



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

CENTRO COMERCIAL SAN LUIS FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad de los requisitos establecidos para optar por el título de Arquitecta

Profesor Guía

MDA. Bernardo Roberto Bustamante Patiño

Autora

Natalia Lorena Marín Pazmiño

Año

2017

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Bernardo Roberto Bustamante Patiño

Arquitecto, MDA

C.I : 1706767801

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Pablo Mateo Granja Mendoza

Arquitecto, MDA

C.I : 1719655068

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original de mi autoría, que se han citado las citas correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

---

Natalia Lorena Marín Pazmiño

C.I : 1724077167

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios y a mi familia por ser la mejor parte de mi vida, el apoyo y fortaleza que necesito para seguir adelante.

A una de las personas que más admiro en este mundo, mi tío Galo por enseñarme el valor de la vida, fortaleza, porque siempre creyó en mí y tuve su ayuda incondicional.

Mis grandes amigos Camilo, Stephano, Eri, Pauli, Sharon, Diego, Roxanne, David y Stefy, por su ayuda, sus oraciones, apoyo incondicional y por jamás dejarme sola.

Un especial agradecimiento a mis profesores: Arq. Bernardo Bustamante, Arq. Juan Toledo y Arq. Daniela Loaiza, por su increíble ayuda incondicional en este final del comienzo de mi vida profesional y a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de las Américas por mi formación profesional.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo y cada uno de mis triunfos a mis pilares, mi padre, madre, hermanos y sobrinos por ser mi apoyo, fortaleza y mi razón de vivir.

Mis tías y tíos, Paty, Gloria, Galo, Alejandro, Pablo por apoyarme en cada paso, por cada palabra de aliento, por su interés, sus llamadas de ánimo y por quererme como su hija. Mis primos colegas, a quienes amo tanto Pablo Isaac y Juan Ramón por estar a mi lado, por su ayuda y consejos; a Daniel por cuidarme como su hermana.

Y sin duda, a mi ángel y ejemplo de mujer guerrera que desde el cielo celebra cada uno de mis triunfos.

## RESUMEN

En base al análisis realizado en el Taller ARO-960 y gracias a los datos de estudios de vulnerabilidad dentro del Distrito Metropolitano de Quito del IGM (Instituto Geográfico Militar), se constató que la actual infraestructura del Centro Comercial San Luis, ubicado en San Rafael - Valle de los Chillos, se encuentra en zona de riesgo por lahares del volcán Cotopaxi, el cual se encuentra actualmente activo. El análisis apunta que el Centro Comercial debe ser relocalizado en una zona alejada de riesgo para evitar que los usuarios que visitan el equipamiento se encuentren expuestos.

La propuesta de la nueva localidad del Centro Comercial San Luis es en Fajardo – Valle de los Chillos a pocos kilómetros de San Rafael.

El nuevo equipamiento dispondrá de un elemento olvidado dentro de los Centros Comerciales de nuestro país, “espacio público”. La infraestructura dará un cambio de tipología para poder aportar de mejor manera a la ciudad, abriendo sus espacios hacia el entorno, logrando relacionar la actividad comercial con actividades realizadas en espacios públicos.

El Centro Comercial funcionará como un revitalizador de áreas urbanas, modificando el carácter del comercio y reorganizando la ciudad de acuerdo a sus necesidades, dando beneficio a espacios aledaños y a los asentamientos futuros dentro del sector.

## **ABSTRACT**

Based on the analysis made at the ARO-960 workshop and thanks to the studies of vulnerability within the Metropolitan District of Quito of the IGM (Instituto Geográfico Militar), they were able to verify that the current infrastructure of the San Luis Mall, located in San Rafael-Valle de Los Chillos, is located in a risk zone because of the lahars of the Cotopaxi Volcano, which is currently active. This analysis shows that San Luis Mall must be relocated to a risk free zone to avoid exposure of the clients whom visit its facilities.

The proposal to the new location of the San Luis Mall is in Fajardo - Valle de Los Chillos, few kilometers away from San Rafael.

The new equipment will have a forgotten element in our country's malls, "Public Space". The infrastructure will be different than any other kind of mall, so that it can be more beneficial for the city, by opening the surrounding areas to the environment, engaging commerce with activities performed on public spaces.

The mall will revitalize urban areas, modifying the way commerce works and reorganizing the city according to its needs, benefitting nearby spaces, and future settlements within the area.

## ÍNDICE

1. CAPÍTULO I. Antecedentes e introducción.....	1
1.1 Introducción al tema .....	1
1.2. Fundamentación y justificación.....	2
1.2.2.1 Primer Óptica .....	3
1.2.2.2 Segunda Óptica.....	3
1.2.2.3 Tercera Óptica.....	3
1.3. Objetivo general .....	4
1.4. Objetivos específicos .....	4
1.5. Alcances y delimitación .....	4
1.6. Metodología .....	5
1.6.1. Fase introductoria .....	5
1.6.2. Fase analítica.....	5
1.6.3. Fase conceptual.....	5
1.6.4. Fase propositiva.....	5
1.7. Situación en el Campo Investigativo .....	5
1.8. Cronograma de actividades.....	6
2. CAPITULO II. Fase analítica.....	7
2.0 Introducción al Capítulo .....	7
2.1 Antecedentes Históricos .....	7
2.1.1. Tipologías de Centros Comerciales .....	7
2.1.1.1 Centro Comercial de barrio .....	7
2.1.1.2 Centro Comercial de comunidad .....	7

2.1.1.3 Centro Comercial regional.....	7
2.1.2. Análisis histórico de Inicios de pasajes comerciales a nivel Nacional e Internacional .....	9
2.1.3. Análisis histórico de Centros Comerciales en la Ciudad de Quito .....	10
2.2. Análisis de Parámetros teóricos de análisis.....	11
2.1.1 Urbanos .....	11
2.2.1.1. Espacio Público .....	11
2.2.1.2. Áreas verdes.....	11
2.2.1.3. Plazas .....	11
2.2.1.4. Materialidad .....	11
2.2.1.5. Accesibilidad .....	11
2.2.1.6. Movilidad.....	12
2.2.1.7. Relación con el contexto inmediato.....	12
2.2.1.8. Proporción.....	12
2.2.1.9. Escala .....	12
2.2.1.10 Uso de suelo.....	12
2.2.1.10. Topografía.....	12
2.2.2 Arquitectónicos .....	12
2.2.2.1 Formales.....	13
2.2.2.2 Funcionales.....	13
2.2.2.3 Regulatorios/ Normativos .....	14
2.2.3 Parámetros Asesorías .....	14
2.2.3.1 Tecnológicos.....	14
2.2.3.2 Sustentabilidad y Medioambientales.....	14
2.2.3.3 Estructurales.....	15
2.3 Análisis de casos.....	16
2.3.1. Análisis individual de casos.....	16

2.3.2. Urbanos y Arquitectónicos .....	16
2.3.2.1. Centro Comercial Glories .....	17
2.3.2.2. L'illa diagonal.....	18
2.3.2.3. Parque Arauco .....	19
2.3.2.4. San Luis Shopping .....	20
2.3.2.5. Quicentro Shopping.....	21
2.3.3 Análisis comparativo de casos .....	22
2.4 Análisis Situación Actual del sitio y su Entorno Urbano.....	23
2.4.1 Ubicación de la zona de estudio .....	23
2.4.1. Centros y Centralidades.....	24
2.4.2. Movilidad.....	25
2.4.4. Trazado .....	27
2.4.5. Uso de suelo .....	28
2.4.6. Forma de ocupación .....	29
2.4.8. Equipamientos .....	31
2.4.9. Áreas verdes .....	32
2.4.10. Asoleamiento .....	33
2.4.11. Vientos .....	33
2.4.12. Hidrología.....	33
2.5 Conclusiones Fase Analítica: en función de todos los parámetros de análisis .....	34
3. CAPÍTULO III. Fase conceptual .....	35
3.0. Introducción al Capítulo.....	35
3.1. Determinación teorías conceptuales .....	35
3.1.1. Urbanos.....	35
3.1.1.1 Simetría.....	35

