piscos del Perú, donde laboran permanentemente un aproximada de 70 personas y en épocas de poda y cosecha trabajan un aproximado de 450 personas.

1.2. Los Actores Sociales Vinculados al Proyecto

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

- Institución Promotora

ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL MERCADO MAYORISTA DE PARCONA (ACOMMAP)

- Motivaciones y expectativas con respecto al proyecto
 - Generar la mayor atracción para la población tanto del contexto inmediato como población ajena a la zona local donde se ubicará.
 - A través del proyecto generar ingresos económicos para beneficio propio.
 - Privatizar el mercado comercial con el fin de tener mayor aceptación y ser único en su tipo en el Distrito de Parcona y colindantes.
 - Conseguir un territorio ordenado en sus funciones, sostenible y de mejor aprovechamiento del suelo desde el punto de vista comercial.
- Caracterización de los usuarios potenciales del proyecto

El perfil de los consumidores depende en gran medida de las características del entorno del proyecto.

En cualquier caso, parece indicar que la clientela de estos centros no es homogénea socialmente.

De acuerdo a la investigación realizada en el área de influencia, se han determinado tres restricciones con la finalidad de encontrar a la población objetivo/usuarios potenciales:

- Población Económicamente Activa.

Según el Censo de 2007 – INEI, la población correspondiente a los Distritos contemplados como área de influencia es la siguiente:

	POBLACION	PEA	Porcentaje (%)
TINGUIÑA	30902	12337	39.92%
LOS AQUIJES	16298	6380	39.15%
PARCONA	50349	20476	40.67%
SAN JOSÉ DE LOS MOLINOS	6070	2310	38.06%
TOTAL	103619	41503	

Cuadro N°01
Elaboración propia

- Edades entre 15 y 64 años.

Para efectos de cálculo vamos a encontrar la población económicamente activa en el rango de edades de 15 a 64 años.

Según el Censo de 2007 – INEI, la distribución de edades en el área de influencia es la siguiente:

	EDADES			PEA-EDAD-DISTRITO
	0 - 14	15 - 64	65 +	
TINGUIÑA	9164	19775	1963	7895
LOS AQUIJES	4733	10346	1219	4050
PARCONA	14809	32358	3182	13159
SAN JOSÉ DE LOS MOLINOS	1641	3942	487	1500
TOTAL	30347	66421	6851	

Cuadro N°02
Elaboración propia

- Nivel Socioeconómico: Población perteneciente al área urbana.

Una vez aplicadas nuestras dos primeras restricciones debemos obtener el porcentaje de esta población cuyo nivel socio económico se encuentra dentro del casco urbano.

	NIVEL SOCIO-ECONOMICO			PORCENTAJE	PEA-EDAD-DISTRITO-NSE
	Urbano	Rural	TOTAL		
TINGUIÑA	27723	3179	30902	89.71%	7083
LOS AQUJES	14060	2238	16298	86.27%	3494
PARCONA	49090	1259	50349	97.50%	12830
SAN JOSÉ DE LOS MOLINOS	4254	1816	6070	70.08%	1051
				TOTAL	24458

Cuadro N°03
Elaboración propia

El valor total (24,458) representa aproximadamente el 59% de la población económicamente activa del área de influencia, este valor representa a los usuarios potenciales a quienes va dirigido este proyecto.

Análisis de Consumidores

El mercado de consumidores está compuesto por individuos que adquieren un bien o servicio para su consumo personal. Es necesario estimar que los consumidores o usuarios, varían enormemente en edad, sexo, nivel educativo, gustos y nivel de movilidad.

El estudio del consumidor está dirigido también a conocer sus motivaciones de consumo, hábitos de compra, opiniones sobre el producto ofertado por la empresa y por sus competidores, así como la aceptación del precio fijado.

- Personas que viven en la zona, buscan espacios de esparcimiento familiar e infantil.
- Personas que transitan por la zona, buscan pasar el tiempo y tener un punto de encuentro, un espacio donde recrearse.

- Personas que trabajan en la zona, buscan opciones de almuerzos, para comer de manera económica y realizar compras pequeñas y rápidas.
- Personas que viven en zonas próximas, buscan descuentos, promociones y esparcimiento.
- Personas de otros distritos muchas veces asistirán al Centro Comercial solo para aprovechar su amplia oferta de productos y descuentos.
- Por lo general terminaran su compra almorzando o paseando en familia.

Enfocado a la población que tiene la intención de adquirir y pasar momentos en un lugar que le brinde todos los servicios necesarios para que su paseo sea confortable y recreacional, por eso el Centro Comercial se plantea como un “punto de encuentro” donde la población no tenga la necesidad de salir del lugar para satisfacer todas sus necesidades y requerimientos.

1.2.2. Los actores y agentes sociales vinculados al proyecto

- Matriz de actores sociales

ACTORES	INTERES	APORTES FAVORABLES	PREOCUPACIONES	JERARQUIZACION DE PODER
Asociación de comerciantes	Mayor comodidad y generación de utilidad	Mayores ingresos al Distrito	Baja demanda de público usuario	I
Usuarios trabajadores	Mejorar su calidad de vida	Mejora del nivel de atención	Condiciones laborales inadecuadas	I
Clientes - visitantes - población del sector	Comodidad y precios bajos	Opinión favorable de la prestación de servicios	Poca variedad de productos o precios no acorde al mercado	I
Comercio local (minimarkets, bodegas, entre otros)	Mejoras en la adquisición de sus productos y abastecimiento de los mismos	Variedad en los precios	Competencia desleal	II
Municipalidad Distrital	Generación de ingresos	Seguridad	Falta de Seguridad	I
Autoridades Provinciales	Generación de ingresos	Seguridad	Falta de Seguridad	II
Organismos Públicos (ONG)	Velar por una competencia leal	Velar por los intereses de los consumidores	Control excesivo sobre el desarrollo de las actividades	I

(*) El rango para jerarquización de poder es de I a III (Alto, Medio y Bajo)

1.3. Criterios para el Análisis Locacional de la Propuesta

1.3.1. Ubicación del predio y estatus legal

El área destinada al proyecto se ubica en la vía de ingreso al Distrito, la Prolongación Av. Miguel Grau, que es la vía que une la ciudad de Ica con Parcona está considerada como una vía principal del sistema vial de la ciudad de Ica, según el Plan Director.

La ciudad de Ica ha desarrollado un continuo urbano físico y funcional con el área urbana del distrito de Parcona, con el que colinda.

Este continuo urbano real ha servido para que el Plan Director Agro-Urbano de la ciudad de Ica vigente lo considere en su ámbito, habiéndose establecido las características de su desarrollo urbano y futuro en los aspectos viales, de zonificación, tratamiento de zonas de expansión urbana y otros.

Actualmente el terreno pertenece a la Municipalidad del Distrito y se encuentra a disposición inmediata.

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

- ✓ Valor económico del terreno: 36 dólares por m².
- ✓ En la zona no se encuentran recursos relacionados con la arqueología ni la historia.
- ✓ Con relación al paisaje se ubica en un área urbana con viviendas y edificios de material noble con calles y avenidas que dan acceso a las mismas dentro de un trazado correcto por lo tanto no se causará ningún efecto negativo al entorno ni al paisaje, por el contrario, dará una mejor imagen dentro de su entorno.

1.3.3. Análisis locacional

- **Alternativas de localización y ubicación**

Se cuenta con tres opciones de terreno los cuales serán estudiados y analizados uno por uno para seleccionar el que se utilizara para el proyecto. Los terrenos se encuentran en el casco urbano.



Gráfico N°01
Elaboración propia

- **Definición de criterios de localización**

El terreno es el elemento que determina el esquema comercial apropiado. El centro comercial se debe construir en terrenos de poco costo y de poca pendiente. Es necesario analizar principalmente dos aspectos: vías de comunicación al sitio vehicular, peatonal y visual; Potencia económica de la zona: actual y perspectivas de crecimiento. Para su selección se realiza un estudio de las características de su entorno, linderos, barreras visuales, vialidades importantes y la topografía.

Factores Físicos de Localización

- **Área**

El terreno tiene un área de 48,177.98 m²

- **Pendiente topográfica**

Terreno plano con pendientes mínimas.

- **Vegetación**

En el terreno existe poca vegetación.

- **Tipo de suelo**

Terreno duro apto para construcción.

- **Paisajes**

Terreno con espacios abiertos y con vistas libres.

Factores Sociales de Localización

- **Legalidad de Posesión**

Propiedad Municipal

- **Servicios Básicos**

Cuenta con servicios de energía eléctrica, agua y desagüe, telecomunicaciones, eliminación de residuos, entre otros.

- **Accesibilidad Peatonal**

Existen veredas peatonales en mal estado.

- **Accesibilidad Vehicular**

La vía principal se encuentra asfaltada y en buen estado.

- **Iglesia**

Existe en un radio de influencia de 500 m.

- **Centros Educativos**

Existe un Centro Educativo a menos de 300m.

- **Hospitales**

Existe un Centro de Salud en un radio de influencia de 750 m.

- **Institución de Servicios**

Existe en un radio de influencia de 880 m.

- **Bomberos**

Existe en un radio de influencia de 1400 m en el distrito de la Tinguíña, ya que el distrito de Parcona actualmente no cuenta con una estación de bomberos.

Incidencia al Entorno

- **Aire**

Tiene una orientación favorable con respecto al proyecto.

- **Agua**

Agua de nacimiento tratada.

- **Ruido**

La zona presenta un nivel de decibeles mínimos permitidos para el oído humano.

- **Congestionamiento**

No ocasionará ningún tipo de congestionamiento vehicular.

• **Matriz de ponderación**

CUADRO DE PONDERACION				
		1 – 4 PUNTOS	5 – 8 PUNTOS	9 – 10 PUNTOS
FACTOR FISICO DE LOCALIZACION	AREA M2	3,000 a 5,000 m2	5,000 a 15,000 m2	15,000 a 50,000 m2
	PENDIENTE TOPOGRAFICA	Terreno muy pendiente. No apto para proyecto	Terreno con pendiente de 30% a 5%	Terreno Plano con pendiente menor al 5%
	VEGETACION	Poca vegetación menor al 5% del terreno	Vegetación de 5% a 25%	Terreno con vegetación mayor al 25%
	TIPO DE SUELO	Terreno muy suave. No apto para proyecto	Terreno semi-duro	Terreno duro
	PAISAJES	No es recomendable espacios cerrados y sin vistas.	Terreno con espacio Semi-abiertos y con vistas semi-libres.	Terreno con espacio Abiertos y con vistas libres.
FACTOR SOCIAL DE LOCALIZACION	LEGALIDAD DE POSESION	Propiedad Privada	Pertenece a una Institución	Propiedad Municipal
	AGUA POTABLE	No existe red general	Existe red general que necesita adecuarse	Existe red general con soporte adecuado
	DRENAJE SANIT./PLUV.	Sistema mixto, poca capacidad de soporte	Sistema separativo necesitamos capacidad.	Sistema separativo con suficiente capacidad.
	ENERGIA ELECTRICA	Alumbrado público general	Alumbrado público y capacidad de alta tens.	Alta tensión y planta de transformadores/200m
	ACCESIBILIDAD PEATONAL	No existen veredas ni bancas.	Existe 60% en mal estado.	Existe 60% en buen estado.
	ACCESIBILIDAD VEHICULAR	Trocha carrozable	Vías en mal estado	Asfalto en buen estado
	IGLESIA	Existe en perímetro de 300 m.	Existe en perímetro de 300 a 500 m.	Existe en perímetro mayor de 500 m.
	CENTROS EDUCATIVOS	Existe a menos de 300 m.	Existe a 300 o 500 m.	Existe a más de 500 m.
	HOSPITALES	Existe en perímetro de 400 m.	Existe en perímetro de 400 a 700 m.	Existe en perímetro mayor a 700 m.
	INSTITUCION DE SERVICIOS	Existe a menos de 200 m.	Existe a menos de 500 m.	Existe a más de 500 m.
INCIDENCIA AL ENTORNO	BOMBEROS	Existe a más de 200 m.	Existe entre los 300 a 500 m.	Existe a más de 600 m.
	AIRE	Orientación desfavorable para el proyecto comercial	Orientación favorable para obstrucción natural	Orientación optima norte franco para proyecto
	AGUA	Agua de río	Agua de pozo mecánico	Agua de nacimiento tratada
	RUIDO	Constante a más de 100 decibeles	Constante a 50 decibeles	Temporal a 60 decibeles
	CONGESTIONAMIENTO	Provocara congestiona- miento vehicular.	Provocara congestiona- miento vehicular mínimo.	No Provoca congestiona- miento vehicular

- **Discusión de resultados y toma de decisiones**

Se realizó un estudio y análisis de tres opciones de terreno para seleccionar el que se utilizara en el proyecto.

Se ha determinado hacer este procedimiento para que el estudio sea ordenado y preciso, para tener los diferentes datos de cada uno y ver con que servicios básicos cuentan.

FACTORES FISICOS DE LOCALIZACION							
ATRIBUCION	AREA M2	PENDIENTE TOPOGRAFICA	VEGETACION	TIPO DE SUELO	PAISAJES		TOTAL
					ESPACIOS ABIERTOS	VISTAS AREAS LIBRES	
					TERRENO "A"	7	
TERRENO "B"	10	9	7	9	10	10	55
TERRENO "C"	9	8	3	5	7	7	39

Cuadro N°04

FACTORES SOCIALES DE LOCALIZACION												
FACTORES	ASPECTO LEGAL	SERVICIOS			ACCESIBILIDAD		USO DEL RADIO DE ACCION					TOTAL
		AGUA	DESAGUE	ENERGIA ELECTRICA	PEATONAL	VEHICULAR	IGLESIA	ESCUELAS	HOSPITALES	INST. DE SERVICIO	BOMBEROS	
TERRENO "A"	8	5	5	7	10	10	3	4	3	5	9	64
TERRENO "B"	10	8	9	8	10	10	6	9	9	9	9	97
TERRENO "C"	5	6	6	5	10	10	8	8	9	9	9	85

Cuadro N°05

INCIDENCIA DEL PROYECTO AL ENTORNO					
INCIDENCIAS	AIRE	AGUA	RUIDO	CONGESTIONAMIENTO	TOTAL
TERRENO "A"	3	9	5	3	20
TERRENO "B"	8	9	7	10	34
TERRENO "C"	2	9	6	7	24

Cuadro N°06

Siendo así el terreno "B" el más apto para el proyecto.

RESULTADO DE LAS PONDERACIONES				
TERRENO	FACTORES FÍSICOS DE LOCALIZACIÓN	FACTORES SOCIALES DE LOCALIZACIÓN	PROYECTO AL ENTORNO	TOTAL
A	31	64	20	115
B	55	97	34	186
C	39	85	24	148

Cuadro N°07

4. Condiciones Físicas de la Ciudad

4.1. Territorio

2.1.1. Topografía y relieves

Su relieve es poco accidentado, con pequeñas elevaciones de terreno que limitan extensas pampas de arenas y rocas.