3.1.1.2. Hibridación.....	35
3.1.2. Arquitectónicas.....	35
3.1.2.1. Transcripción.....	35
3.1.2.2. Jerarquía urbana.....	35
3.2. Concepto.....	35
3.2.1. Concepto Urbano.....	35
3.2.2. Concepto arquitectónico.....	35
3.3. Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio (estrategias de diseño).....	37
3.4. Definición de programa arquitectónico.....	38
3.5. Conclusiones del capítulo.....	41
4. CAPÍTULO IV. Fase propositiva.....	42
4.0. Introducción al Capítulo.....	42
4.1. Partido arquitectónico.....	42
4.2. Alternativas de plan masa.....	43
4.3. Desarrollo del proyecto.....	44
5. Conclusiones y recomendaciones.....	48
5.1. Conclusiones.....	48
5.2. Recomendaciones.....	48
6. Referencias.....	49
7. Anexos.....	50

## ÍNDICE DE PLANOS

1. Implantación.....	ARQ-01
2. Planta N:0.00 .....	ARQ-02
3. Acercamiento Planta N:0 .00 .....	ARQ-03
4. Acercamiento Planta N:0.00 .....	ARQ-04
5. Planta N: +4.50 .....	ARQ-05
6. Acercamiento Planta N: +4.50 .....	ARQ-06
7. Acercamiento Planta N: +4.50 .....	ARQ-07
8. Planta N: +9.00 .....	ARQ-08
9. Acercamiento Planta N: +9.00 .....	ARQ-09
10. Acercamiento Planta N: +9.00 .....	ARQ-10
11. Planta N: -4.50.....	ARQ-11
12. Acercamiento Planta N: -4.50.....	ARQ-12
13. Acercamiento Planta N: -4.50.....	ARQ-13
14. Planta tipo – parqueadero N: -9.00.....	ARQ-14
15. Planta Parqueadero -22.50.....	ARQ-15
16. Fachadas Norte y Sur.....	ARQ-16
17. Fachadas Este y Oeste .....	ARQ-17
18. Fachadas Interiores Este y Oeste.....	ARQ-18
19. Sección A-A' .....	ARQ-19
20. Sección B-B' .....	ARQ-20
21. Sección C-C' .....	ARQ-21
22. Sección 1-1' .....	ARQ-22
23. Perspectiva 1 .....	ARQ-23
24. Perspectiva 2.....	ARQ-24

25.	Perspectiva 3 .....	ARQ-25
26.	Perspectiva 4 .....	ARQ-26
27.	Perspectiva 5 .....	ARQ-27
28.	Perspectiva 6 .....	ARQ-28
29.	Perspectiva 7 .....	ARQ-29
30.	Perspectiva 8 .....	ARQ-30
31.	Materialidad del proyecto.....	TEC-01
32.	Detalles Constructivos .....	TEC-02
33.	Detalles Constructivos .....	TEC-03
34.	Detalles Constructivos .....	TEC-04
35.	Detalles Constructivos .....	TEC-05
36.	Detalles Constructivos .....	TEC-06
37.	Detalles Constructivos .....	TEC-07
38.	Objetivos y estrategias medio ambientales.....	MED-01
39.	Objetivos y estrategias medio ambientales.....	MED-02
40.	Tipos de vegetación.....	MED-03
41.	Confort – Ingreso de luz .....	MED-04
42.	Detalle de cubierta verde .....	MED-05
43.	Planta – Corte isóptica.....	MED-06
44.	Planta – Corte acústica.....	MED-07
45.	Ejes – Estructura .....	EST-01
46.	Planta de cimentación cine .....	EST-02
47.	Planta de cimentación .....	EST-03
48.	Detalle de cimentación .....	EST-04
49.	Estructura 3D.....	EST-05

# 1. CAPÍTULO I. Antecedentes e introducción

## 1.1 Introducción al tema

El Congreso Nacional a inicios de la década de los noventa, aprobó la creación del Distrito Metropolitano de Quito. A partir de esta creación se dio paso a la toma de decisiones por parte del Municipio en torno a su estructura organizacional y las formas que se adoptarán para la organización del territorio. En ese contexto, la Alcaldía a través de las ordenanzas 2953 y 2955 de 1992 desfragmentó su territorio en el área de administración, conformando así a ocho Administraciones Zonales las cuales son: Manuela Sáenz (zona centro), Eugenio Espejo (zona norte), La Delicia, Quitumbe, Eloy Alfaro, Tumbaco, Calderón y Los Chillos. Lo que se pretendía era desconcentrar los servicios existentes en las zonas, pero sobre todo se proyectaba administrar de una manera diferente el territorio, asegurando distintas maneras de atención y participación conjunta de la mayoría de sus habitantes. Lastimosamente, la desconcentración de estos servicios no logró ser la solución a las problemáticas a las que se apuntaba para que Administración Zonal pudiera sobrepasar el nivel de organización que tenía anteriormente y tampoco logró redistribuir de manera equitativa y pertinente a las infraestructuras urbanas que mantenían su concentración en el Híper-centro de la urbe.

Sin duda alguna, este fenómeno fue resultado la despreocupación por parte de la Administración Zonal al no dar respuestas inmediatas a la ciudadanía sobre asuntos superficiales que de una u otra manera han estado agobiando a los barrios de Quito. La siguiente explicación

apuntaría a que no se realizó una activación de un plan de manera integral, que logren dar los lineamientos necesarios de cómo se debe originar centralidades en cada una de las zonas que pertenecen a esta administración. Son por estas razones que se podría decir que únicamente las Administraciones Zonales que se vinculan territorialmente con la centralidad urbana y tenían un alto grado de consolidación urbana (Administración Zona Norte y la Administración Zona Centro), tuvieron una adecuada dotación de servicios, infraestructura y equipamientos (MDMQ, 2012: 17).

En las Administraciones de Augusto Barrera que ejerció el poder desde el año 2009 al año 2014, al igual que la administración de Mauricio Rodas desde 2014 hasta el año 2019, se decretaron planes para la estructuración y fortalecimiento de centralidades urbanas en las ocho Administraciones Zonales. Dentro de iniciativa, Mauricio Rodas tomó la decisión de que la Facultad de Arquitectura de las Universidades de la ciudad pueda participar en esta nueva estructuración. Es por esta razón que la Universidad de las Américas (UDLA) toma la responsabilidad de conceptualizar y estructurar una nueva centralidad localizada en la Administración Zonal los Chillos y el Municipio de Rumiñahui, creando un sistema que forme parte de centros urbanos del Distrito Metropolitano de Quito.

La nueva centralidad de Los Chillos estaría influenciada por Municipio de Sangolquí. El cual es un elemento que dinamiza los flujos económicos del sector y genera varios puntos de centralidad de este Municipio, es su Mercado que se erige como el principal centro de abastecimiento para las poblaciones de Sangolquí y Los Chillos. Los otros puntos que generan puntos de atracción

poblacional y financiera se encuentran ubicados en la Administración Zonal Los Chillos, y son: la zona de expendio de comidas localizada en el Tingo, el Centro Comercial San Luis y la Universidad ESPE. Los dos últimos, están emplazados en la zona de riesgo por el descenso de lahares.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se elaboró un Plan Maestro para fortalecer los circuitos y conformar sub-centros. Las condicionantes de este plan eran tres, que la jurisdicción de las Administración Zonal Los Chillos y el Municipio de Rumiñahui se estructuraría como una unidad territorial, se relocalizarían los equipamientos, infraestructuras y viviendas de la zona de riesgo primario por el descenso de lahares y se fortalecerían los circuitos poblacionales y financieros que generan los equipamientos existentes. Así, se conformaron distintas plataformas urbanísticas en la Administración Zonal Los Chillos y el Municipio de Rumiñahui, que estaban conformadas por equipamientos que estructurarían centros, sub-centros y circuitos.

Uno de ellos es la plataforma elaborada que se encuentra localizada en el sector de Fajardo, que tiene un carácter financiero que corresponde a las características dadas a la zona que confirma el sub-centro creado por parte de los alumnos del Taller de noveno semestre de la Institución, la implantación de la misma se dio por la baja ocupación de suelo del sector de Fajardo, ya que se puede potencializar el sector por medio del uso de suelo que se propuso al igual que a los equipamientos relacionados con la vocación del sector como: Centro Financiero, hotel, un equipamiento de recreación y uno que esté ligado a la parte

comercial del sector que corresponde a la relocalización del Centro Comercial San Luis.

El concepto habla sobre las intenciones que se realizaron en la plataforma respondiendo a la integración de espacios verdes dentro de la zona financiera, formando una estructura verde conectora, esta estructura parte de una de las quebradas localizada en Fajardo, la cual se encuentra en medio de la plataforma creada, de ahí nacen estas ramificaciones correspondientes a la red conectora de espacios verdes de la plataforma.

En cuanto al proyecto arquitectónico que se llevará a cabo corresponde a la elaboración del Centro Comercial San Luis en una nueva ubicación debido a que se encuentra en zona de riesgo; enfocado en antecedentes sobre el nacimiento de los Centros Comerciales que como idea básica tuvo origen en la prehistoria debido a que los hombres que se dedicaban a la caza y la recolección, intercambiaban sus productos mano a mano, por lo general el intercambio que realizaban era de algo que tenían pero que no necesitaban por algo que necesitaban y que les hacía falta, esta forma de intercambio es llamada **“trueque”**. Adelantándonos a antecedentes históricos del siglo XIX nacen los **pasajes cubiertos** donde el comercio y la vida social estaban completamente sobrepuestos. Finalmente, lo que conocemos en la actualidad con el primer centro comercial “Northland Center” en Detroit EEUU diseñado por Victor Gruen considerado el inventor y el padre de los centros comerciales que define a este equipamiento como el conjunto que compone todos los elementos de la ciudad como: viviendas, espacio público, escuelas y vegetación.

## 1.2. Fundamentación y justificación

### 1.2.1 Justificación re-localización

Dentro del análisis realizado por los estudiantes de noveno semestre 2016-2017 y los estudios de vulnerabilidad dentro del DMQ del IGM (Instituto Geográfico Militar), se obtuvieron datos en los que la actual localidad del Centro Comercial San Luis se encuentra en zona de riesgo por lahares del volcán Cotopaxi; es por esta razón que este equipamiento que aglomera una gran cantidad de usuarios por ser el único Centro Comercial dentro del Valle de Los Chillos debe ser relocalizado en una localidad que se encuentre alejada de riesgo.

En 1999 la Dirección Metropolitana de Territorio y Vivienda del Municipio del DMQ y el Instituto de Investigación para el Desarrollo de Francia iniciaron “investigaciones sobre riesgos, la posición preponderante de la amenaza y la debilidad de los estudios sobre la vulnerabilidad afectan la eficacia de la prevención y se traducen en limitaciones conceptuales y operacionales”. (IRD Municipio de Quito, 2004) con la siguiente finalidad:

1. Mejorar el conocimiento de las vulnerabilidades y de los riesgos en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ);
2. Desarrollar metodologías adecuadas de análisis de vulnerabilidad en medio urbano;
3. Producir herramientas para la toma de decisiones, destinadas ya sea a los planificadores urbanos (planificación preventiva) a los organismos operativos en caso de emergencias (manejo de crisis). (IRD Municipio de Quito, 2004)

Lo que muestra el siguiente mapa es la vulnerabilidad espacial dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

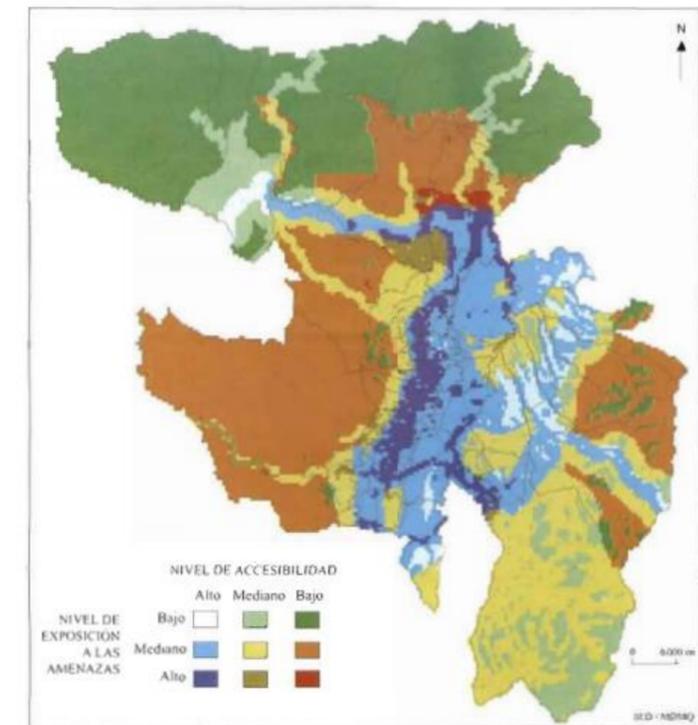


Figura 1. Mapa de amenazas y accesibilidad

Tomado de (IRD,1997)

Se hará énfasis en el punto 3 de los objetivos principales por lo que fue realizado este estudio de vulnerabilidades entre los años 1999 – 2004; ya que el mismo menciona que se deseaba producir herramientas para la toma de decisiones, destinadas a planificaciones preventivas para el manejo de crisis y sobre todo la planificación urbana, lo cual lleva a pensar detenidamente a que la ubicación del actual Centro Comercial San Luis se encontraba en un nivel de amenaza Mediano – Alto según el estudio y la construcción del Centro Comercial fue realizada en el año posterior al que se realizó el estudio.

El Centro Comercial San Luis está ubicado en el poblado de San Rafael, el cual se encuentra en zona de riesgo por el descenso de lahares del volcán Cotopaxi que se encuentra actualmente activo, lo que es muy preocupante debido a la población está expuesta a la vulnerabilidad humana, la degradación del ambiente y crecimiento demográfico descontrolado.



Figura 2. . Mapa zona de riesgo

Adaptado de (IGM,2016)

Por ello se necesita relocalizar este equipamiento que de acuerdo al estudio comprendido en 2011 por el MDMQ es uno de los espacios que genera puntos de centralidad en la Administración Zonal Los Chillos y el Municipio de Rumiñahui.

El Centro Comercial va direccionado a usuarios de 5 a 65 años como grupo focal que residen en la zona de estudio;

en total son 80138 habitantes. Sin embargo, este equipamiento también prestara funciones para el resto de la población que residen en su área de influencia.

- El Centro Comercial San Luis es el único centro comercial de escala mayor dentro del Valle de los Chillos.
- Existe una híper concentración de equipamientos comerciales en la Ciudad de Quito.
- Existe un déficit de equipamientos comerciales en el cantón Rumiñahui, esto quiere decir que el actual centro comercial no abastece a la población del cantón, ya que el existente esta sobresaturado.

### 1.2.2 Justificación – Centro Comercial

Al estudiar las tres ópticas que hablan sobre Shopping Center, se puede entender de mejor manera la razón por la cual deben existir Centros Comerciales que aporten en la calidad del espacio colectivo dentro de las ciudades.

#### 1.2.2.1 Primer Óptica

**Apocalíptica:** Esta primera óptica habla sobre un enfoque de **masas consumidoras**, siendo una respuesta materializada a una óptica y a una **economía neoliberal**.

En cuento a la forma del Centro Comercial, se lo relaciona con **cajas amuralladas, uniformizadas y estandarizadas** en todo el mundo, con espacios que segregan socio-espacialmente y **niegan a la ciudad**.

Esta corriente del Centro Comercial da como un ejemplo claro como la **anti-ciudad**, siendo un lugar que reemplaza todas las dinámicas que ocurrían en el espacio público y las ha trasladado al interior de una **caja cerrada**. (Loaiza 2015)

#### 1.2.2.2 Segunda Óptica

**Oportunidad:** Esta óptica ve al Centro Comercial un lugar con una cantidad de espacios que permiten el desarrollo de diferentes y nuevas **formas de apropiación, sociabilidad y oportunidad** para el **encuentro** entre varios usuarios y un lugar donde se pueden realizar diferentes tipos de actividades.

Dentro de esta corriente se ve al Centro Comercial como un lugar que **enriquece el espacio urbano** donde se dan **dinámicas de sociabilidad** permitiendo diversidad de usuarios y usos. (Loaiza, 2015)

#### 1.2.2.3 Tercera Óptica

**Complemento o Detonante:** Óptica que toma al Centro Comercial como un **re-estructurador de relaciones** entre la ciudad central y la periferia debido al crecimiento extensivo de la ciudad.