2.1.2. Sismología

El área del proyecto se encuentra ubicada en una zona de alta sismicidad, Zona 3 y pertenecen a la categoría de Edificaciones Importantes B (según clasificación E-0.30), el diseño y construcción de esta deberá cumplir con las especificaciones sísmicas que refiere la norma de diseño sísmo resistente E-0.30, garantizando su comportamiento antisísmico satisfactorio frente a eventos, se determinará rutas alternas de evacuación asegurando la seguridad de los usuarios.

2.1.3. Masas y/o cursos de agua superficial

El sistema hidrológico del distrito de Parcona está conformado por: el río Ica, el Canal la Achirana, pequeñas subcuencas o quebradas y las aguas superficiales.

Las aguas provenientes del río son de carácter estacional y/o temporal, estas características se manifiestan a través de una alta concentración de volúmenes de agua durante los meses de verano (Enero-Marzo) ocasionadas por las fuertes lluvias en la parte alta de la cuenca; y una severa escasez en el período de Junio a Diciembre.

El Canal La Achirana, que atraviesa el distrito de Norte a Sur cuyo flujo es derivado del río Ica a través de la Bocatoma Los Molinos.

Las aguas subterráneas provenientes de pozos tubulares que son extraídas por medio de sistemas de bombeo; son de buena calidad, utilizados con fines urbanos, agrícolas e industriales.

2.1.4. Aguas freáticas

En exploración del suelo de la zona no se ha encontrado aguas freáticas.

4.2. Clima

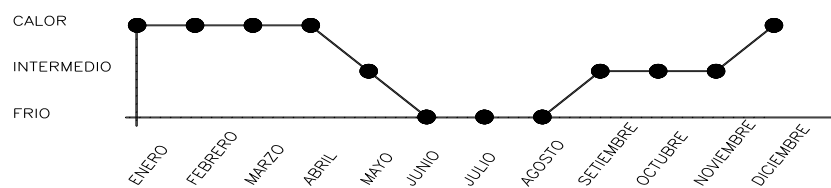
2.2.1. Componentes Meteorológicos

✓ Temperatura

Su clima se encuentra en el rango de sub-tropical – seco.

Su temperatura media anual es de 20°C, teniendo una máxima de 35°C que se presenta en el mes de Febrero y una mínima de 9.7°C que se presenta en el mes de Julio - Agosto.

Podemos diferenciar 3 climas:



✓ Precipitaciones

Casi no existen precipitaciones muy elevadas, excepto en los meses de Enero, Febrero y Marzo.

✓ Humedad Relativa

El bajo valor promedio de la H.R. (70%) para el área circunscrita a las cuatro estaciones de costa indica que, en

general, se trata de una zona atmosféricamente muy poco húmeda, lo cual es altamente favorable para la agricultura, específicamente dentro del renglón de los frutales.

✓ **Vientos dominantes**

Los vientos son relativamente fuertes, presentan una velocidad promedio de 16km/h (S/O) y la máxima ocurrencia se da entre Julio y Setiembre entre las 12:00 y 17:00 horas, en ocasiones llegando a una velocidad de 40km/h aproximadamente.

La presencia de paracas o vientos fuertes es muy común en los meses de verano, mientras más temperatura hay mayor velocidad de vientos de Sur a Oeste.

2.2.2. Componentes energéticos

✓ **Horas de Sol y Energía Solar Recibida**

Registra un promedio anual de 7.5 horas de sol, variando entre 8.4 en Abril y 6.5 en Agosto.

La energía solar recibida en superficie en promedio registra 7.0 Kw h/m² en Noviembre y 5.5 Kw h/m² en los meses de Mayo y Agosto.

✓ **Paneles Solares**

Actualmente en nuestra Ciudad existen diversas empresas que promueven la utilización de paneles solares con la finalidad de aprovechar los recursos naturales y generar energías renovables.

En el Distrito de Parcona aún no se ha llevado a cabo esta alternativa, en la mayoría de casos por falta de conocimiento sobre la utilización de estos dispositivos.

4.3. Paisaje urbano

2.3.1. Aspectos Generales del entorno mediato

El entorno mediato está conformado por centros poblados asentados sobre terrenos planos, al lado Este del Distrito se puede observar con facilidad que se encuentra conformado por Cerros de desierto seco – rocoso sin vegetación.



2.3.2. Aspectos Particulares del entorno inmediato

Actualmente todavía se aprecia zonas de cultivo entre el centro de Ica y Parcona, zonas en proceso de desaparición debido a la creciente expansión urbana y comercial.



4. Actividades Urbanas

4.1. Equipamiento urbano

- **Equipamiento Comercial**

Parcona, cuenta con una infraestructura dedicada al comercio vecinal, (Mercado distrital), que deberá ser mejorado; tiene dos mercados operativos grandes y otro pequeño; ubicados en el cercado del distrito, uno de los cuales está construido de palos y esteras; y el principal que es de material noble (ladrillo); son abastecidos por el mercado mayorista de la ciudad de Ica.



El comercio vecinal destinado a la compra venta de bienes de consumo diario y de primera necesidad, se realiza bajo la modalidad de Minimarkets, bodegas y pequeñas tiendas. Además encontramos ferreterías, talleres mecánicos, madereras y carpinterías.

En la Prolongación Av. Miguel Grau está el comercio intensivo de todo tipo, apostado a ambos lados de vía de acceso al distrito, así como: tiendas de abarrotes, ferreterías, ambulantes, grifos, talleres mecánicos eléctricos y mecánicos, entre otros y los paraderos informales de camiones que se desplazan a algunos distritos de Huancavelica y Ayacucho.

- **Equipamiento de Salud**

El cercado del distrito de Parcona cuenta con un Centro de Salud, MINSA, ubicado en la Av. John F. Kennedy, el cual tiene una buena infraestructura equipada, brinda atención: integral, consultas externas, servicio odontológico, farmacia entre otros; por el incremento de la población se han ejecutado obras de ampliación para una mejor atención.

Otro centro de salud se encuentra ubicado en el margen izquierdo del río Ica, correspondiente a la zona de Acomayo, como también en Pasaje Valle La Tinguña en donde se ubica una Posta Médica, ambos con una infraestructura precaria requieren de techo, ampliación de ambientes, equipamiento e implementación adecuada.

- **Equipamiento Educativo**

La cobertura educativa en el distrito de Parcona es bastante regular, cuenta con centros educativos de nivel inicial, primaria y secundaria particulares y estatales en sus diversas zonas que abastecen a la población estudiantil de manera suficiente, existe solo un instituto superior pedagógico: el “Instituto Municipal” que no abastece a la mayoría de jóvenes obligando a que realicen sus estudios en la ciudad de Ica.

- **Equipamiento Recreacional**

Se evidencia la existencia de parques para la recreación pública; como La Plaza Cívica Miguel Grau, Plazuela Manco Cápac y el parque de la Iglesia Santa María de Parcona, el Estadio Municipal, el Coliseo Municipal y la piscina, que requieren de mantenimiento y limpieza, también existen áreas reservadas con este fin, constituidas por terrenos escarpados, sin habilitar, lo que indica un déficit de equipamiento recreativo.

- **Equipamiento Locales Institucionales**

Constituido por las sedes institucionales de: La Municipalidad, Palacio de Justicia (anexo), delegación de la Policía Nacional, comedores populares, Iglesias, ubicados en zonas accesibles del distrito.

4.2. Vialidad y transporte

El Distrito de Parcona cuenta con dos accesos uno por el mismo Distrito y otro por el Distrito de la Tinguíña.

La doble vía de acceso principal al Distrito de Parcona Prolongación Av. Miguel Grau tiene un ancho de vía de 35.80 m, y se encuentra a 126 m de la Av. Miguel Grau, vía que de acuerdo al Plan Director de la ciudad de Ica, contará con una berma central y vías auxiliares, esta vía facilitará el acceso directo del proyecto con los Distritos del área de influencia.

Las vías internas del Distrito están compuestas por calles, avenidas y calzadas que están pavimentadas y asfaltadas (70% en su totalidad), también están las vías de trocha carrozable en un 30%.

El transporte urbano en el Distrito se va realizando de manera eficiente, empleando estrategias, buscando satisfacer las necesidades de viajes de las personas, preservando el medio ambiente, disminuyendo la cantidad y severidad de los accidentes y promoviendo el uso razonable de la infraestructura vial.

4.3. Comercialización y abastecimiento

Parcona representa uno de los municipios más importantes para la provincia, por presentar avances en su comercio y sus productos. Esto por la gran demanda que se ha generado en este Distrito. Esto es notable en los tipos de construcciones de viviendas, locales comerciales, la infraestructura y servicios con los que cuenta.

Las personas que actualmente tienen negocio o comercio, desean abrir otro, algunos ya lo hicieron.

Existen personas de otras comunidades que tienen la intención de abrir un negocio en este Distrito, esto contribuiría a mejorar los ingresos de la municipalidad, pero dichas personas no lo han realizado por la falta de un espacio físico, actualmente la comercialización se da a través de los mercados, bodegas y comercio informal.

El abastecimiento y suministro de materias primas es directamente con determinados proveedores de la ciudad de Ica, este factor es fundamental, ya que no sólo reduce costes, sino que además se ahorra tiempo y disminuyen los riesgos de manipulación.



4. Normatividad Vigente

4.1. Reglamento Nacional de Edificaciones

- ✓ Norma A.070: Comercio
- ✓ Norma A.010: Condiciones Generales de Diseño
- ✓ Norma A.120: Accesibilidad para personas con discapacidad
- ✓ Norma A.130: Requisitos de Seguridad

4.2. Municipalidad Provincial

Plan Director de Desarrollo Agro-urbano de la ciudad de Ica.

4.3. Municipalidad Distrital

El Plan Urbano Distrital de Parcona.

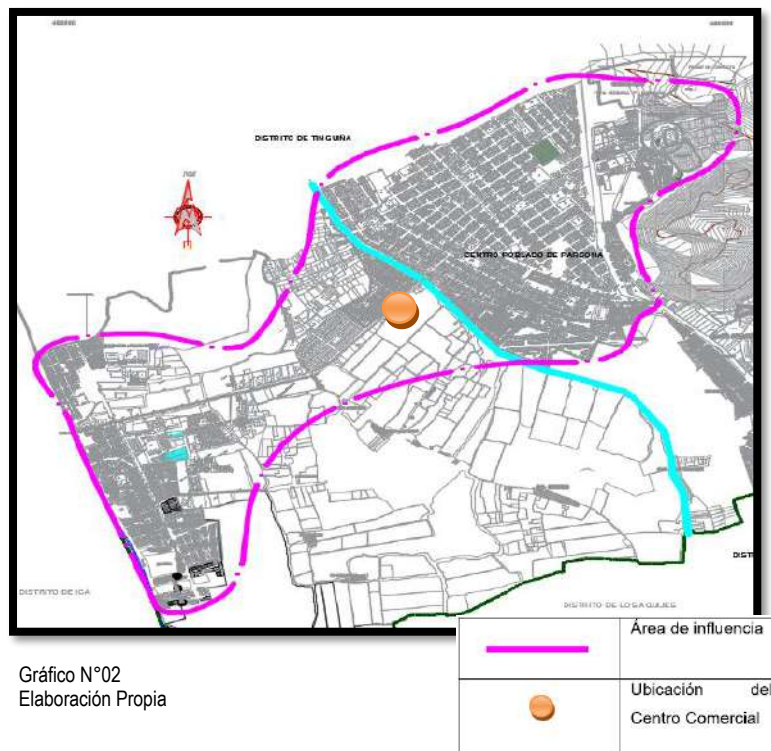
CAPITULO IV: PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

1. Programación Arquitectónica

1.1. Localización y Ubicación del Inmueble a intervenir

El Centro Comercial, por su localización tendrá influencia en los municipios de Parcona, La Tinguiña, Los Aquijes y San José de los Molinos, y en las comunidades que forman parte de dichos municipios.

Se ubicará en una zona de gran accesibilidad, que tiene un radio de influencia que hace viable la inversión económica y asegura los buenos resultados de afluencia de compradores. La zona es de fácil acceso para los usuarios a través del transporte público o de estacionamiento.



El terreno cumple con las características anotadas, ubicado al ingreso del centro poblado de Parcona ingresando por la ciudad de Ica.

1.2. Relación del Proyecto – Entorno

El terreno seleccionado para el proyecto se encuentra en el centro geométrico del área de influencia del Distrito de Parcona que cuenta con dos accesos, uno por el mismo Distrito y otro por el Distrito de la Tinguiña. Hacia el lado Este, encontramos terrenos en proceso de consolidación, donde no existen viviendas actualmente, al lado oeste encontramos una vía y al lado de esta la Achirana del Inca.

Al lado Sur se encuentra colindante con sectores agrícolas. Hacia el lado Norte, está la vía principal Prolongación Av. Miguel Grau y el casco urbano del Distrito. Teniendo en su entorno general pocas viviendas. El área del Proyecto según el Plan Director de la ciudad de Ica se encuentra en un área de zonificación R1 y de comercio especializado.

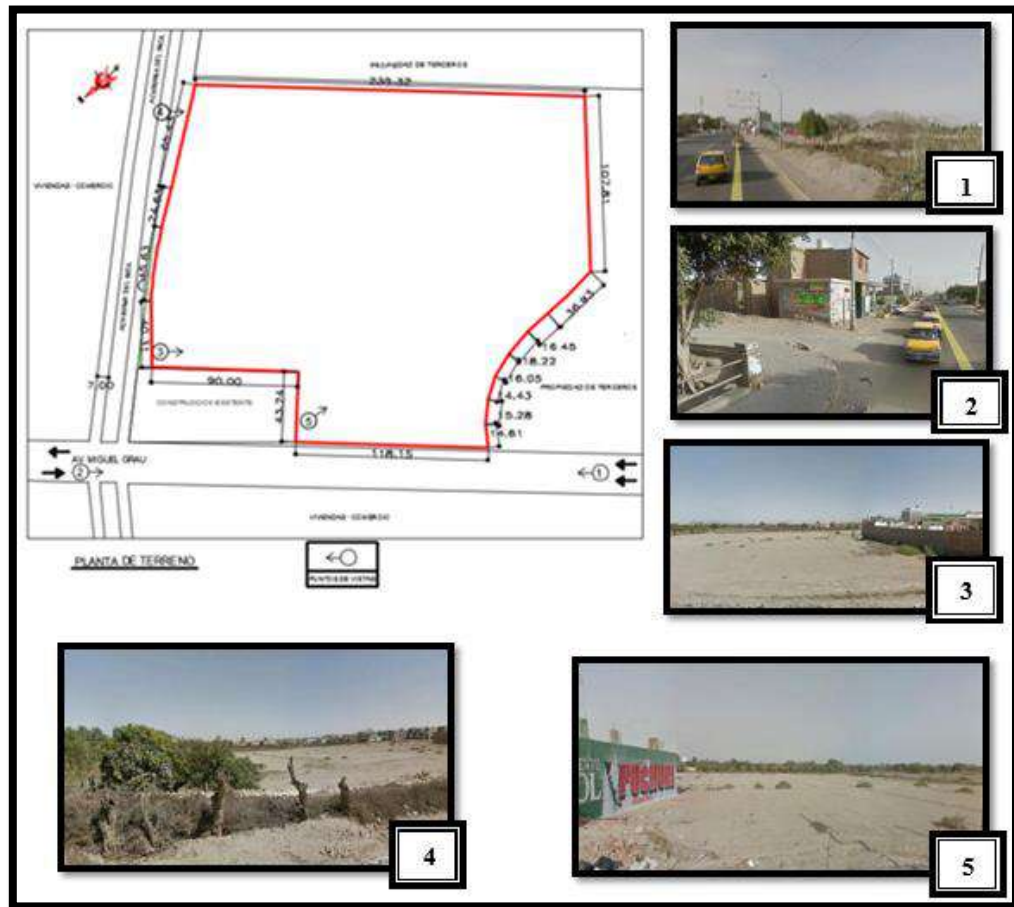


Gráfico N°03
 Elaboración Propia

Este terreno se encuentra limpio y actualmente no se da ninguna actividad y ningún uso.