**Revitalizador de áreas urbanas** que modifica jerarquías y escalas de algunos espacios y asentamientos que se dan dentro de la ciudad.

Principalmente ha **modificado la escala y el carácter del comercio** en su entorno y ha **reorganizado** la ciudad de acuerdo a las necesidades y lógicas del mercado.

La acumulación de usuarios para ingresar y salir del Centro Comercial ha provocado el **aparecimiento de pequeños comercios** al igual que **dinámicas culturales** en su entorno inmediato. (Loaiza, 2015)

**Conclusión:***¿Por qué un Centro Comercial?*

Se diseñará un Centro Comercial debido a que al fusionar espacios públicos con este re-estructurador de relaciones espaciales, nos dará como resultado un lugar con la capacidad de adaptarse a lugares existentes que rompan cajas genéricas existentes por una nueva forma de apropiación, diversidad de actividades y oportunidades para los usuarios que lo visiten.

**1.3. Objetivo general**

Crear un Centro Comercial que re-estructure espacios públicos y privados para una nueva forma de apropiación, diversidad de actividades y oportunidades de los usuarios.

**1.4. Objetivos específicos**

- 1.4.1 Elaborar un diagnóstico socio espacial de la zona de intervención (calles, como se conforma la pieza urbana y los ejes creados por la plataforma de equipamientos (Z3) correspondiente a la zona financiera.
- 1.4.2 Desarrollar parámetros que califiquen la ubicación del nuevo Centro Comercial.
- 1.4.3 Desarrollar un estudio de caso de equipamientos nacionales e internacionales que cumplan con los

parámetros funcionales, formales y técnicos constructivos de un Centro Comercial.

- 1.4.4 Emplear marcos conceptuales urbanos y arquitectónicos que ayuden a la estructuración de una propuesta.
- 1.4.5 Desarrollar una programación urbano - arquitectónica para la relocalización del Centro Comercial San Luis que cumpla los parámetros funcionales, formales y técnicos constructivos establecidos por el DMQ.
- 1.4.6 Desarrollar un Centro Comercial que tenga espacio público como uno de sus factores principales.
- 1.4.7 Aplicar dentro del proceso de diseño, criterios de sustentabilidad sostenibilidad, medio ambientales, estructurales y técnicos.
- 1.4.8 Analizar el medio físico natural y construido de la zona de intervención y los espacios aledaños.
- 1.4.9 Analizar y desarrollar un sistema de redes vehiculares y peatonales que permitan la accesibilidad al Centro Comercial ubicado en la Administración Zonal Los Chillos, sector Fajardo.
- 1.4.10 Desarrollar una propuesta morfológica, funcional y tecnológica para la elaboración del Centro Comercial.

**1.5. Alcances y delimitación**

El alcance del proyecto de titulación se basa en una investigación descriptiva para evaluar los diferentes aspectos que engloban el proyecto desde su fase urbana a la arquitectónica; abasteciendo a población que corresponde a usuarios desde los 5 a los 65 años de edad (80138 habitantes). El nivel de los aspectos de cada una de las fases será analizado a profundidad para que el equipamiento cumpla con todas las especificaciones técnicas requeridas en un espacio que este alejado de la zona de riesgo ya que un Centro Comercial es uno de los equipamientos que más usuarios alberga. Según la International Council of Shopping Centers, el equipamiento tiene una denominación "muy grande" debido a los metros cuadrados del Centro Comercial, sosteniendo que la demanda, como objetivo mínimo, debe cubrir al menos el sesenta por ciento de la población. Se llegará a diseñar un anteproyecto completo con su planimetría correspondiente y sus fases estructurales, tecnológicas y ambientales a detalle.

**1.6. Metodología****1.6.1. Fase introductoria:**

Para iniciar con el proceso se elaboró un Diagnóstico general de toda la Zona de estudio, la cual ayudó a la realización de un Plan Maestro. Se encontraron problemáticas dentro del sector, pero principalmente en las que se enfocará son: El déficit de equipamientos dentro del sector y la hiper concentración de los mismos en la ciudad

de Quito. Estos análisis ayudaron para entender de mejor manera la toma de decisiones sobre la relocalización del equipamiento.

La conformación de cada una de las piezas intervenidas está directamente relacionada y contienen una función urbana.

#### 1.6.2. Fase analítica:

Dentro de ésta fase se realizará un análisis urbano - arquitectónico cada uno con sus factores internos y externos respectivamente. Las condiciones actuales de la localización del equipamiento existente para rescatar programa y características relevantes de lo existente para implantar en el nuevo espacio de relocalización del equipamiento adoptando teorías que sustenten la propuesta, al igual que sus condiciones climáticas, agua, vegetación y su medio físico en general. Finalmente, se realizará un análisis de las necesidades del equipamiento a partir de criterios poblacionales y de accesibilidad, lo cual ayudará a la determinación de la tipología y la escala del mismo; la relocalización se dará en función a las necesidades que presenta el cantón, llegando a proporcionar una mejor calidad de vida para la población actual y futura.

#### 1.6.3. Fase conceptual:

Elaboración de un propuesta conceptual desde estrategias urbano – arquitectónicas que dirija al proyecto a un híbrido que organice espacialmente al contexto haciendo énfasis en relaciones funcionales entre el espacio exterior con el interior, resaltando características relevantes en cuanto al marco urbanístico y arquitectónico para la

estructuración de una propuesta morfológica, tomando en cuenta que la toma de decisiones sobre el proyecto serán el producto de las teorías propuestas en la fase analítica ya que su historia, sociedad y desarrollo ambiental y tecnológico ayudarán a la proyección de la funcionalidad del proyecto.

#### 1.6.4. Fase propositiva:

Elaboración de un proyecto dirigido a usuarios de 5-65 años, que genere una solución en el ámbito urbano – arquitectónico el cual responderá a características apuntadas directamente a características morfológicas, técnicas y funcionales para el desarrollo del proyecto. El diseño empezará por un plan masa. Se presentarán soluciones compositivas y teóricas para el nuevo Centro Comercial, fortaleciendo relaciones entre los espacios interiores, exteriores y recorridos con una característica fundamental que responde al clima del sector en donde está ubicado el equipamiento. El proyecto en general responderá a la normativa del Distrito Metropolitano de Quito.

### 1.7. Situación en el Campo Investigativo

Dentro del Campo Investigativo del tema relacionado con Centros Comerciales, se revisaron proyectos de titulación y maestrías de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) por ser una de las mejores universidades de Latino América.

Los proyectos estudiados son temas que no hablan directamente de la relocalización, pero analizan impactos urbanos causados por la implementación de un Centro

Comercial, al igual que la necesidad de un lugar que satisfaga las necesidades de las personas en temas relacionados con alimentación vestido y aparcamiento.

Es esencial analizar trabajos con puntos de vista dirigidos a la parte comercial, espacios urbanos y la satisfacción de necesidades de los usuarios debido a la importancia de dar varias alternativas para la elección de elementos necesarios que las personas deseen ya que la variedad de servicios debe existir en equipamientos de esta escala, por estas razones el equipamiento responderá a organizaciones espaciales que tomen en cuenta el contexto existente, que la morfología logre compenetrar con las funciones y que exista diversidad de servicios para que los usuarios puedan tener opciones de elección según sus necesidades.

Tabla 1.

#### *Situación de Campo Investigativo*

Auto /País/Año	Tema	Resumen
Cesar Vladimir Gálvez Ponce México 2015	El impacto de los centro comerciales en México, caso de estudio "Plaza Cúspide".	Analiza los impactos urbanos causados por la implementación de centros comerciales. Visualiza la evolución y transformación del comercio en el mundo.
Enrique Humberto de Larrea México 2000	Centros Comerciales e impactos urbanos.	Detecta y analiza los impactos urbanos causados por la implementación y operación de los centros comerciales.
Guillermo Haro Vergara México 1996	Análisis y Planeación de Centros Comerciales como desarrollos inmobiliarios.	Necesidad de la creación de espacios donde la gente pueda satisfacer necesidades de vestido, alimentación y aparcamiento.



## 2. CAPITULO II. Fase analítica

### 2.0 Introducción al Capítulo

En este capítulo se realizará una investigación sobre la clasificación de los centros comerciales con sus escalas, un análisis histórico de los centros comerciales dentro de la ciudad de Quito y la influencia de los mismos en la evolución de la ciudad.

Se ejecutará una determinación de parámetros tanto urbanos como arquitectónicos ligados a las asesorías medioambientales, constructivas y estructurales para el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta las normativas y ordenanzas que se deben cumplir.

Se analizará un análisis de referentes urbanos y arquitectónicos, la justificación de cómo estos referentes pueden ser utilizados en la toma de decisiones sobre el nuevo Centro Comercial en el cantón. Por otro lado, se ejecutará un análisis de la situación actual y su entorno urbano para lograr identificar características esenciales del sitio para la implantación del proyecto en una localización diferente, fuera de la zona de riesgo por lahares.

### 2.1 Antecedentes Históricos

#### 2.1.1. Tipologías de Centros Comerciales

**2.1.1.1 Centro Comercial de barrio:** El Centro Comercial de barrio resulta ser el más sencillo debido a que abastece a una población entre 50.000 y 200.000 habitantes; caracterizada por tener locales que brindan servicios que

corresponden a peluquerías, veterinarias, farmacias, ferreterías, tintorerías, entre otras, y sobre todo contienen un supermercado. Para este tipo de equipamientos de una escala baja, el terreno debe tener de 10.00 a 15.000 metros cuadrados, de los cuales aproximadamente la mitad del porcentaje de ocupación funciona como estacionamiento, el 30% en el supermercado y el 20% restante corresponde a los locales comerciales, con sus plazas y circulaciones correspondientes.

La característica principal de este tipo de Centro Comercial es que en el centro del mismo se encuentra ubicado el ancla que es el supermercado, a los alrededores de este los locales comerciales con su frente a los estacionamientos.

**2.1.1.2 Centro Comercial de comunidad:** La población a la que satisface este Centro Comercial oscila entre 150.000 y 300.000 habitantes. El punto más importante es una tienda de autoservicio, seguido por un restaurante que sea de una cadena de prestigio; este Centro Comercial cuenta con una o dos salas de cine. Debido a la escala de este equipamiento, los locales comerciales comienzan a ser más variados, es decir se puede encontrar tiendas de zapatos, boutiques, tiendas tecnológicas, entre otras. Para este tipo de equipamientos la superficie del terreno debe estar entre 20.000 y 30.000 metros cuadrados, los cuales el 50% corresponderá a la tienda de autoservicios y el porcentaje restante a los locales comerciales que complementan el servicio del equipamiento, tomando en cuenta las áreas de circulaciones y las plazas, y sin olvidar el porcentaje requerido para los estacionamientos para el Centro Comercial.

**2.1.1.3 Centro Comercial regional:** Este Centro Comercial de escala regional responde a características puntuales, como el abastecimiento a una población mayor a 300.000 habitantes, logrando satisfacer necesidades que se categorizan de la siguiente manera:

**Centro Comercial Regional Primario:** Este tipo de Centro Comercial satisface necesidades básicas de los habitantes, necesidades como: alimentación, vestimenta y giros de servicio. Las tiendas de autoservicios son características en este tipo, con una superficie de 8.000 metros cuadrados incluyendo salas de cine y restaurante.

**Centro Comercial Regional Secundario:** Este segundo tipo de Centro Comercial Regional satisface necesidades secundarias de los habitantes, es decir, necesidades de giros de servicio como: boutiques, tiendas especializadas, joyerías, entre otras. Sus principales locales son tiendas departamentales, también contiene salas de cine y restaurantes.

**Centro Comercial Regional Mixto:** Este Centro Comercial Regional es la combinación de dos anteriores, ocupando una superficie mayor a 30.000 metros cuadrados, con estacionamientos que ocupen una superficie igual a la del área construida del Centro Comercial para lograr abastecer a la cantidad de habitantes que visitarán el equipamiento.

2.1.2. Análisis histórico de Inicios de pasajes comerciales a nivel Nacional e Internacional



Figura 3. Análisis histórico de Inicios de pasajes comerciales a nivel nacional e internacional Tomado de Pasajes comerciales (s.f)

2.1.3. Análisis histórico de Centros Comerciales en la Ciudad de Quito



Figura 4. Análisis histórico de Centros Comerciales en la Ciudad de Quito. Tomado de Centros comerciales en el mundo (s.f)

## 2.2. Análisis de Parámetros teóricos de análisis

Se realizará un listado con parámetros importantes para el análisis urbano y arquitectónico del proyecto, de ésta manera se podrá tomar en cuenta factores esenciales como trabajen positivamente para lograr cumplir con los objetivos que se plantearon para el desarrollo del proyecto.

### 2.1.1 Urbanos

#### 2.2.1.1. Espacio Público

El parámetro teórico de espacio público hace referencia a un lugar donde se pueden realizar varias actividades en un espacio urbano. El espacio público tiene como función el articular espacios arquitectónicos con espacios urbanos para formar relaciones entre los espacios interiores con los exteriores. Los habitantes tienen la posibilidad de apropiarse del espacio para realizar varias actividades como: recreación, sociabilización y movilidad.



Figura 5. Espacio público

#### 2.2.1.2. Áreas verdes

Las áreas verdes mejoran la calidad del medio ambiente por comprender vegetación que ayude a mejorar este factor. Si la cantidad de área verde sería abundante dentro de la

ciudad, existiría un confort notable debido a la humedad, oxigenación y sombra que esta produce, logrando proteger a los usuarios de los rayos solares cuando se encuentren dentro de espacios públicos.



Figura 6. Áreas verdes

#### 2.2.1.3. Plazas

Las plazas funcionan como lugares de estancia a diferencia de otros espacios públicos que funcionan como sitios de paso. Al ser un espacio de estancia, los usuarios pueden realizar actividades variadas y se pueden convertir en espacios de actividad cultural, social y comercial.



Figura 7. Plazas

#### 2.2.1.4. Materialidad

El espacio público en general está compuesto por algunos tipos de materiales que apuntan y sobre todo influyen

directamente con la función y la estética del lugar. La utilización de materiales que por lo general se les da a los pisos del espacio público debe ser apropiada para funciones específicas de confort y apropiación ya que estos deben ir conforme a las fachadas, aceras, bordillos y entre otros objetos existentes en su entorno.

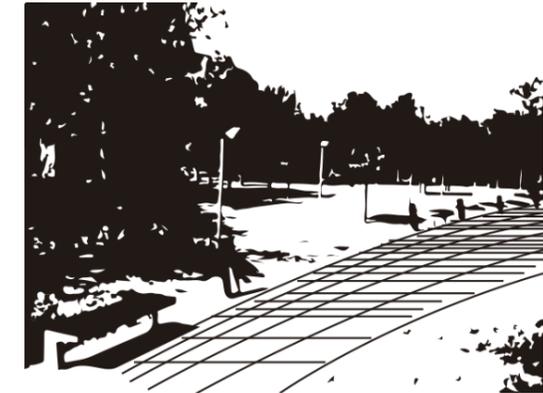


Figura 8. Materialidad

#### 2.2.1.5. Accesibilidad

Al hablar de accesibilidad, el punto al que se refiere esta palabra es al transporte público, el cual debe responder a una proximidad adecuada y distancias favorables para el usuario.



Figura 9. Accesibilidad

### 2.2.1.6. Movilidad

Movilidad se refiere a la facilidad de acceder a un espacio privado y público en general, también hace referencia a diferentes tipos de medios para poder transportarse de un lugar a otro, siendo completamente viable para poder utilizar cualquier objeto para movilizarse, sea por medio de un vehículo, transporte público, bicicleta o de forma peatonal.



Figura 10. Movilidad

### 2.2.1.7. Relación con el contexto inmediato

Se debe estudiar el contexto en el espacio que se ubicará para lograr acoplarse a las características del lugar, considerando factores como: proporción, escala, uso de suelo, topografía, entre otras. La funcionalidad de su entorno urbano y sus usos son importantes para relacionar proyectos con el contexto.



Figura 11. Relación con el contexto inmediato

### 2.2.1.8. Proporción

Altura de edificaciones con respecto al ancho de aceras, plazas o parques (espacio público) y dimensiones urbanas, realizando un estudio de la proporción horizontal de las edificaciones con respecto a las alturas de las mismas.