Es importante tomar en cuenta la vegetación existente en el lugar y su entorno ya que esta toma un papel muy importante para el paisaje y como un elemento regulador del clima. El terreno a utilizar para el proyecto no presenta mucha vegetación, teniendo únicamente su perímetro árboles y arbustos entre otros

La superficie del terreno no tiene mucha área verde, en su mayoría es tierra.

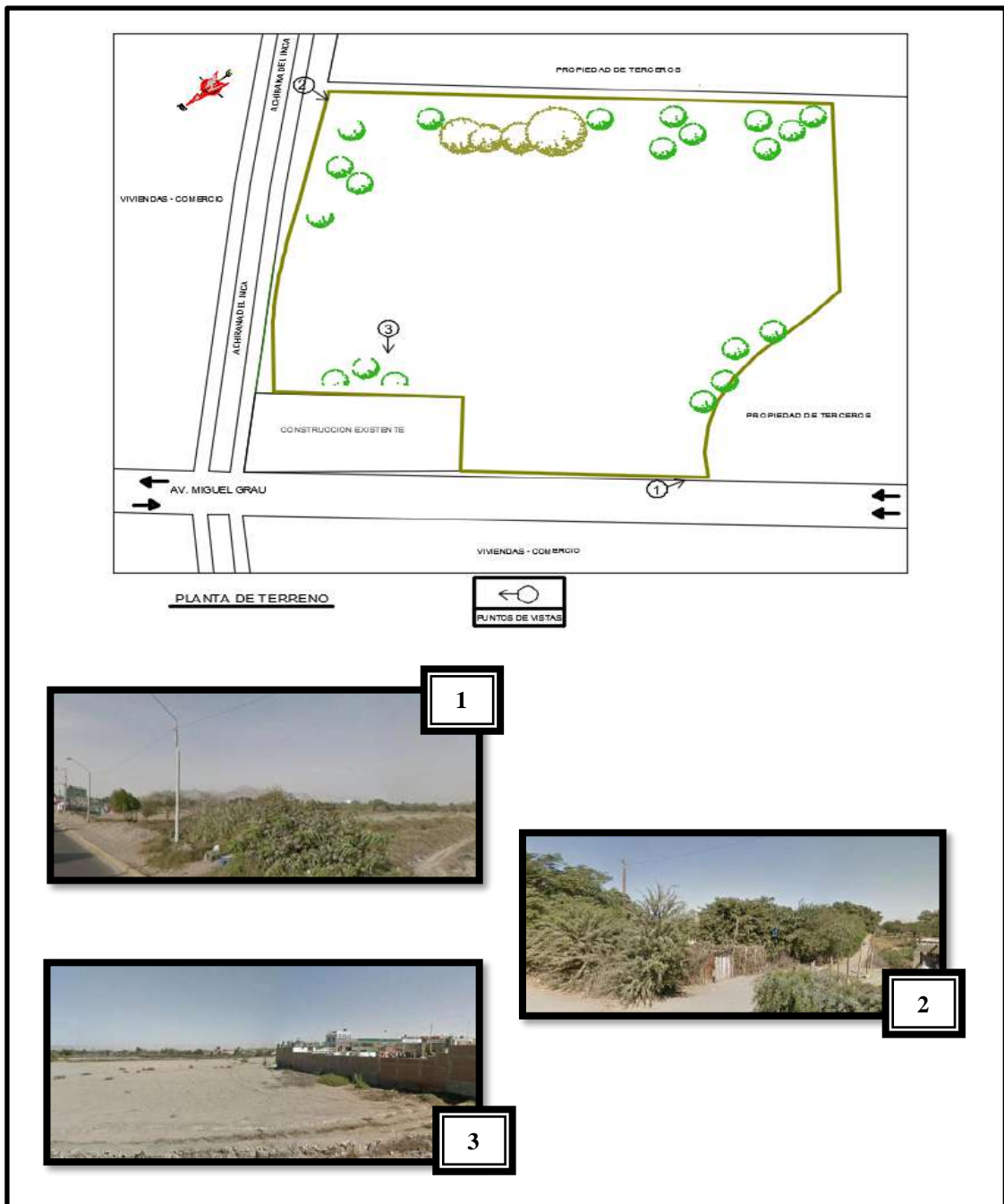


Gráfico N°04
 Elaboración Propia

Factibilidad de Servicios

El servicio de agua potable es irregular a nivel general dentro del distrito. Aun así se debe prever un sistema de almacenamiento de agua potable, para abastecer el proyecto. Es proporcionado por la empresa Emapica.

El distrito cuenta con red de drenaje. Por el área donde se encuentra el proyecto pasa una línea de conducción. La municipalidad tiene en gestión una planta de tratamiento, para las aguas servidas del distrito.

La energía eléctrica es proporcionada por la empresa Electro Dunas, que cuenta con una sub-estación, ubicada a unos 8 kilómetros del proyecto. Se cuenta con la energía necesaria para cubrir la demanda del Distrito.

El servicio telefónico lo prestan varias empresas. Se puede hacer una conexión en el terreno. También existen los servicios de teléfonos celulares de las empresas que cubren la ciudad y el proyecto.

El sitio se encuentra muy accesible, por encontrarse en el ingreso del casco urbano del distrito. Está retirado de mercados, Terminales, instituciones gubernamentales y privadas, existiendo en mayor densidad viviendas. Sus calles y avenidas están en buen estado, esto permitirá que los pobladores de Parcona puedan tener un fácil acceso.

1.3. Actividades Potenciales del Proyecto

1.3.1. Análisis de Fortalezas y Oportunidades (F-O)

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación estratégica: centro geométrico del área de influencia del proyecto. ✓ Vías de acceso adecuadas peatonal y vehicular. ✓ La gran actividad comercial existente en el Distrito genera gran flujo constante de personas. ✓ Gran mercado de consumidores. ✓ Personal calificado para trabajar. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No existe una infraestructura adecuada dedicada al comercio en el Distrito. ✓ Expectativa de un moderado crecimiento económico. ✓ Existencia de reconocidas marcas consolidadas que desean ofertar sus productos. ✓ Saturación de los sectores de venta tradicionales del Distrito.

1.3.2. Análisis conceptual de cronotopos

El cronotopo (tiempo-espacio), es un concepto que nace en la literatura: para el caso de la arquitectura utilizamos el concepto de las interacciones entre el usuario y el espacio que habita, en el proceso del tiempo:

En el caso del presente proyecto de Centro Comercial, se presentan algunos cronotopos:

-
- Interacción usuario-espacio-tiempo 1: Propósito: pasar el rato.- El usuario va a un centro comercial a ver las novedades, encontrarse con personas, recrearse y tal vez comer algo. Tiempo: una hora; espacios recorridos: casi todos.
 - Interacción usuario-espacio-tiempo 2: Propósito: comprar.- El usuario tiene el propósito de comprar cierto objeto; visita las tiendas en función de la vigencia de modelos, precio y calidad, se prueba, vuelve, hasta que se decide; es posible que en el trayecto, como efecto de los otros productos que las tiendas estratégicamente exhiben termine comprando otras cosas. Tiempo: indeterminado.
 - Análisis cronotópico de los casos expuestos:

Existe mucha predisposición de usuario para no restringir su tiempo en Centro Comercial; volverá cada cierto tiempo sabiendo de que encontrará cambios y novedades y que no será una experiencia repetida.

El uso de los espacios y el tiempo empleado es aleatorio, imprevisible y exige del proyecto arquitectónico la mayor variedad, versatilidad y flexibilidad en el diseño de espacios, tanto para facilitar el uso, como la ambientación comercial o publicitaria o de temporada por parte de la vendedora.

El tiempo en un centro comercial es, especialmente rotativo, dinámico y aleatorio. De acuerdo al horario, la temporada y el clima, la afluencia de público es variada, los espacios arquitectónicos deben diseñarse considerando dichos requerimientos cronotópicos.

1.4. Determinación de los Principales Componentes del Proyecto

- Hall de ingreso
- Locales comerciales
- Tiendas de marcas y franquicias
- Servicios financieros, cajeros automáticos
- Áreas de uso público múltiple
- Administración
- Servicios higiénicos
- Patio de comidas
- Restaurantes
- Cafeterías
- Recreación infantil y general
- Espacios técnicos internos: depósitos, almacenes patios de carga y descarga, seguridad y monitoreo.

1.5. Definición de Unidades Funcionales

- Zona Administrativa
- Zona Comercial
- Zona de Servicios Generales
- Zona de Comida
- Zona de Entretenimiento
- Zona de Estacionamiento
- Zona de Recreación

1.6. Consideraciones Dimensionales

○ Zona Administrativa

AREA	CANT.	M2 / PERSONA	Nº DE PERSONA	SUB-TOTAL
Recepcion	1	1.50	5	8.00
Area de espera	1	1.50	10	15.00
Secretaria	1	10.00	1	10.00
Of. De Administracion	1	10.00	2	22.00
Of. De Contabilidad	1	10.00	2	18.00
Of. De Publicidad	1	10.00	2	15.00
Of. De Recursos Humanos	1	10.00	1	8.00
Topico + SS.HH	1	8.00	5	40.00
Sala de Juntas	1	1.50	15	22.00
Seguridad y Monitoreo	1	2.00	5	10.00
Cuarto de Limpieza	1	10.00	1	10.00
Oficina de control	1	10.00	1	8.00
Almacen General	1	40.00	2	60.00
SS.HH. (Caballeros)	1	1L,1U,1I	(7 a 25 empleados)	2.00
SS.HH (Damas)	1	1L,1I	(7 a 25 empleados)	2.00
			Total	250.00

Cuadro N°08
Elaboración Propia

○ Zona Comercial

SUPERMERCADO				
Area de ventas	1	2.50	468	1170.00
SS-HH (Caballeros)	1	4L,4U,4I	(0 a 500 personas)	26.00
SS.HH (Damas)	1	4L,4I	(0 a 500 personas)	18.00
SS.HH Discapacitados	1	1L,1U,1I	(0 a 500 personas)	5.00
Cuarto de Limpieza	1	10.00	1	10.00
Camara de frio	1	5.00	6	32.00
Control	1	5.00	2	8.00
Pan	1	5.00	3	14.00
Preparacion de carnes	1	5.00	5	27.00
Hortalizas	1	5.00	7	33.00
Paqueteria	1	5.00	4	18.00
Panaderia	1	5.00	8	40.00
Deposito de abarrotes	1	5.00	10	50.00
SSHH Empleados Vestidores - Caballeros	1	3.00	4	12.00
SSHH Empleados Vestidores - Damas	1	3.00	4	12.00
			Total	1475.00

Cuadro N°09
Elaboración Propia

Hall de Ingreso	1	1.00	300	300.00
Locales Tipo A (3.00 X 3.00 m)	211	1.50	1266	1899.00
Locales Tipo B (3.00 X 6.00 m)	87	1.50	1044	1566.00
Locales Tipo C (6.00 X 6.00 m)	4	1.50	96	144.00
Locales Tipo D (6.00 X 9.00 m)	2	1.50	72	108.00
Agencia Bancaria (175 m2)	2	5.00	70	350.00
Agencia Bancaria (220 m2)	1	5.00	44	220.00
Farmacia (90 m2)	2	3.00	60	180.00
Farmacia (120 m2)	1	3.00	40	120.00
Optica (120 m2)	1	3.00	40	120.00
Articulos Electronicos (250 m2)	1	3.00	83	250.00
Jugueteria (390 m2)	2	3.00	260	780.00
Stands de Venta (4m2 c/u)	6	2.00	12	24.00
SS-HH (Caballeros)	1	20L,20U,20I	(0 a 3600 personas)	60.00
SS.HH (Damas)	1	20L,20I	(0 a 3600 personas)	40.00
SS.HH Discapacitados	1	5L,5U,5I	(0 a 3600 personas)	25.00
			Total	6186.00

 Cuadro N°10
 Elaboración Propia

RESTAURANTE (PRIMER PISO)				
Hall de ingreso	1	1.00	36	36.00
Área de Mesas	1	1.50	223	334.00
Barra	1	5.00	5	24.00
Cocina	1	9.30	6	53.00
SSHH (Damas)	1	1L,1I	(0 a 200 personas)	3.00
SSHH (Caballeros)	1	1L,1U,1I	(0 a 200 personas)	3.00
Cocina	1	9.30	5	46.00
Almacen	1	40.00	1	11.00
Frigorifico	1	40.00	1	7.00
Limpieza	1	10.00	1	12.00
SSHH Empleados Vestidores	1	3.00	3	8.00
			Total	537.00
RESTAURANTE (SEGUNDO PISO)			Total	537.00

 Cuadro N°11
 Elaboración Propia

CAFETERIA (SEGUNDO PISO)				
Caja	1	2.00	1	4.00
Area de mesas	1	1.50	100	150.00
Cocina	1	9.30	2	14.00
Dispensa	1	2.00	1	2.00
SSHH (Damas)	1	1L,1I	(0 a 100 personas)	2.00
SSHH (Caballeros)	1	1L,1U,1I	(0 a 100 personas)	3.00
			Total	175.00
CAFETERIA (TERCER PISO)			Total	175.00

 Cuadro N°12
 Elaboración Propia

○ Zona de Servicios Generales

Patio de Maniobras	1	Varia	3	1000.00
Of de Control	1	10.00	1	25.00
Area de carga y descarga	1	40.00	5	200.00
Deposito General	1	40.00	1	37.00
MANTENIMIENTO				
Cuarto de Maquinas	1	40.00	1	55.00
Cuarto de Limpieza	1	10.00	2	24.00
Cuarto de Basura	1	10.00	2	24.00
SERVICIOS				
Estar de servicio	1	1.00	15	50.00
SSHH Empleados Vestidores - Caballeros	1	3.00	4	12.00
SSHH Empleados Vestidores - Damas	1	3.00	4	12.00
			Total	1614.00

Cuadro N°13
Elaboración Propia

○ Zona de Comida

Comida Rapida (6.00 X 6.00 m)	15	5.00	108	540.00
Patio de Comidas	1	1.50	1133	1700.00
SSHH (Caballeros)	1	6L,6U,6l	(0 a 1000 personas)	18.00
SSHH (Damas)	1	6L,6l	(0 a 1000 personas)	12.00
SS.HH Discapacitados	1	1L,1U,1l	(0 a 1000 personas)	5.00
			Total	2275.00

Cuadro N°14
Elaboración Propia

○ Zona de Entretenimiento

Hall	1	1.00	20	20.00
Boleteria	1	10.00	1	10.00
Area de juegos	1	5.00	180	900.00
Deposito	1	5.00	1	5.00
Cuarto de Limpieza	1	10.00	1	10.00
			Total	945.00

Cuadro N°15
Elaboración Propia

○ Zona de Estacionamiento

Estacionamiento autos	1	12.75	177	2256.75
Estacionamiento Buses	1	36.00	2	72.00
Guardiana	3	4.00	1	12.00
			Total	2340.8

Cuadro N°16
Elaboración Propia

1.7. Consideraciones Constructivas y Estructurales

En cuanto a la estructura se propone un sistema aporcado, columnas y vigas de concreto, lo cual nos permite tener planta libre y maximizar el uso del espacio interno.

1.8. Consideraciones Ambientales Generales

Los ambientes deberán ser orientados según las exigencias del proyecto y la ubicación del terreno.

Se tendrá en cuenta los siguientes requerimientos:

- ✓ Orientar los ambientes de tal manera que el sol ingrese en cantidad, ubicación y horarios requeridos.
- ✓ Dotar de suficientes aberturas para que el sol penetre en el grado deseado.
- ✓ Controlar el asoleamiento directo.

1.9. Cuadro Resumen de áreas

CENTRO COMERCIAL		
ZONA		SUB-TOTAL
Z. ADMINISTRATIVA	Total	250.00
Z. COMERCIAL	Total	9085.00
Z. SERVICIOS GENERALES	Total	1614.00
Z. COMIDA	Total	2275.00
Z. DE ENTRETENIMIENTO	Total	945.00
Z. DE ESTACIONAMIENTO	Total	2340.8
	TOTAL GENERAL	16509.75
	CIRCULACION Y MUROS 30%	4952.93
	Total	21462.68
	TERRENO	48,177
	AREA LIBRE (50%)	24088.50

Cuadro N°17
Elaboración Propia

1.10. Estimado de Costos Globales

a) Costo del terreno:

- Área: 48,177.98 m²
- Precio unitario: S/.100/m²
- Precio total: S/.4 817,798.00

b) Costo de las edificaciones:

- Área techada: 20 315.55 m²
- Precio Unitario: S/.1 000/m²
- Precio total: S/.20 315,550.00

c) Costo del equipamiento:

- Coeficiente estimado: 0.12%
- Costo total de equipamiento: S/. 2 437,866.00

d) Costo de obras de habilitación urbana del terreno:

- Coeficiente estimado: 0.15%
- Costo total de obras de habilitación urbana del terreno:
S/. 3 047,332.50

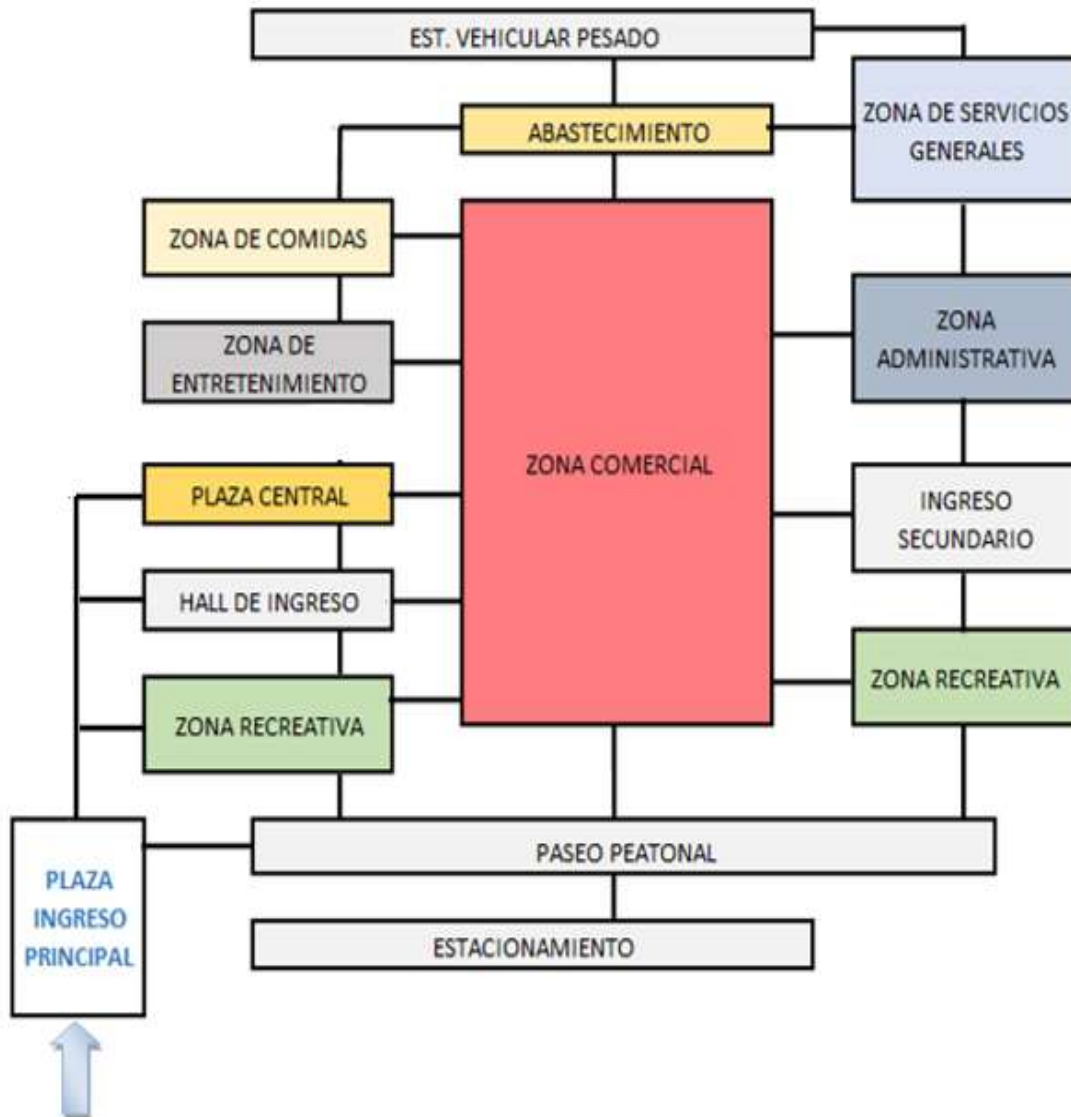
e) Costo total estimado de la infraestructura:

- Terreno: S/. 4 817,798.00
- Edificaciones: S/. 20 315,550.00
- Equipamiento: S/. 2 437,866.00
- Habilitación urbana: S/. 3 047,322.50
- Costo total estimado de la infraestructura: **S/.30 618,546.50**

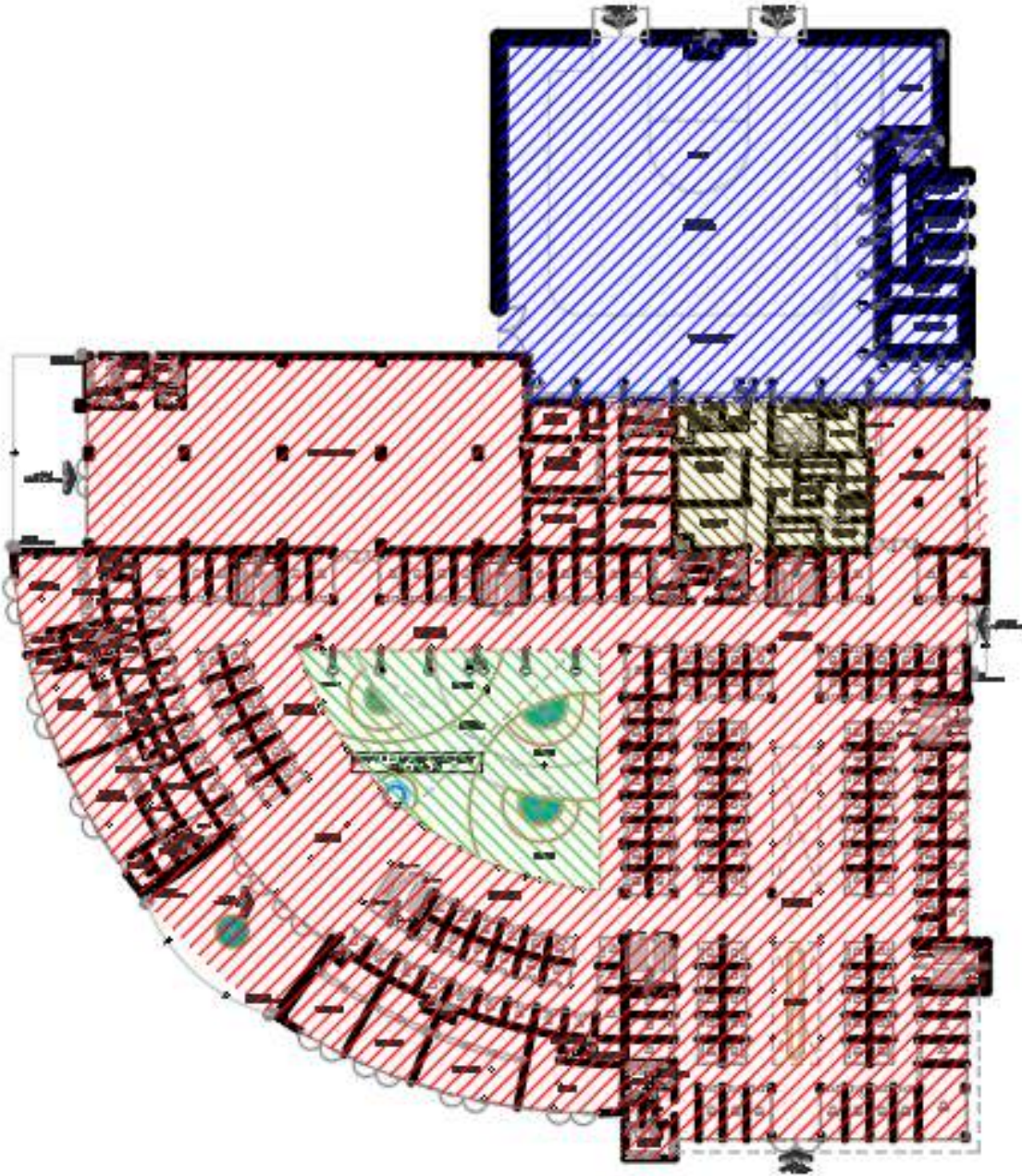
2. Partido Arquitectónico

2.1. Estudio previo

2.1.1. Esquema General de Conformación de Sectores







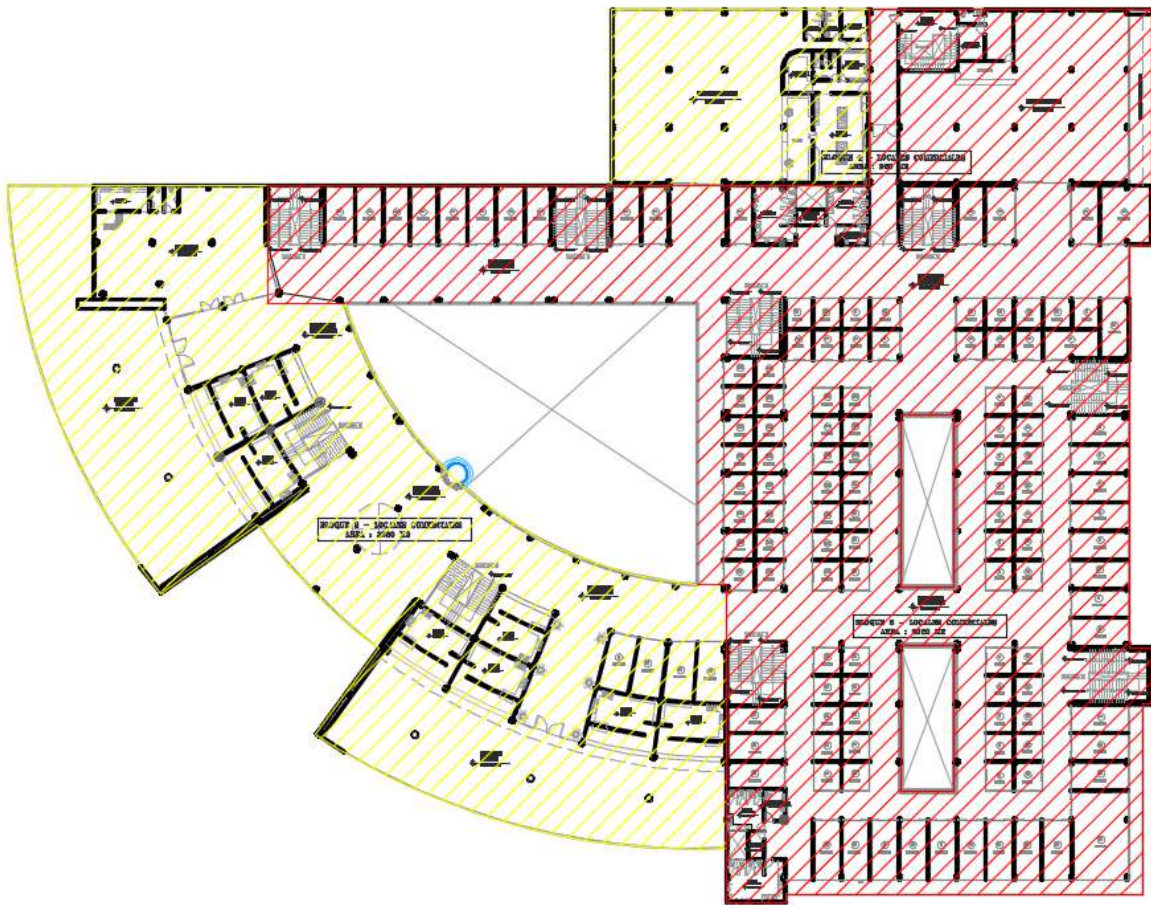
2.1.2. Zonificación Interna



PRIMER NIVEL

LEYENDA

-  ZONA COMERCIAL
-  ZONA DE SERVICIOS
-  ZONA ADMINISTRATIVA
-  PLAZA CENTRAL



SEGUNDO NIVEL

LEYENDA




 ZONA COMERCIAL

 ZONA DE COMIDA



TERCER NIVEL

LEYENDA

-  ZONA COMERCIAL
-  ZONA DE COMIDA
-  ZONA DE ENTRETENIMIENTO

2.1.3. Criterios de Modulación Espacial

- ✓ Se requiere de grandes facilidades de estacionamiento, la estructuración debe ser modulada en plan libre con grandes luces entre ejes de columnas debido a que se busca la flexibilidad del espacio comercial a fin de permitir la remodelación y cambio y que sean parte de la renovación de la oferta comercial.
- ✓ Los servicios centralizados garantizan eficiencia, las instalaciones serán resueltas y controladas con sistemas constructivos agradables con tecnología de punta.