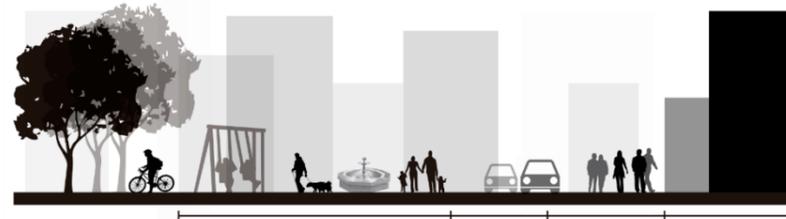


Figura 12. Proporción

### 2.2.1.9. Escala

Tamaño de los espacios con respecto al espacio público en general, su vegetación y las edificaciones colindantes, dimensionando de una manera acertada a los lugares que se desea crear.

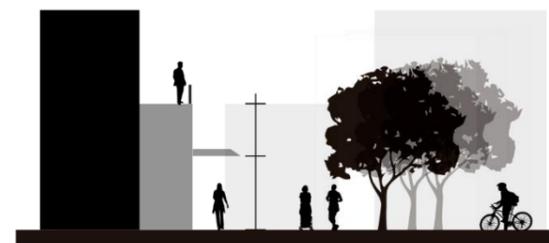


Figura 13. Escala

### 2.2.1.10 Uso de suelo

Forma en que los usuarios utilizan los espacios estableciendo zonificación dentro de un espacio urbano.



Figura 14. Uso de suelo

### 2.2.1.10. Topografía

Contexto físico del lugar donde se puede realizar un estudio de la forma y regulaciones del terreno.



Figura 15. Topografía

## 2.2.2 Arquitectónicos

Dentro de los parámetros arquitectónicos se tomará en cuenta ciertos principios que ayuden al desarrollo de la parte formal y funcional del proyecto.

## 2.2.2.1 Formales

### 2.2.2.1.1. Proporción

Dimensiones físicas del espacio, proporciones que respondan a necesidades antropométricas.



Figura 16. Proporción (forma)

### 2.2.2.1.2. Escala

Tamaño de espacios dependiendo de su uso y dimensiones físicas del espacio arquitectónico.

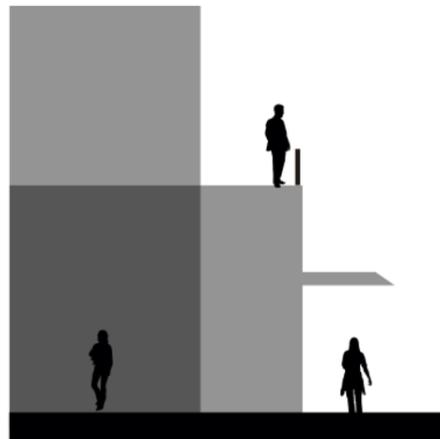


Figura 17. Escala

### 2.2.2.1.3. Volumetría

Morfología del objeto arquitectónico y manejo de masas y espacios vacíos.

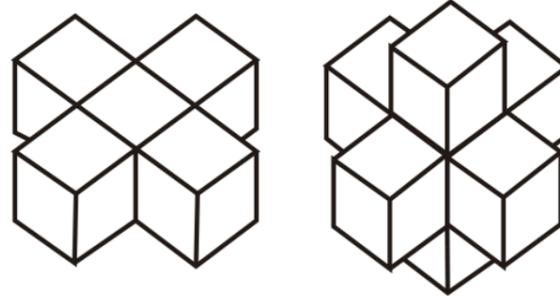


Figura 18. Volumetría

### 2.2.2.1.4. Ingreso de luz

Manejo de ingreso de luz según la volumetría del objeto arquitectónico, tomando en cuenta la cromática, intensidad y percepción del espacio en lugares iluminados

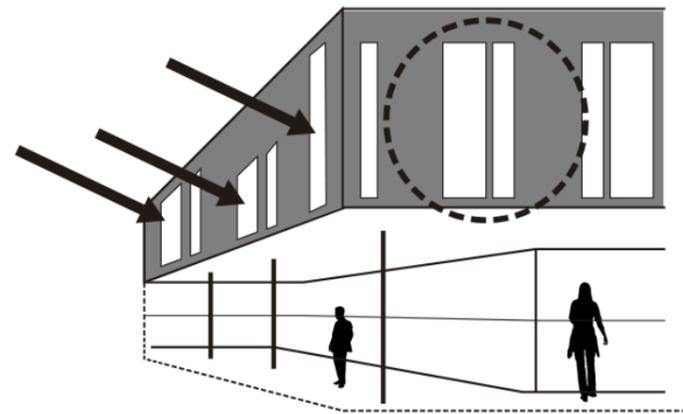


Figura 19. Ingreso de luz

## 2.2.2.2 Funcionales

### 2.2.2.2.1 Relaciones espaciales

Relaciones entre espacios interiores y exteriores con lógicas funcionales.



Figura 20. Relaciones espaciales

### 2.2.2.2.2 Circulaciones

Articulación del programa arquitectónico, controlando el flujo de los usuarios dentro del proyecto.

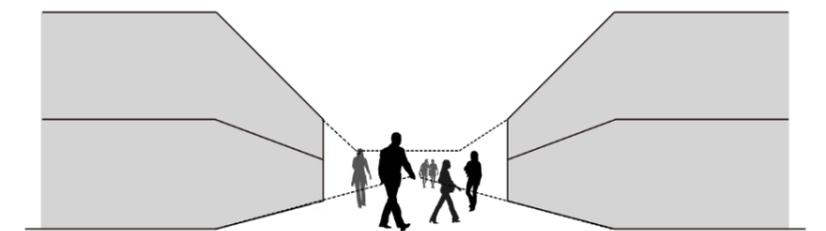


Figura 21. Circulaciones

### 2.2.2.3 Regulatorios/ Normativos

En los parámetros regulatorios se tomará en cuenta las normas de Arquitectura y Urbanismo del DMQ, que apliquen directamente a la tipología del proyecto; al igual que normas por parte del International Council of Shopping Centers a nivel mundial.

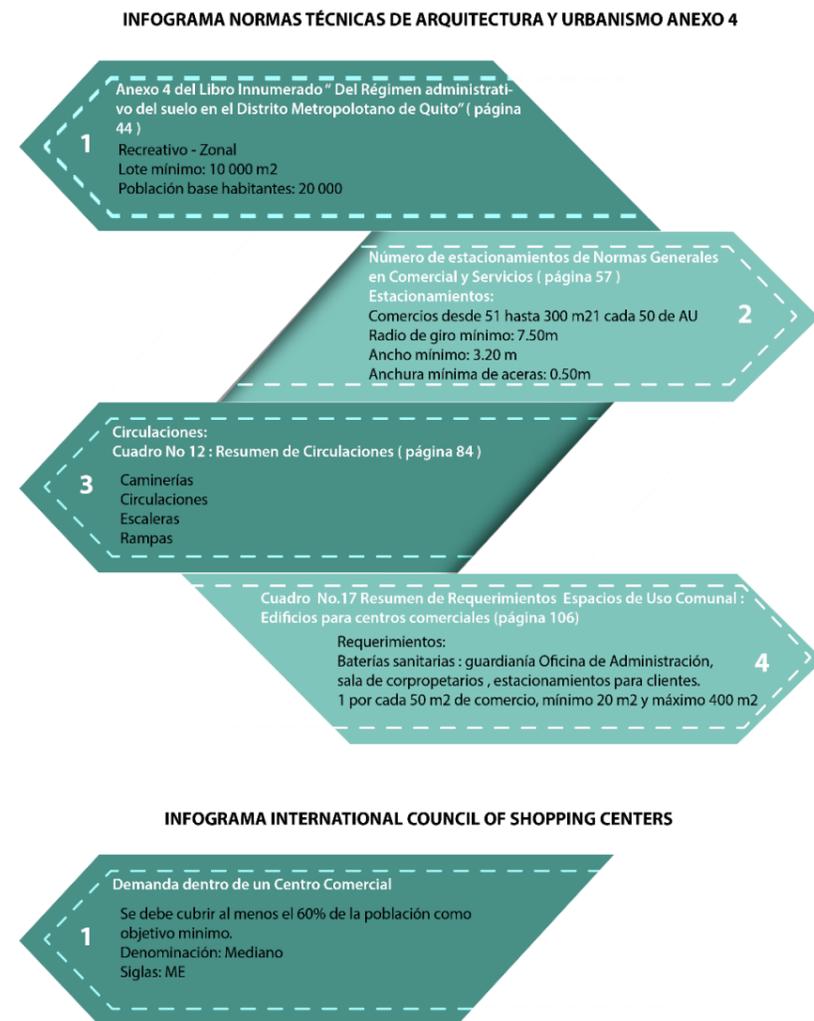


Figura 22. Normativa

### 2.2.3 Parámetros Asesorías

Dentro de los parámetros de asesorías se definirán conceptos importantes, los cuales serán de ayuda para la elaboración del proyecto y la toma de decisiones del mismo para su desarrollo.