2.1.4. Criterios de tratamiento volumétrico y paisajístico

Tratamiento Volumétrico

- ✓ El partido horizontal de grandes masas, en donde predomina la base sobre la altura, se debe buscar movimientos volumétricos y significar los accesos con elementos que propicien limpieza y atractivo al conjunto.
- ✓ La volumetría de mayor masa es la tienda ancla que debe respetar las dimensiones establecidas.
- ✓ Su funcionamiento en conjunto debe buscar la interacción del espacio interior con el exterior, sus circulaciones representan ejes de composición a partir de los cuales se disponen los establecimientos.
- ✓ La organización funcional de las zonas establecidas garantizan el éxito del Centro Comercial.
- ✓ Principios de sustentabilidad en busca de una arquitectura sustentable.

Tratamiento Paisajístico

Las áreas verdes tienen gran importancia en la arquitectura. Estos espacios pueden resaltar o desmerecer la arquitectura de las edificaciones.

Las características y propiedades de las áreas verdes son las siguientes:

- Reducen el ruido en un 20% y complementan la estética urbana y arquitectónica.
- Producen oxígeno y absorben contaminantes del medio ambiente como dióxido de carbono y dióxido de azufre.
- Reducen la temperatura de las superficies hasta en un 15% y la temperatura de los ambientes hasta en un 14%.

3. Proyecto Arquitectónico definitivo

Se ha desarrollado todo el proyecto del Centro Comercial y de las envolventes propuestas.

(Ver láminas de Proyecto en juego de planos adjuntos al Análisis)

4. Documentos Complementarios

4.1. Memoria Descriptiva de arquitectura

4.1.1. Antecedentes

El presente proyecto, ha surgido de la necesidad de la población del Distrito de Parcona de contar con un espacio comercial de envergadura capaz de satisfacer todas sus necesidades, según los cálculos previamente realizados para poder satisfacer la demanda del Distrito y su área de influencia.

Ha sido proyectado de acuerdo a los lineamientos de distribución, espacio y dimensionamiento conforme lo estipula el Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE).

4.1.2. Descripción del terreno

Ubicación

El terreno donde se ha proyectado el Centro Comercial, se encuentra ubicado en la vía principal que une el Distrito con la Ciudad de Ica y se encuentra a 3 km. de la misma.

Límites y Linderos

El terreno tiene una forma irregular, con los siguientes límites y linderos:

- Frente: Mediante una línea quebrada de tres tramos 53.81 ml, 108.12 ml y 78.07 ml 108.12 ml, colindante con la Prolongación Av.
- Miguel Grau y propiedad de terceros.
- Derecha: Mediante una línea recta de 138.96 ml, colindante con una trocha carrozable.

- Izquierda: Mediante una línea quebrada de ocho tramos: 106.61 ml; 20.49 ml; 32.90 ml; 18.21 ml; 16.04 ml; 14.43 ml; 15.47 ml; 12.48 ml, colindante con propiedad de terceros.
- Fondo: Mediante una línea de recta de 237.37 ml, colindante con terrenos agrícolas.

Área y Perímetro

- Área del terreno: 48,177.98 m²
- Perímetro del terreno: 907.12 ml

Según levantamiento su topografía es menor al 5° - terreno en su totalidad plano, su clima es cálido, accediéndose por la Prolongación Avenida Miguel Grau como vía principal.

4.1.3. Descripción del proyecto arquitectónico

El proyecto en conjunto está destinado principalmente al comercio teniendo además zonas habilitadas para ejercer las funciones administrativas y de servicios generales propias de un Centro Comercial, además cuenta con amplias áreas recreativas y de interacción social.

El proyecto en conjunto cuenta con dos ingresos peatonales (principal y secundario), uno vehicular y uno de servicio (patio de maniobras).

El ingreso peatonal principal, se realiza desde la fachada principal (Prolongación Av. Miguel Grau). El ingreso peatonal secundario, se realiza por la fachada del lado derecho del proyecto a través de áreas recreativas de grandes dimensiones.

En la fachada posterior se encuentra el ingreso de servicio permitiendo la carga y descarga de todo tipo de productos.

El edificio comercial consta de tres plantas:

PRIMERA PLANTA

Superficie comercial, a la cual se accede desde la fachada principal y cuenta a su vez con ingresos secundarios, tiene como tienda ancla un Supermercado, con locales exteriores; Agencias Bancarias, Farmacias, Ópticas, Agentes, entre otros, y con locales de venta interiores que se encuentran alrededor de una plaza central, teniendo además stands de venta o información al cliente y aseos públicos, siguiendo un esquema organizativo claro que ayude a la orientación del visitante en unos espacios definidos por su gran dimensión.

En esta planta está destinada la zona administrativa del conjunto, disponiendo de oficinas y salas de reuniones. Además, cuenta con un tópico destinado para uso de los visitantes.

Dada la envergadura del edificio, éste cuenta con una zona de servicios generales, depósitos de basura, almacenes, cuarto de máquinas, vestidores de servicio y aseo de servicio.

SEGUNDA PLANTA

Desde el vestíbulo de la primera planta se accede, a través de amplias escaleras, al vestíbulo principal de la segunda planta.

Desde dichos espacios se puede acceder a locales de diversos productos, desarrollados en forma organizada, con una altura de 3.50 m. Los locales están dispuestos según una retícula de 6 x 6 m. Además, esta planta cuenta con un área destinada a cafetería, restaurante, comida rápida, patio de comidas y aseos.

Además, en esta zona el patio de comidas se localiza en terrazas al aire libre apoyados en la edificación.

TERCERA PLANTA

Se proyecta una cafetería, un restaurante, puestos de comida rápida, patio de comidas, zona de entretenimiento, aseos.

4.1.4. Características constructivas y de ingeniería

La construcción que se está describiendo presenta un sistema estructural mixto, en un conjunto de 8 sectores separados por juntas, la trama estructural está desarrollada en base a la disposición de los bloques constructivos, existiendo una trama rectangular y radial, el desarrollo estructural responde a los espacios que lo conforman.

Los sectores están conformados por estructuras independientes sin sótanos y de tres niveles. Para todos los sectores en conjunto se aplicará el Sistema Aporticado y en Drywall.

En general las columnas y vigas son de concreto armado. Los entrepisos son principalmente de losa aligerada de 20cm de espesor apoyadas directamente sobre las columnas.

La resistencia lateral ante sollicitaciones sísmicas está garantizada con la ubicación estratégica de las columnas de concreto armado.

La cimentación, en general para los 8 sectores está conformada por zapatas aisladas y combinadas en la zona de los perimétricos y juntas.

4.2. Especificaciones Técnicas por Partidas y subpartidas

4.2.1. Generalidades

Las presentes Especificaciones Técnicas tienen como finalidad normar los trabajos a ejecutarse en la construcción del Centro Comercial, ubicado en el Distrito de Parcona, Provincia y Departamento de Ica.

4.2.2. Obras Provisionales

Este rubro comprende la ejecución previa de construcciones e instalaciones que son de carácter temporal y que tienen por finalidad brindar servicios al personal técnico administrativo y obrero. Así mismo, estas obras permiten realizar el almacenamiento y cuidado de

los materiales durante el tiempo que dure la ejecución de la obra principal.

- ALMACEN Y CASETA DE GUARDIANIA

Comprende oficinas de inspección, almacenes, depósitos de herramientas, casetas de guardianía, vestuarios, carteles y otras obras propias del caso; las edificaciones temporales deberán tener como mínimo las siguientes áreas construidas:

- Oficinas 10.00 m²
- Almacenes 20.00 m²
- Caseta de Guardianía 4.00 m²

- CERCO PERIMETRICO PROVISIONAL

Comprende la ejecución de un cerco provisional en la entrada del terreno, con la finalidad de brindar cerramiento provisional de la obra, ejecutado con palos de madera y planchas de triplay de 10mm en posición vertical.

4.2.3. Trabajos Preliminares

Comprende la ejecución de labores previas y necesarias para iniciar la obra.

- LIMPIEZA DE TERRENO

La limpieza del terreno comprende la eliminación de basura, eliminación de elementos sueltos, livianos y pesados, existentes en toda la superficie del terreno destinado a la obra; así como, la extracción de raíces, malezas y arbustos que permitirá verificar los niveles para llevar acabo el relleno necesario. Su unidad de medida será en m².

4.2.4. Obras de Albañilería

- MUROS DE LADRILLO KING KONG

Que se empleará en los muros de escaleras y el cerco perimétrico que bordea el proyecto, el ancho de los muros será el indicado en los planos.

Ladrillo

Será de tierra arcillosa seleccionada y arena debidamente dosificada, mezcladas con adecuada proporción de agua, elaborado a través de las etapas de mezclado e integración de la humedad, moldeo, secado y cocido al fuego.

Todos los ladrillos que se empleen deberán reunir las siguientes características:

- a) Resistencia: carga mínima de rotura a la compresión: 70 Kg./cm².
 - b) Durabilidad: inalterable a los agentes externos.
 - c) Textura: homogénea, de grano uniforme.
 - d) Superficie de Contacto: rugosa y áspera.
 - e) Color: rojizo - amarillento uniforme.
 - f) Apariencia Externa: de ángulos rectos, aristas vivas y caras llanas
 - g) Dimensiones: exactas y constantes dentro de lo posible
- MUROS CON EL SISTEMA DE CONSTRUCCIÓN EN SECO (SISTEMA DRYWALL)

Sistema Eternit con perfiles de acero galvanizado, placas de yeso en interiores para subdividir ambientes y placas de fibrocemento en exteriores.

4.2.5. Revoques, Enlucidos y Molduras

Consiste en la aplicación de morteros o pastas, en una o más capas sobre la superficie exterior o interior de muros y tabiques, columnas, vigas o estructuras en bruto, con el fin de vestir y formar una superficie de protección, impermeabilizar u obtener un mejor aspecto en los mismos. Puede presentar capas lisas o ásperas. También comprende la ejecución y vestidura de molduras, incluyendo el acabado de molduras de ladrillo.

- TARRAJEO EN INTERIORES Y EXTERIORES

El tarrajeo de muros se aplicará en dos etapas, en la primera llamada pañeteo se proyecta simplemente el mortero sobre el paramento ejecutando las cintas o maestras encima de las cuales se corre una regla, luego con el pañeteo endurecido se aplica la segunda capa, para obtener una superficie plana y acabada, debiendo quedar lisa para recibir la pintura.

El trabajo se hará con cintas de mortero sobre 1:7 cemento arena, corridas verticalmente y a lo largo del muro, la mezcla del tarrajeo serán proporción 1:4 cemento: arena, con un espesor de $e=1.5$ cm. Las cintas se aplomarán y sobresaldrán el espesor exacto del tarrajeo y estarán espaciadas a 1 m partiendo lo más cerca posible de la unión de las esquinas.

Los encuentros de muros, debe ser en ángulos perfectamente perfilados, las aristas de los derrames expuestos a impactos serán convenientemente boleados, los encuentros de muros con el cielo raso terminarán en ángulo recto con una bruña de separación.

- TARRAJEO EN COLUMNAS Y VIGAS

Comprende la vestidura con mortero de columnas y vigas de concreto. Deberá procurarse que las superficies ser tarrajeadas tengan la suficiente aspereza para que exista buena adherencia del mortero. Todos los ambientes que lleven tarrajeo acabado, deberán ser entregados listos para recibir directamente la pintura. Antes de iniciar los trabajos se humedecerá la superficie que va recibir el revoque y llenar todos los vacíos y grietas.

En todas las vigas y columnas se ejecutará un tarrajeo efectuado en una sola etapa. El mortero se extenderá igualándolo con la regla, entre dos cintas de mezcla pobre y antes de que endurezca se hará el terminado en paleta de madera y una pasada de plancha metálica para obtener una textura pulida y lista para recibir el acabado de pintura.

El acabado del tarrajeo será plano y derecho, sin rayones ni defectos.

En todos los casos el espesor del revoque será de 1.5cms.

Deberá efectuarse una vez que hayan quedado terminadas las instalaciones, dado que no se permitirá el picado del mismo; de manera especial se adoptaran las medidas necesarias a fin de que las cajas de luz e instalaciones en general que deben quedar empotrados muestren sus bordes nivelados y a plomo con el tarrajeo terminado.

- VESTIDURA DE DERRAMES

La vestidura de derrame consiste en realizar el tarrajeo del perímetro del vano y cuyo ancho es el espesor del muro, la mezcla cemento arena será 1:4 y de espesor $e=1.5$ cm

Las generalidades, detalles, materiales, componentes y características de esta partida, es similar a la de tarrajeo en muros, indicando que los derrames de puertas y ventanas, se ejecutarán nítidamente corriendo hasta el marco correspondiente.

- BRUÑAS

Para definir o delimitar cambio de acabados o en el encuentro entre muros y zócalos, elementos estructurales, o en los lugares indicados en el planos, se deberá construir bruñas; éstas son canales de sección rectangular de poca profundidad y espesor efectuados en el tarrajeo o revoque.

Se realizan cuando el mortero aún no ha fraguado .Con la ayuda de un aparejo especial tipo plancha, en el que se ha adherido en alto relieve una cinta con las dimensiones de la bruña y utilizando una regla para conservar la horizontalidad, se frota dicho aparejo empujando en el tarrajeo de manera tal que se perfile muy nítidamente el canal.

- REVESTIMIENTOS DE GRADAS Y ESCALERAS

El forjado de los pasos, contrapasos y descanso serán con mortero cemento-arena gruesa en proporción 1:4, y tendrán el nivel adecuado para recibir los revestimientos pre-terminados. En toda forma el forjado no será mayor de 1 1/2".

El terminado para los pasos y contrapasos con acabado de mortero (cemento-arena) se ejecutará con mezcla 1:5 y endurecedor, siguiendo las mismas especificaciones para pisos de cemento.

El revestimiento de las gradas se efectuará con los colores de los pisos adyacentes, a base de planchas de porcelanato con las mismas características de enchapado que los pisos.

Se ejecutarán después de terminados los cielos rasos, tarrajeo y colocados los marcos de las puertas, de manera que queden perfectamente limpios y sin defectos que perjudiquen la colocación del piso.

Se colocaran rodopasos que serán de 2" de ancho, con las características propias de este material, para evitar el riesgo de resbalar al bajar o subir las escaleras

- FALSO CIELORRASO DE PANELES

Comprende la colocación de paneles en una armazón suspendida del techo o de una estructura especial independiente del techo.

4.2.6. Pisos y Pavimentos

- CONTRAPISOS

El contrapiso, efectuado antes del piso final sirve de apoyo y base para alcanzar el nivel requerido, proporcionando la superficie regular y plana que se necesita especialmente para pisos pegados u otros.

- PISOS

Porcelanatos

Se empleará porcelanatos de 1.6 mm. de espesor. El material de imprimación, el pegamento y el líquido de limpieza serán del tipo que recomienda el fabricante, los que se utilizarán previa aprobación.

No se colocarán porcelanatos hasta que todos los trabajos de pintura se hayan culminado.

Los contrapisos deberán estar bien secos y se limpiarán previamente.

Cerámicos

Este será de color blanco humo, de 0,30 x 0,30 m.; colocados en los ambientes que se indica en los planos.

La superficie sobre la que se aplicarán los pisos de cerámico será de falso piso de 4" de espesor previamente construido y se asentarán éstas con mortero 1:4 y fraguadas las juntas de 1.5 a 2.0 mm. de separación entre cerámico y cerámico con mezcla de cemento blanco y marmolina en proporción 1:1. Se exigirá una correcta colocación de la cerámica, entendiéndose como tal al asentado total sobre el mortero, el alineamiento en ambos sentidos y el control de la nivelación del piso.

El fraguado se aplicará después de 72 horas de colocado, previa saturación de las juntas con agua limpia; luego se limpiará cuidadosamente las superficies hasta dejarlas libres de residuos de mezcla o suciedad.

- PISOS CONCRETO

El piso de concreto es similar al falso piso con la diferencia de que este recibirá un acabado que puede ser alisado, alisado y coloreados, alisado y bruñado, alisado coloreado y bruñado por lo que será diferenciada la partida en cada caso.

- SARDINELES

Sardinel es la faja de ladrillos, de concreto o piedra, que forma el borde de una vereda, pista, jardín, entre otros, pudiendo ser parte o independiente del piso.

- VEREDAS

Se ejecutarán en lo posible tan pronto se termine de hacer los sobrecimientos.

- PISTAS

Se aplicará una capa asfáltica.

4.2.7. Zócalos y Contrazócalos

- ZÓCALOS CERÁMICOS

Se ejecutarán en los ambientes indicados en los planos hasta las alturas diseñadas.

Las cerámicas serán de las siguientes características y medidas: de color blanco humo, 20 x 30 cm. de primera calidad. No llevarán esquineros, pero sí terminales con canto boleado.

Irán sobre el tarrajeo rayado de la pared previamente humedecida, se aplicará una base de mortero cemento-arena en proporción 1:3 o pegamento blanco flexible; sobre esta base debidamente nivelada se aplicará inmediatamente las piezas buscando su verticalidad en todo el plano.

No deberán quedar vacíos detrás de las cerámicas. Estas se colocarán sin amarres (tipo damero). Las juntas entre las cerámicas serán de 1/8" menos.

Después de colocadas las cerámicas en paños completos, y hayan transcurrido por lo menos 48 horas, se procederá al fraguado, para lo cual deben ser saturadas previamente con agua limpia, aplicando a presión el polvo de porcelana entre las juntas hasta llenar al ras; luego se limpiará cuidadosamente las superficies con esponja húmeda en sentido diagonal a las juntas.

- CONTRAZOCALOS DE PORCELANATO

Será de cerámicas tipo porcelanato, de 0.10 de altura, de color y textura uniforme que armonice con el piso. Las planchas se asentarán sobre el tarrajeo del muro, con pegamento blanco flexible.

No deben quedar vacíos debajo de las planchas para lograr un asiento completo, y evitar que con el uso pierdan su adherencia y se desprendan de su base.

No se aceptará la colocación de piezas rotas o rajadas; las juntas deberán quedar perfectamente alineadas; las planchas colocadas no deben presentar desnivel en los bordes.

Después de colocado el contrazócalo de porcelanato, se fraguarán las juntas con polvo de porcelana, debiendo quedar éstas completamente enrasadas.

4.2.8. Carpintería de Madera

Para la confección de la carpintería de madera y donde corresponda se usará cedro seleccionado.

- a. Debiendo presentar fibras rectas u oblicuas con dureza de suave medida.
- b. No tendrá defectos de estructura, madera tensionada comprimida, nudos grandes, etc.
- c. Podrá tener nudos sanos, duros y cerrados no mayores de 30 mm. de diámetro.
- d. Debe tener buen comportamiento al secado (Relación contracción tangencial/radial, menor de 2.0 mm.) sin torcimientos, etc.
- e. No se admitirá más de un nudo de 30 mm. de diámetro (o su equivalente en área) por cada medio metro de longitud del elemento, o un número mayor de nudos cuya área total sea mayor de un nudo de 30 mm. de diámetro.
- f. No se admitirá cavidades de resina mayores de 3 mm. de ancho por 200 mm. de largo en Pino Oregón y otras coníferas.

- g. La madera debe ser durable, resistente al ataque de hongos e insectos y aceptar fácilmente tratamientos con sustancias químicas a fin de aumentar su duración.
- h. Los elementos podrán tener hendiduras superficiales cuya longitud no sea mayor que el ancho de la pieza, exceptuándose las hendiduras propias del secado con las limitaciones antes anotadas.
- i. El contenido de humedad de la madera no deberá ser mayor que la humedad de equilibrio con el medio ambiente.

MARCOS PARA PUERTAS

- a. Las superficies de los elementos se entregarán limpias y planas, con uniones ensambladas nítidas y adecuadas.
 - b. Los astillados de cepillado no podrán tener más de 3 mm. de profundidad.
 - c. Las uniones serán mediante espigas pasantes y además llevará elementos de sujeción.
 - d. La carpintería deber ser colocada en blanco, perfectamente pulida y lijada para recibir posteriormente el tratamiento de pintura.
 - e. Se fijarán a los muros mediante tarugos o tacos.
 - f. Los marcos de las puertas se fijarán a la albañilería por intermedio de clavos a los tacos de madera alquitranada, los que deben de haber quedado convenientemente asegurados en el momento de ejecución de los muros.
 - g. Los marcos que van sobre el concreto sin revestir se fijarán mediante clavos de acero o disparados con herramienta especial.
- PUERTAS CONTRAPLACADAS

BASTIDORES

Los cercos no deberán tener un ancho inferior a 45 mm. medidos en la hoja terminada.

En ambos lados del cerco y a su mitad se colocarán listones o refuerzos adicionales de espesor igual al del cerco de 300 mm. de largo por 100 mm. de ancho a fin de ofrecer un asiento firme para la colocación de las chapas.

Los cercos y cabezales se unen entre sí en cada esquina mediante grapas corrugadas o conectores metálicos colocados sobre la cara y en el reverso.

Los cercos podrán ser empalmados de dos piezas como máximo unidas mediante grapas.

MATERIAL DE RELLENO

El relleno interior de la puerta podrá ser de cualquier material resistente a la polilla, capaz de formar una junta sólida con las caras y cuyo ancho sea idéntico al de los cercos y cabezales.

Pueden ser fabricados por cualquiera de los sistemas siguientes:

- Listonería de igual calidad que la especificada para los cercos y cabezales, con un espesor mínimo de 10 mm. cruzados a media madera y espaciados en tal forma que el área libre no sea mayor de 100 cm².
- Listones de madera con espesor mínimo de 15 mm. colocados horizontalmente con una separación máxima de 10 cm.
- Polietileno extendido anti-inflamante o similar (Tecnoport).
- La hoja armada deberá resistir un esfuerzo mínimo a rotura por compresión de 2 Kg/cm².

- El pegamento a usarse en la junta de los cercos y del alma del relleno con el triplay ser del tipo urea-formaldehído (A 70) o similar.

PLANCHA DE FORRO

Las tapas de las hojas serán de triplay del tipo "lupuna" resistente a la polilla, así como a la humedad; con una cara seleccionada; el espesor mínimo será de 6 mm.

Las hojas llevarán tapacantos en todo su perímetro. Estos serán de madera similar a la empleada en el marco de 1 cm. de espesor.

- PASAMANOS DE MADERA

Los pasamanos de madera serán de tablas compactas de 2"x 6", debidamente acabadas con bordes boleados, los correspondientes a las barandas irán anclados en parantes de tubos de fierro se sección cuadrada de 1 1/2", empotrados en las escaleras mediante soldadura al acero de la estructura.

4.2.9. Carpintería Metálica y Herrería

La soldadura a emplearse estará de acuerdo con las especificaciones dadas por el fabricante, tanto en profundidad, forma y longitud de aplicación. Una vez ejecutada, ésta debe ser esmerilada para que presente un acabado con superficie uniforme.

Los anclajes a emplearse para la fijación de la carpintería deben ser aprobados previamente en número, forma y dimensión por el Ingeniero Inspector.

Los elementos batientes deben estar perfectamente acoplados sin descuadres ni luces exageradas, llevarán sus respectivas manijas de bronce aseguradas debidamente.

Toda la carpintería se entregará en obra, presentando uniones perfectamente soldadas y pulidas con una mano de pintura

anticorrosiva una vez colocada en el sitio correspondiente, posteriormente se aplicará dos manos de pintura esmalte.

4.2.10. Cerrajería

Comprende este rubro, el suministro y colocación de los elementos y accesorios integrantes de la carpintería de madera y metálica, destinada a facilitar el movimiento de las hojas y dar la seguridad conveniente al cierre de ventanas, puertas, mamparas y elementos similares.

Toda la cerrajería será proporcionada y colocada por el Contratista.

Especificaciones.

- Cerraduras para Puertas Exteriores: Tipo "GOAL" o similar, de embutir, pestillo, cerrojo, perilla y llave a ambos lados.
- Cerraduras para Puertas Interiores: Tipo "GOAL" o similar, de embutir, pestillo, llave interior y perilla a ambos lados.
- Cerraduras para mamparas de cristal templado: Tipo "GOAL" o similar, de embutir, pestillo, llave interior y perilla a ambos lados.
- Cerraduras para Cortinas metálicas: Tipo "GOAL" o similar, de embutir, pestillo, llave interior y perilla a ambos lados.
- Cerraduras para Baños: Tipo "GOAL" o similar, de embutir, pestillo, seguro interior y perilla a ambos lados.
- Bisagras: Capuchinas aluminizadas, de 4" x 4" en puertas; capuchinas aluminizadas de 3" x 3" en puertas de cubículos de baños.
-

4.2.11. Pintura

De manera general, todas las superficies por pintar deberán estar bien secas y limpias al momento de recibir la pintura.

Los paramentos serán resanados, masillados y lijados hasta conseguir una superficie uniforme y pulida así como libre de partículas extrañas y grasas.

Los elementos de madera se limpiarán bien, removiéndose todo material o polvo adherido; luego se procederá al masillado y lijado, en caso necesario.

Los elementos de carpintería metálica deberán estar exentos de grasa, óxidos y escamas de laminación, debiendo ser lijados prolijamente antes de la aplicación de pintura anticorrosiva.

TIPOS DE PINTURA A USARSE

- Pintura tipo Supermate, Súper látex o similares. - En muros interiores, exteriores y cielos rasos, debiendo aplicarse una mano de imprimación a base de Wallfix o similar y dos manos de pintura como mínimo.
- La pintura deber resistir las más diversas condiciones climáticas, sin decolorarse por acción del tiempo y ser igualmente resistente a la alcalinidad que se encuentra en las superficies de concreto o ladrillo.
- Debe soportar el lavado con agua y jabón sin sufrir alteraciones en su acabado.
- Barniz.- En zócalos de madera; se aplicará puro sin adelgazar con aguarrás.
- Anticorrosivo.- En carpintería metálica; se usará pintura anticorrosiva a base de cromato de zinc tipo Rustop de Fast.

4.2.12. Vidrios

VIDRIOS EN SISTEMA NOVA

En esencia, el vidrio será una mezcla de dos silicatos como mínimo (silicato cálcico y silicatos de sodio o potasio, en el cristal el silicato de plomo), obtenido por fusión; contiene además magnesio, aluminio, óxido de hierro y de manganeso.

Básicamente se emplearán vidrios con contenido de cal y sodio, pues presentan mayor dureza, mejor brillo y mayor elasticidad, para resistir la acción del viento y los esfuerzos de flexión.

Los vidrios serán planos y polarizados, según los planos y que no deformen la imagen. Se colocarán mediante las características del Sistema Nova.

Vidrios Planos

Para los tipos de vidrios se aplicará la siguiente tabla:

- Vidrios semi-dobles, hasta 60 x 150 cm.
- Vidrios dobles, hasta 100 x 150 cm.

Se rechazarán los vidrios que no cumplan con las características y calidad establecidas.

CRISTALES TEMPLADOS

Se utilizará Cristales Templados en las mamparas de los puestos comerciales, mediante la sujeción de piezas de fierro aparentes a su fabricación y uso, en las medidas que se indican en los planos (cuadro de vanos), y en los análisis de costos correspondientes.

4.2.13. Aparatos sanitarios y grifería

- APARATOS SANITARIOS

Los aparatos serán de primera calidad, en ningún caso se admitirán defectos de fabricación o diseño que perjudiquen las características funcionales del aparato, siendo facultad del Ingeniero Inspector el rechazo de los artefactos

Los aparatos deberán ser capaces de recibir los líquidos y contenerlos sin derrames ni salpicaduras y hacer circular los desechos silenciosamente sin atoros

Las uniones y/o tapones deberán ser herméticos, no permitiéndose goteos o flujos lentos que no puedan ser registrados por los medidores; asimismo, se deberá proveer dispositivos adecuados para su fijación.

MATERIALES

Los aparatos sanitarios estarán constituidos de materiales duros, resistentes a la erosión del agua corriente y al ataque de ácidos comunes (muriático y úrico). Además, el material no será poroso y el acabado sera impermeable.

Los artefactos de losa vitrificada, fierro fundido y por extensión, los de acero a porcelanado y acero inoxidable deberán ceñirse a las normas ITINTEC.

Los aditamentos de los artefactos serán de bronce pesado, acero inoxidable, fierro cromado, debiendo resistir a la acción del agua, el desgaste por fricción y la corrosión

Los soportes podrán ser de fierro, albañilería o todo material apto, protegido de la humedad y adecuado a los dispositivos de fijación del aparato.

Las manijas, cadenas y sujetadores podrán ser de bronce cromado, fierro cromado o acero inoxidable. La grifería se ajustará a las normas indicadas en las referencias.

INSTALACIÓN

- Se colocarán aparatos sanitarios en los ambientes indicados en los planos.
 - Una vez realizada la instalación se revisará totalmente tratando de ubicar pérdidas de agua o atoros.
 - El estancamiento de diversos elementos y la existencia de flujos lentos puede determinarse con ayuda de colorantes.
 - Se asegurará los aparatos a los pisos o a la albañilería de acuerdo a los dispositivos o soportes que hayan sido previstos, convenientemente conectados a las salidas de agua y desagüe.
- ACCESORIOS SANITARIOS

Debe establecerse una diferencia entre el accesorio sanitario y el aditamento del artefacto sanitario, éste último se aplica al artefacto y ayuda a su colocación y funcionamiento o comodidad en su uso. El accesorio está ligado físicamente al artefacto pero se colocarán en el mismo ambiente para proporcionar comodidad al usuario y por motivos de higiene adicionales, tal es el caso de papeleras, jaboneras, ganchos para ropa, entre otros.

Los accesorios deberán ser de primera calidad, de losa vitrificada nacional, con superficie lisa y exenta de irregularidades y defectos como cavidades y burbujas. Se colocarán empotrados cuidándose que queden perfectamente colocados en la posición que indiquen los planos.

4.2.14. Varios

Comprende todos aquellos trabajos no mencionados específicamente en las normas y que por su naturaleza no pueden comprenderse en los conceptos de las demás partidas, por ellos la relación que se da es simplemente enumerativa y no limitativa.