#### 2.2.3.1 Tecnológicos

Parámetros tecnológicos hacen referencia especialmente a la metodología de construcción con determinados materiales, es por esta razón que se definirá el material con mayor relevancia, que tenga resistencia y se incorpore con el entorno inmediato del lugar en donde está implantado el proyecto.

##### 2.2.3.1.1 Materialidad

Los materiales que se utilizarán en el proyecto responderán a la identidad del lugar en donde está ubicado como la madera y pensando a futuro materiales que sean fuertes y resistentes como el hormigón.

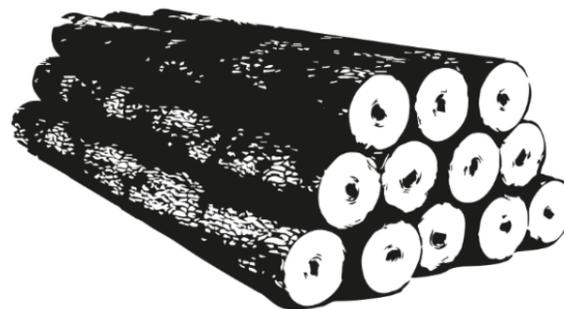


Figura 23. Materialidad

### 2.2.3.2 Sustentabilidad y Medioambientales

Parámetros en sustentabilidad apuntan a sostener ciertos tipos de elementos a lo largo del tiempo y dentro de los parámetros medioambientales se ajustarán a las necesidades actuales garantizando un equilibrio que beneficie al medio físico.

#### 2.2.3.2.1 Asoleamiento

Dirección del proyecto y uso de materiales que permitan el ingreso de luz a las circulaciones del Centro Comercial para el confort y la fácil movilización de los usuarios dentro y fuera del equipamiento.

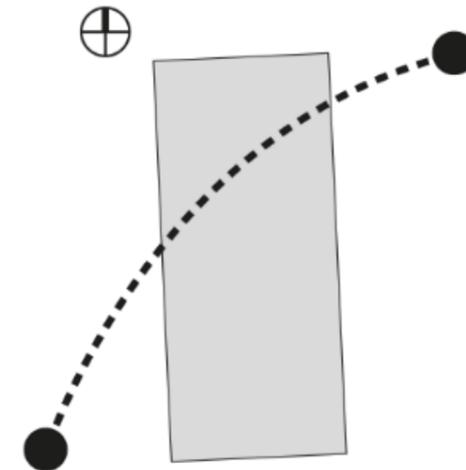


Figura 24. Asoleamiento

### 2.2.3.2.2 Orientación

Orientación de los volúmenes del proyecto para tener relación entre espacios interiores con exteriores, permitiendo apropiación de los espacios de sombra y luz dependiendo de las necesidades del usuario.

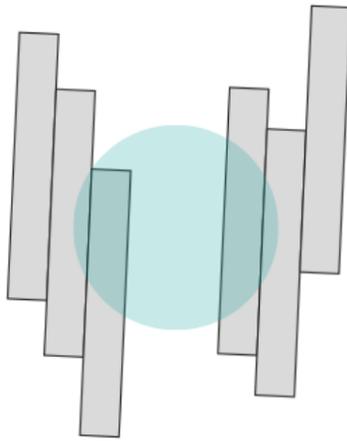


Figura 25. Orientación

### 2.2.3.2.3 Ventilación

Solución de aislamiento por fachadas exteriores las cuales proporcionan un mayor ahorro energético, al igual que confort acústico en el interior del centro comercial.

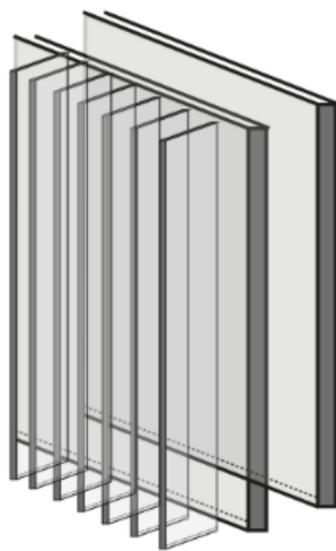


Figura 26. Ventilación

### 2.2.3.3 Estructurales

#### 2.2.3.3.1 Estructura de hormigón

La estructura que tendrá en el Centro comercial debe ser flexible y eficaz para la altura del proyecto, es por esta razón que se eligió el hormigón para la estructura de sus columnas.

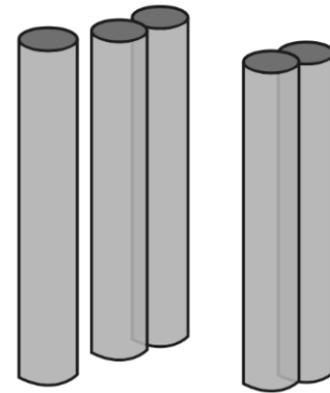


Figura 27. Estructura de hormigón

#### 2.2.3.3.2 Paredes portantes

Los muros portantes serán ubicados en la parte subterránea del proyecto y en las circulaciones verticales debido a que este tipo de paredes recibirán las cargas de los demás niveles y trabajan muy bien en altura.

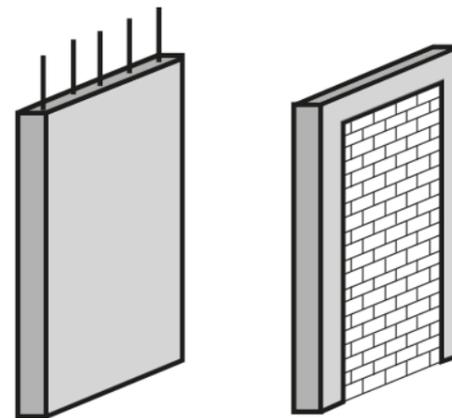


Figura 28. Paredes portantes

## 2.3 Análisis de casos

### 2.3.1. Análisis individual de casos

Para el análisis individual de casos se han escogido proyectos que respondan a la tipología de Centro Comercial que contenga elementos característicos en cuanto a funcionamiento de espacios que puedan ayudar a la toma de decisiones dentro del proyecto.

Se escogieron cinco proyectos en los cuales se analizarán factores urbanos y arquitectónicos más relevantes; los casos responden a tipologías de Centros Comerciales abiertos, otros que se construyen en base al entorno inmediato y mantienen relaciones con el mismo, el actual Centro Comercial San Luis y un caso nacional que responde al primer Centro Comercial de categoría internacional de nuestro país.

### 2.3.2. Urbanos y Arquitectónicos

Dentro de los referentes escogidos se realizará un análisis de las relaciones entre el espacio público y espacio privado, relaciones con el entorno inmediato al igual que las actividades que se realizan en el exterior de los equipamientos, espacios permeables, estacionamiento y las diferentes alternativas de movilidad.

En cuanto a la parte arquitectónica, su forma y función, la escala del equipamiento en cuanto al usuario, espacios porosos y como factores importantes dentro del análisis, los espacios por lo que existe ingreso de luz natural y la circulación dentro y fuera del proyecto.