Se mencionan especialmente trabajos de limpieza y de jardinería y en muchos de ellos la apreciación del costo es de carácter global.

- LIMPIEZA FINAL

Para la entrega final de obra, se realiza un trabajo completo de limpieza de pisos, zócalos, entre otros, es decir especialmente en obras de acabado, con personal numeroso que debe ejecutar labor en pocos días.

5. Evaluación económica - Financiera del proyecto

5.1. Análisis Económico del País y del Entorno del proyecto

5.1.1. Análisis de Mercado

Para la obtención de información ha sido necesario hacer participar a las personas de la comunidad a través de una encuesta que se levantó en el Distrito de Parcona.

Se realizaron dos tipos de encuestas que son: Una para los Usuarios, para conocer sus demandas y necesidades, ya que estos juegan un rol muy importantes como cliente.

La otra es para los Agentes (comerciante), ya que de estos depende el éxito del proyecto, por ser los que ocuparan las instalaciones y a la vez conocer sus demandas. Se realizaron 50 encuestas para usuarios y 50 para agentes. Esta evaluación es útil para determinar la aceptación y los flujos de ingresos monetarios que tendrá el proyecto.

Evaluación de información de Usuarios

La encuesta realizada para los usuarios, es una evaluación que tiene como objetivo recopilar información, para conocer su aceptación sobre el proyecto, si lo consideran necesario y que problemas o beneficios les ocasionaría.

La encuesta está compuesta por 6 interrogantes que se presentan a continuación, con los resultados (en porcentaje) obtenidos de la información proporcionada por las personas encuestadas.

(ver cuadro N°18 al cuadro N°23 y gráfico N°05 al gráfico N°10 en Anexos)

De acuerdo con estos resultados es notable la demanda que existe en el Distrito de Parcona de un centro comercial, y la aceptación que esta tendría por parte de los usuarios. Las personas encuestadas pertenecen a diferentes clases sociales.

Evaluación de los Comerciantes

La encuesta para los comerciantes, presentan algunas interrogantes iguales a las de los usuarios ya que se consideran fundamentales para ambas.

Lo que se pretende de esta información, es conocer la demanda actual del servicio que generara el proyecto. Además se busca determinar la oferta o producto que el proyecto estaría dispuestos a producir.

Así por medio de esta información se determinan si los comerciantes están dispuestos a adquirir un local comercial en este proyecto y conocer otras necesidades.

El objetivo de esta actividad es contar con un buen criterio y estimaciones exigentes y confiables, sobre lo que la población estaría dispuesta a pagar por el servicio.

La encuesta está compuesta por 7 interrogantes que se presentan a continuación, con los resultados (en porcentaje) que se obtuvieron de la información proporcionada por las personas encuestadas. 30% Área Céntrica, 45% Área Periférica 41%, Área de influencia 25%.

(ver cuadro N°24 al cuadro N°30 y gráfico N°11 al gráfico N°17 en Anexos)

Los resultados obtenidos de la información proporcionada por los agentes, indican que la idea del proyecto del centro comercial es aceptable para ellos. Además se obtuvieron datos específicos para conocer el mercado actual, y la localización que para estos sería el ideal.

El crecimiento comercial es notable porque las personas que ya cuentan con un comercio están dispuestas a abrir otro, de igual o diferente producto.

El régimen de renta es el más recomendable, porque se da la mezcla de negocios como se determina en el estudio de mercado.

Con los resultados adquiridos por las encuestas es notable la aceptación por parte de la población, del proyecto del centro comercial para el distrito.

Esto afirma que los comerciantes están dispuestos a adquirir el servicio que ofrecerá este proyecto y los usuarios en consumir la diversidad de productos que se ofrecerán en dichas instalaciones.

5.2. Análisis Financiero del proyecto

5.2.1. Evaluación de rentabilidad económica y/o social

En una economía de mercado el precio actúa como guía principal entre compradores y vendedores, permitiendo que a través de él se obtenga la información que asegure un determinado ordenamiento y genere los incentivos necesarios para que el mecanismo de mercado funcione correctamente. Este indica el precio al cual los bienes o servicios pueden ser adquiridos y vendidos en el mercado. Para que este mecanismo funcione se requiere que exista un mercado de competencia perfecta, de manera que ninguno pueda influir individualmente en los precios.

Las cuotas varían dependiendo de su localización, accesibilidad y moderna instalación.

Esto quiere decir que las personas estarían dispuestas a adquirir un espacio comercial del proyecto por una cuota más baja, que la que se paga en el mercado actual, pero este resultado podría variar cuando se empiece a dar la etapa del crecimiento.

Podemos decir que la etapa de crecimiento se ha iniciado en el momento en el que la mayoría de los inquilinos del centro comienzan a tener éxito en sus ventas y por consiguiente mejoran sus ingresos.

Los cambios que sufren los métodos y formas de vender, en especial en los de oferta y demanda, es debido a lo siguiente:

- Incremento de público que asiste regularmente a las tiendas.
- Disminución de espacios por el aumento de tiendas en un mismo techo.
- Incremento del autoservicio y del tránsito del público, entre otros.

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, se ha elaborado un análisis financiero usando el criterio del Valor Actual Neto (VAN).

Las variables utilizadas para este proyecto son las siguientes:

Inversión Inicial:

De acuerdo a los costos estimados para el proyecto, se tiene la siguiente tabla de costos de inversión para el proyecto:

ESTIMADO DE COSTOS GLOBALES						
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO x UNIDAD	TOTAL		
TERRENO	m2	48,177.98	S/.	100.00	S/.	4,817,798.00
				TOTAL	S/.	4,817,798.00
EDIFICACIONES						
Area techada	m2	20,315.55	S/.	1,000.00	S/.	20,315,550.00
				TOTAL	S/.	20,315,550.00
EQUIPAMIENTO						
Coficiente Estimado	%	12%			S/.	2,437,866.00
				TOTAL	S/.	2,437,866.00
OBRAS DE HABILITACION URBANA						
Coficiente Estimado	%	15%			S/.	3,047,332.50
				TOTAL	S/.	3,047,332.50
COSTO GLOBAL TOTAL					S/.	30,618,546.50

Ingresos:

Se han considerado Ingresos los alquileres de los locales comerciales, además de una comisión por ventas anuales del 3% sobre la utilidad; esta utilidad se ha estimado en forma proporcional (20%) a las ventas del centro comercial "El Quinde", las cuales ascienden a más de 350 millones de soles al año, por lo que se considerarán 70 millones de soles con un crecimiento periódico del volumen de ventas (15% cada 3 años) (Fuente: Diario Gestión).

INGRESOS			
	# LOCALES	AREA TOTAL	ALQUILER X AÑO
TIPO A	211	1899	S/. 1,772,400.00
TIPO B	87	1566	S/. 939,600.00
TIPO C	4	144	S/. 57,600.00
TIPO D	2	108	S/. 33,600.00
AGENCIA BANCARIA 1	2	350	S/. 288,000.00
AGENCIA BANCARIA 2	1	220	S/. 168,000.00
FARMACIA 1	2	180	S/. 120,000.00
FARMACIA 2	1	120	S/. 72,000.00
OPTICA	1	120	S/. 48,000.00
ARTICULOS ELECTRONICOS	1	250	S/. 96,000.00
JUGUETERIA	2	780	S/. 144,000.00
STANDS DE VENTA	6	24	S/. 36,000.00
SUPERMERCADO	1	1475	S/. 360,000.00
RESTAURANTE	2	1074	S/. 108,000.00
CAFETERIA	2	350	S/. 72,000.00
COMIDA RAPIDA	15	540	S/. 864,000.00
ENTRETENIMIENTO	1	945	S/. 72,000.00
			S/. 5,251,200.00

	COMISION	AÑO 1 A 3	AÑO 4 A 6	AÑO 7 A 10	
VENTAS ANUALES ESTIMADAS	70,000,000.00	3%	S/. 2,100,000.00	S/. 2,415,000.00	S/. 2,777,250.00
TOTAL INGRESOS			S/. 7,351,200.00	S/. 7,666,200.00	S/. 8,028,450.00

Egresos y Gastos:

Se han considerado costos operativos (crecimiento del 18% cada 3 años) y de personal (aumento de salarios proporcionales cada 3 años).

	CANTIDAD	SUELDOS	AÑO 1 - 3	AÑO 4 - 6	AÑO 7 - 9
PLANILLA					
ADMINISTRADORES	2	S/. 3,000.00	S/. 42,000.00	S/. 50,400.00	S/. 60,480.00
CONTADORES	4	S/. 1,800.00	S/. 25,200.00	S/. 30,240.00	S/. 36,288.00
ASISTENTES	4	S/. 1,000.00	S/. 14,000.00	S/. 16,800.00	S/. 20,160.00
SECRETARIAS	2	S/. 850.00	S/. 11,900.00	S/. 14,280.00	S/. 17,136.00
RECEPCIONISTAS	6	S/. 850.00	S/. 11,900.00	S/. 14,280.00	S/. 17,136.00
ATENCION AL CLIENTE	10	S/. 850.00	S/. 11,900.00	S/. 14,280.00	S/. 17,136.00
		COSTO TOTAL	S/. 116,900.00	S/. 140,280.00	S/. 168,336.00

	MENSUAL	AÑO 1 - 3	AÑO 4 - 6	AÑO 7 - 10
COSTOS OPERATIVOS				
ELECTRICIDAD	S/. 50,000.00	S/. 600,000.00	S/. 708,000.00	S/. 835,440.00
AGUA	S/. 24,000.00	S/. 288,000.00	S/. 339,840.00	S/. 401,011.20
TELEFONIA	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00	S/. 21,240.00	S/. 25,063.20
MANTENIMIENTO	S/. 10,000.00	S/. 120,000.00	S/. 141,600.00	S/. 167,088.00
LIMPIEZA	S/. 10,000.00	S/. 120,000.00	S/. 141,600.00	S/. 167,088.00
SEGURIDAD	S/. 10,000.00	S/. 120,000.00	S/. 141,600.00	S/. 167,088.00
PUBLICIDAD	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00	S/. 14,160.00	S/. 16,708.80
		COSTO TOTAL	S/. 1,278,000.00	S/. 1,508,040.00

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
PLANILLA	S/. 116,900.00	S/. 116,900.00	S/. 116,900.00	S/. 140,280.00	S/. 140,280.00	S/. 140,280.00	S/. 168,336.00	S/. 168,336.00	S/. 168,336.00	S/. 168,336.00
COSTOS OPERATIVOS	S/. 1,278,000.00	S/. 1,278,000.00	S/. 1,278,000.00	S/. 1,508,040.00	S/. 1,508,040.00	S/. 1,508,040.00	S/. 1,779,487.20	S/. 1,779,487.20	S/. 1,779,487.20	S/. 1,779,487.20
COSTOS TOTALES	S/. 1,394,900.00	S/. 1,394,900.00	S/. 1,394,900.00	S/. 1,648,320.00	S/. 1,648,320.00	S/. 1,648,320.00	S/. 1,947,823.20	S/. 1,947,823.20	S/. 1,947,823.20	S/. 1,947,823.20

5.2.2. Alternativas de Financiación y/o Apalancamiento

Como alternativa de financiamiento, la Asociación de Comerciantes decide solicitar un préstamo a una entidad financiera, la cual asciende al 70% del costo total de inversión.

Este préstamo deberá ser amortizado en pagos anuales durante 8 años al 9% anual.

INVERSION TOTAL	S/. 30,618,546.50
ASOCIACION	S/. 9,185,563.95

PRESTAMO	# cuotas anuales	tasa anual
-21,432,982.55	8	9%

VALOR DE CUOTA	S/. 3,872,390.79
-----------------------	------------------

AÑO	SALDO ADEUDADO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION
1	S/. 21,432,982.55	S/. 3,872,390.79	S/. 1,928,968.43	S/. 1,943,422.36
2	S/. 19,489,560.19	S/. 3,872,390.79	S/. 1,754,060.42	S/. 2,118,330.37
3	S/. 17,371,229.82	S/. 3,872,390.79	S/. 1,563,410.68	S/. 2,308,980.10
4	S/. 15,062,249.72	S/. 3,872,390.79	S/. 1,355,602.47	S/. 2,516,788.31
5	S/. 12,545,461.41	S/. 3,872,390.79	S/. 1,129,091.53	S/. 2,743,299.26
6	S/. 9,802,162.14	S/. 3,872,390.79	S/. 882,194.59	S/. 2,990,196.19
7	S/. 6,811,965.95	S/. 3,872,390.79	S/. 613,076.94	S/. 3,259,313.85
8	S/. 3,552,652.10	S/. 3,872,390.79	S/. 319,738.69	S/. 3,552,652.10

Luego de definir el financiamiento, se realizan los cálculos de rentabilidad como se muestra en la siguiente tabla:

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS PROYECTADOS	7,351,200.00	7,351,200.00	7,351,200.00	7,351,200.00	7,666,200.00	7,666,200.00	7,666,200.00	8,028,450.00	8,028,450.00	8,028,450.00	8,028,450.00
GASTOS ESTIMADOS	-1,394,900.00	-1,394,900.00	-1,394,900.00	-1,394,900.00	-1,648,320.00	-1,648,320.00	-1,648,320.00	-1,947,823.20	-1,947,823.20	-1,947,823.20	-1,947,823.20
INTERESES	-1,928,968.43	-1,754,060.42	-1,563,410.68	-1,355,602.47	-882,194.59	-613,076.94	-319,738.69				
DEPRECIACION	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85	-2,580,074.85
UTILIDAD	1,447,256.72	1,622,164.73	1,812,814.47	2,082,202.68	2,308,713.62	2,555,610.56	2,887,475.01	3,180,813.26	3,180,813.26	3,500,551.95	3,500,551.95
IMPUESTO	-434,177.02	-486,649.42	-543,844.34	-624,660.80	-692,614.09	-766,683.17	-866,242.50	-954,243.98	-1,050,165.59	-1,050,165.59	-1,050,165.59
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	1,013,079.70	1,135,515.31	1,268,970.13	1,457,541.87	1,616,099.54	1,788,927.39	2,021,232.51	2,226,569.28	2,226,569.28	2,450,386.37	2,450,386.37
DEPRECIACION	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85	2,580,074.85
AMORTIZACION	-1,943,422.36	-2,118,330.37	-2,308,980.10	-2,516,788.31	-2,743,299.26	-2,990,196.19	-3,259,313.85				
INVERSION INICIAL	-30,618,546.50										
PRESTAMO	21,432,982.55										
FLUJO DE CAJA	-9,185,563.95	1,649,732.20	1,597,259.79	1,540,064.87	1,520,828.41	1,452,875.13	1,378,806.05	1,341,993.51	1,253,992.03	5,030,461.22	5,030,461.22
TASA											8%
VAN											S/. 4,216,543.31

De las tablas se concluye que el proyecto solicitado, ES VIABLE.

Los rubros percibidos por parte del servicio que prestará el proyecto, mejorará los ingresos económicos de la población. Además se obtuvo la información para poder seguir con el estudio de dicho proyecto, y conocer más aspectos para hacerlo viable de manera general.

CAPITULO V: INTERPRETACION DE RESULTADOS Y BALANCE DE LECCIONES APRENDIDAS

1. Interpretación de resultados del proceso

1.1.- Balance de resultados esperados y resultados obtenidos

RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS OBTENIDOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar locales comerciales más competitivos. ✓ Locales comerciales de conjunto que facilitaran el control y promuevan la transparencia y la vigencia e higiene de los productos. ✓ Construir un local comercial de envergadura en el Distrito de Parcona ✓ Locales comerciales que disponga de plazas de estacionamiento. ✓ Locales comerciales que dispongan de vías públicas adecuadas, con estacionamiento público y que tengan capacidad para atender la carga vehicular prevista. ✓ Locales para comerciantes minoristas que incluyan servicios complementarios de recreación e interacción social. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Centro Comercial va ofrecer un servicio de comercialización de productos de primera necesidad seguro, adecuado y sostenible. ✓ El mejoramiento de los sistemas de control de calidad de los productos que se ofertarán beneficiará a la sociedad en su conjunto. ✓ La creación de los locales comerciales en el distrito de Parcona va generar una mejoría en los precios de venta. ✓ Las disposiciones de plazas de estacionamiento vehicular brindaran seguridad y mejor trato al comprador, evitando el congestionamiento vehicular en las calles aledañas. ✓ La creación de los locales comerciales ubicados en una zona abastecidas por un sistema vial adecuado posibilitará que

<p>✓ Proporcionar por intermedio de una entidad competente la creación de un local comercial de envergadura adecuado, competitivo y sostenible.</p>	<p>dichos locales se integren al contexto urbano del área de influencia de Parcona.</p> <p>✓ La disposición de servicios complementarios de recreación e interacción social incursionará en el contexto urbano del área de influencia de Parcona generando servicios comerciales de calidad y precios convenientes-</p> <p>✓ La creación de un local comercial de envergadura, adecuado, competitivo y sostenible.</p>
---	--

1.2.- Conclusiones

- ✓ El presente proyecto fue elaborado en base a las necesidades del Distrito de Parcona y su área de influencia. La creación de este centro comercial permitirá albergar gran variedad de comercios en forma ordenada, ya que su capacidad es la ideal de acuerdo a los estudios realizados oferta - demanda.
- ✓ Los resultados de la evaluación arrojan una alta rentabilidad del proyecto tanto a precios de mercado como a precios sociales.
- ✓ Este estudio define el crecimiento del comercio en el Distrito de Parcona por lo que servirá como una alternativa para la solución del problema comercial y como fortalecimiento económico de dicha municipalidad. El diseño es funcional, la volumetría es el resultado de la integración de los espacios y ambientes del edificio.
- ✓ Se espera que el proyecto motive a los otros distritos de la provincia de Ica para que repliquen iniciativas comerciales aprovechando sus potencialidades.
- ✓ Es alta la probabilidad de que el proyecto incremente la demanda de servicios comerciales y recreativos en la provincia de Ica.

2. Balance de lecciones aprendidas del proceso

2.1.- Lecciones aprendidas

- ✓ Evaluación y análisis para ejecución de proyectos.
- ✓ Estudios de mercado.
- ✓ Identificación de factores de éxito en proyectos de Centros Comerciales.
- ✓ Análisis y estudio del comercio formal e informal.

2.2.- Recomendaciones

- ✓ El proyecto debe ser estudiado y analizado por la entidad ejecutora para asegurar su financiamiento.
- ✓ Para la ejecución se deben cumplir con las especificaciones indicadas en los planos.
- ✓ Se debe realizar coordinaciones necesarias con las entidades prestadoras de servicios, para asegurar su ejecución y larga vida útil.
- ✓ Es recomendable hacer uso adecuado del proyecto que se presentó en el trabajo de investigación, para satisfacer las necesidades de la población.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Bibliografía

- Municipalidad provincial de Ica: Plan Director
Municipalidad Distrital de Parcona: Plan Distrital, catastro urbano.
Servicios de agua, desagüe, mapa de peligros
- Reglamento Nacional de Edificaciones
- La Cuestión Urbana, Manuel Castell,
- INEI - BOLETIN ESTADISTICO, 2008-2009
- INEI – CENSO 2007
- INDECI
- The Word's Greatest Architecture – Past & Present, D. M. Field
- Revista Arkinka
- Revista Costos

2. Webgrafia

- INEI PERU – Instituto Nacional de Estadística e Informática
- Municipalidad Provincial de Ica

3. Otras Fuentes

- LA ARQUITECTURA PLAZOLA. Tomo 3
- Ernest Neufert. ARTE DE PROYECTAR EN ARQUITECTURA G.
Gili, S.A. de C.V

ANEXOS

1. Cuadros y gráficos

Evaluación de información de Usuarios

a) ¿Cree usted que es necesario un centro comercial en el Distrito de Parcona?

Si	No
64%	6%

Cuadro N°18

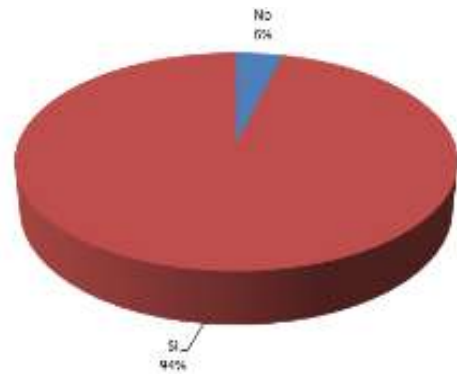


Gráfico N°05

b) ¿Por qué?

a) Es un Distrito Grande	22%
b) Para compras cómodas	36%
c) Para no ir a otros lugares	10%
d) Contar con infraestructura moderna	14%
e) Mejorar la imagen urbana	14%
No sabe	4%

Cuadro N°19

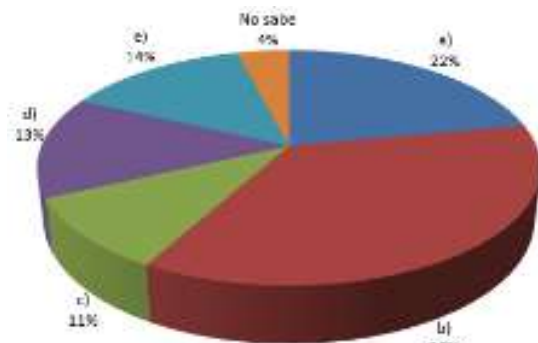


Gráfico N°06

c) ¿Qué tipo de servicios le gustaría que hubiera en el centro comercial?

Zona Recreativa	16%
Todo	80%
No sabe	4%

Cuadro N°20

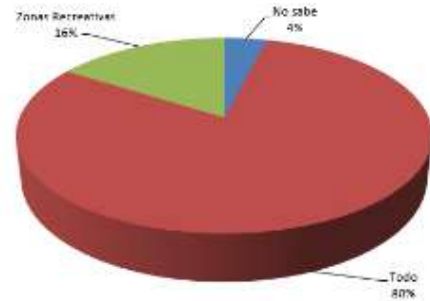


Gráfico N°07

d) ¿Qué productos de mercadería le gustaría encontrar en el centro comercial?

Todo	86%
No sabe	12%
Otros	2%

Cuadro N°21

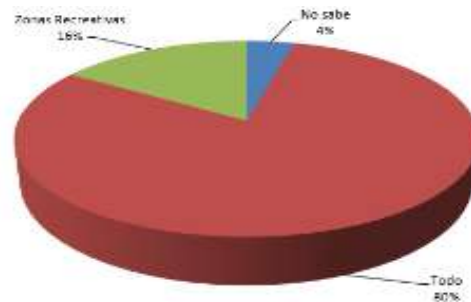


Gráfico N°08

e) ¿Qué beneficios cree que tendrá este proyecto?

Comercio	30%
Empleo	28%
Mejor Imagen	26%
Economía	10%
No sabe	6%

Cuadro N°22

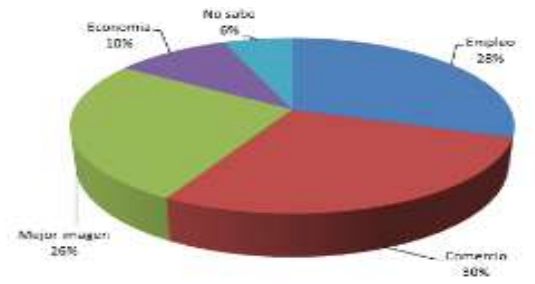


Gráfico N°09

f) ¿Qué problemas cree que se darán con este proyecto?

Ninguno	36%
No sabe	24%
Competencia	20%
Congestionamiento	12%
Contaminacion	8%

Cuadro N°23

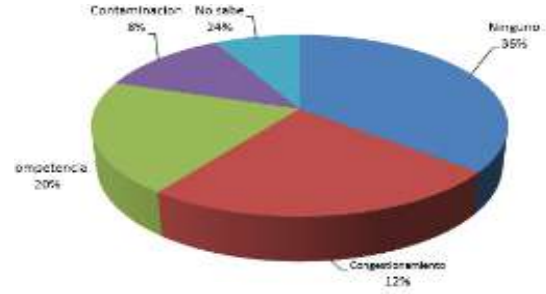


Gráfico N°10

Evaluación de los Comerciantes

- a) ¿Considera Ud. que sería bueno crear un centro comercial en el Distrito de Parcona?

Si	No
96%	4%

Cuadro N°24

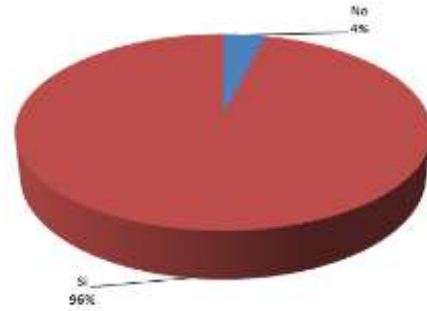


Gráfico N°11

- b) ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado?

Area Centrica	46%
Area Periferica	40%
Fuera del Distrito	14%

Cuadro N°25

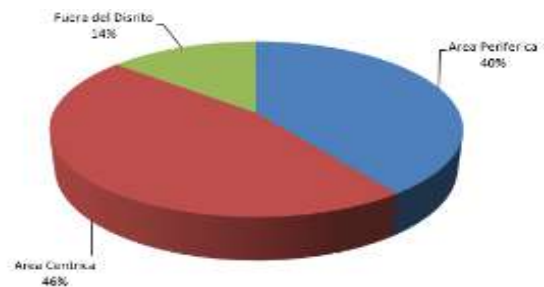


Gráfico N°12

- c) ¿Por qué?

a) Menos Congestionamiento	18%
b) Mejores Ventas	36%
c) Mejor Accesibilidad	18%
d) Por conglomeracion comercial	10%
e) Menos competencia	16%
f) Otros	0%
No sabe	2%

Cuadro N°26

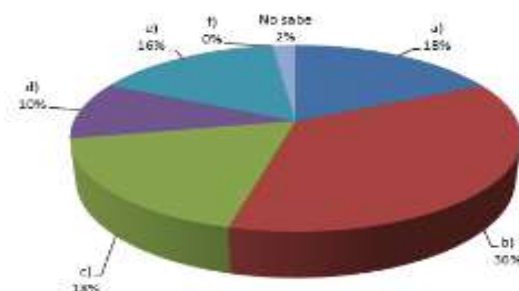


Gráfico N°13

d) Debido a la comodidad y espacios apropiados ¿le gustaría adquirir un local para establecer un negocio en este centro comercial?

Si	No
86%	14%

Cuadro N°27

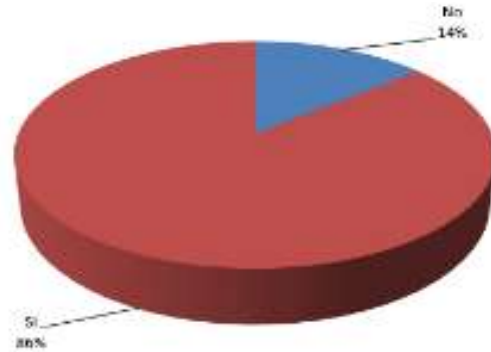


Gráfico N°14

e) ¿Qué negocio o comercio pondría en el local al adquirirlo?

Varios	18%
Ropa	20%
Zapatería	16%
Farmacia	14%
Articulos para el hogar	10%
Articulos de belleza	10%
Heladería	6%
No sabe	6%

Cuadro N°28

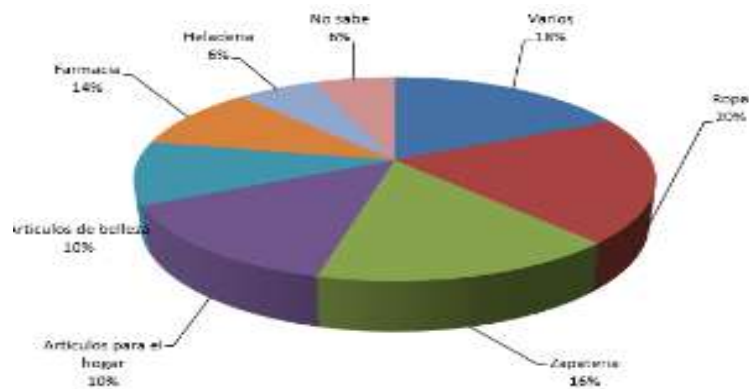


Gráfico N°15

f) ¿Con que dimensión le gustaría el local?

60 m2	46%
100 m2	24%
30 m2	14%
150 m2	8%
Más de 150 m2	8%

Cuadro N°29

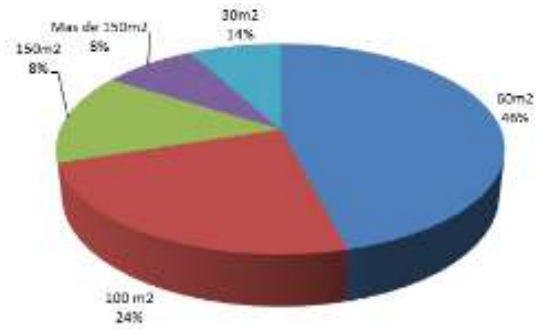


Gráfico N°16

g) ¿Cuánto paga actualmente de alquiler en su local?

Propio	44%
S/.800 - 850	26%
S/.700 - 800	8%
S/.650 - 700	16%
S/.900 - 1000	6%

Cuadro N°30

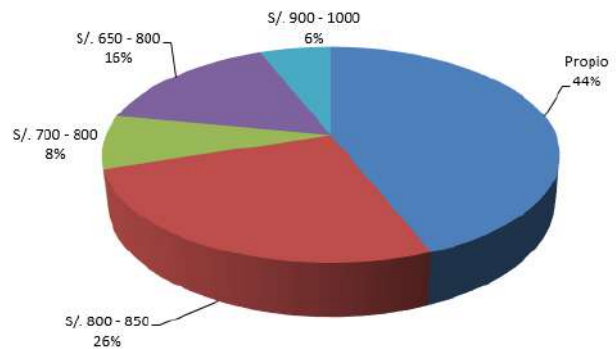


Gráfico N°17