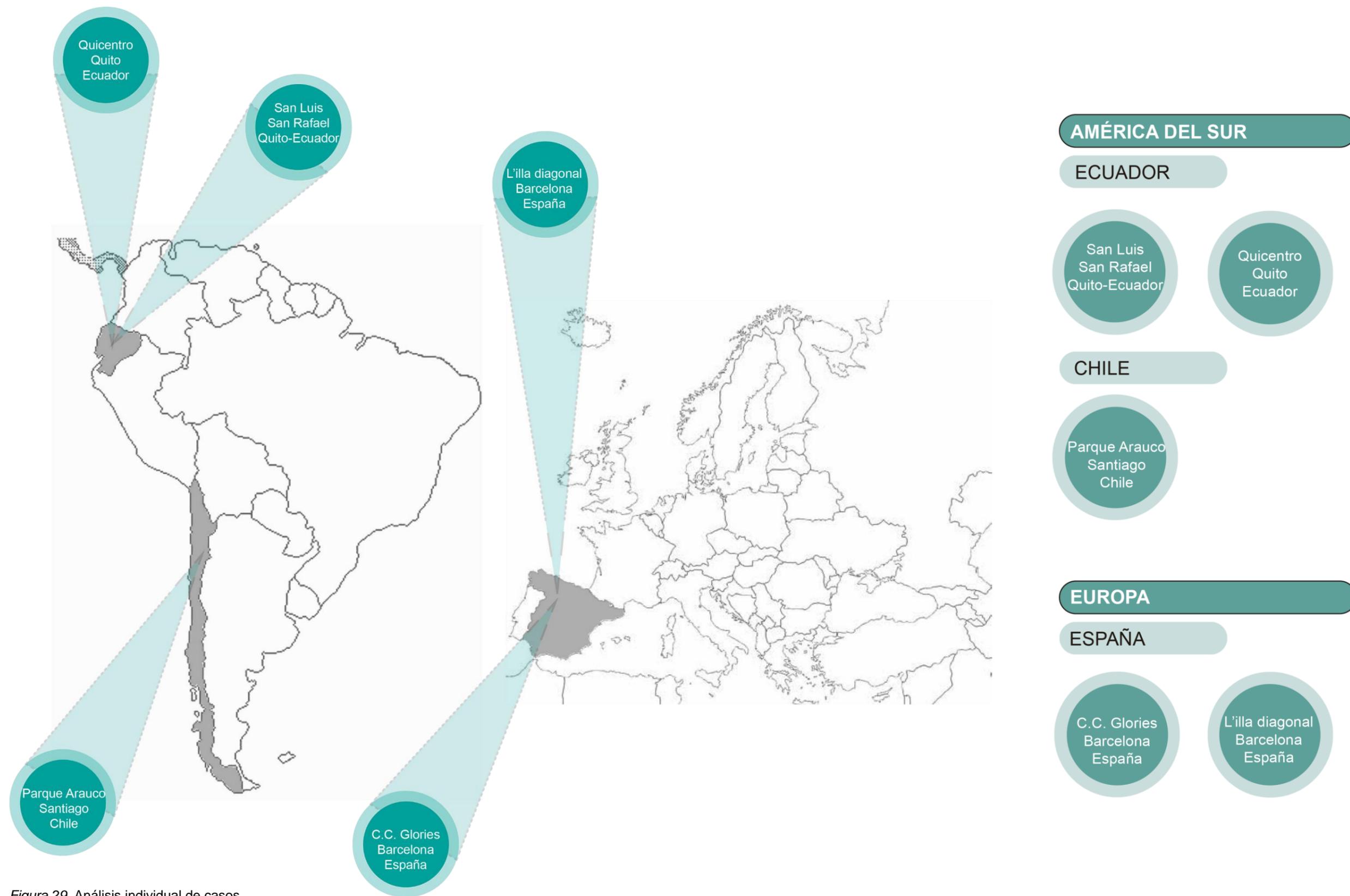


Figura 29. Análisis individual de casos

### 2.3.2.1. Centro Comercial Glories

Tabla 3.

Análisis de casos Centro Comercial Glories



Tomado de (Les Glòries, 2010).

#### DATOS GENERALES:

Ubicación: Barcelona - España

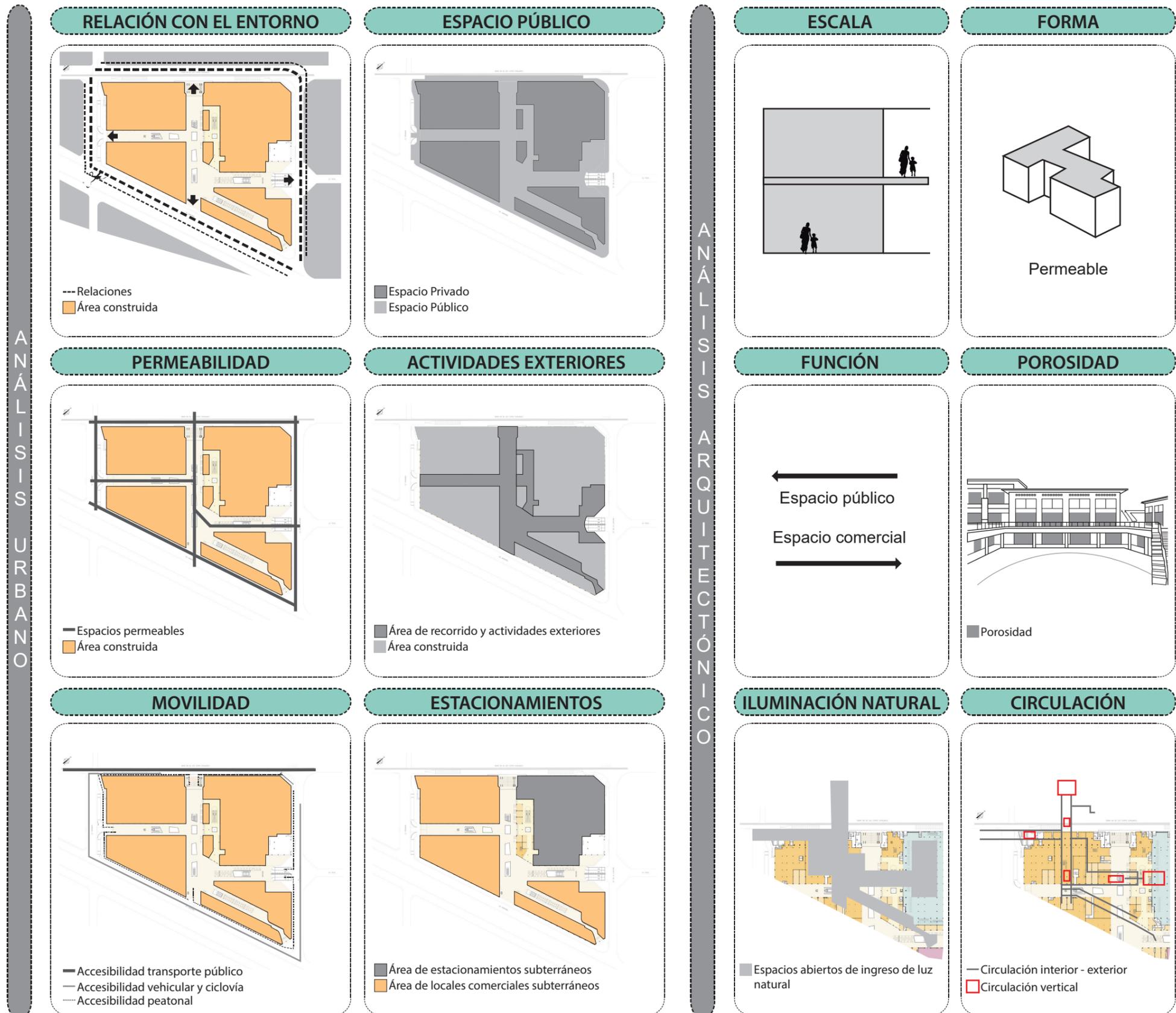
Dirección: Les Glòries, Avenida Diagonal, 208, 08018.

Arquitecto: Reforma - L35 Arquitectos

Año de construcción: 1995

Otros datos: El Centro Comercial Glòries es el corazón de la nueva Barcelona. Además de ser un Centro Comercial, Glòries es un centro Urbano donde se puede venir a dar un paseo o a pasar la tarde.

Cuando se construyó el complejo comercial y de oficinas, el entorno era inexistente y las edificaciones se volcaron hacia el interior de la parcela. (Glories,2010)



### 2.3.2.2. L'illa diagonal

Tabla 4.  
Análisis de casos L'illa diagonal



Tomado de (L'illa diagonal, s.f.)

#### DATOS GENERALES:

Ubicación: Barcelona - España

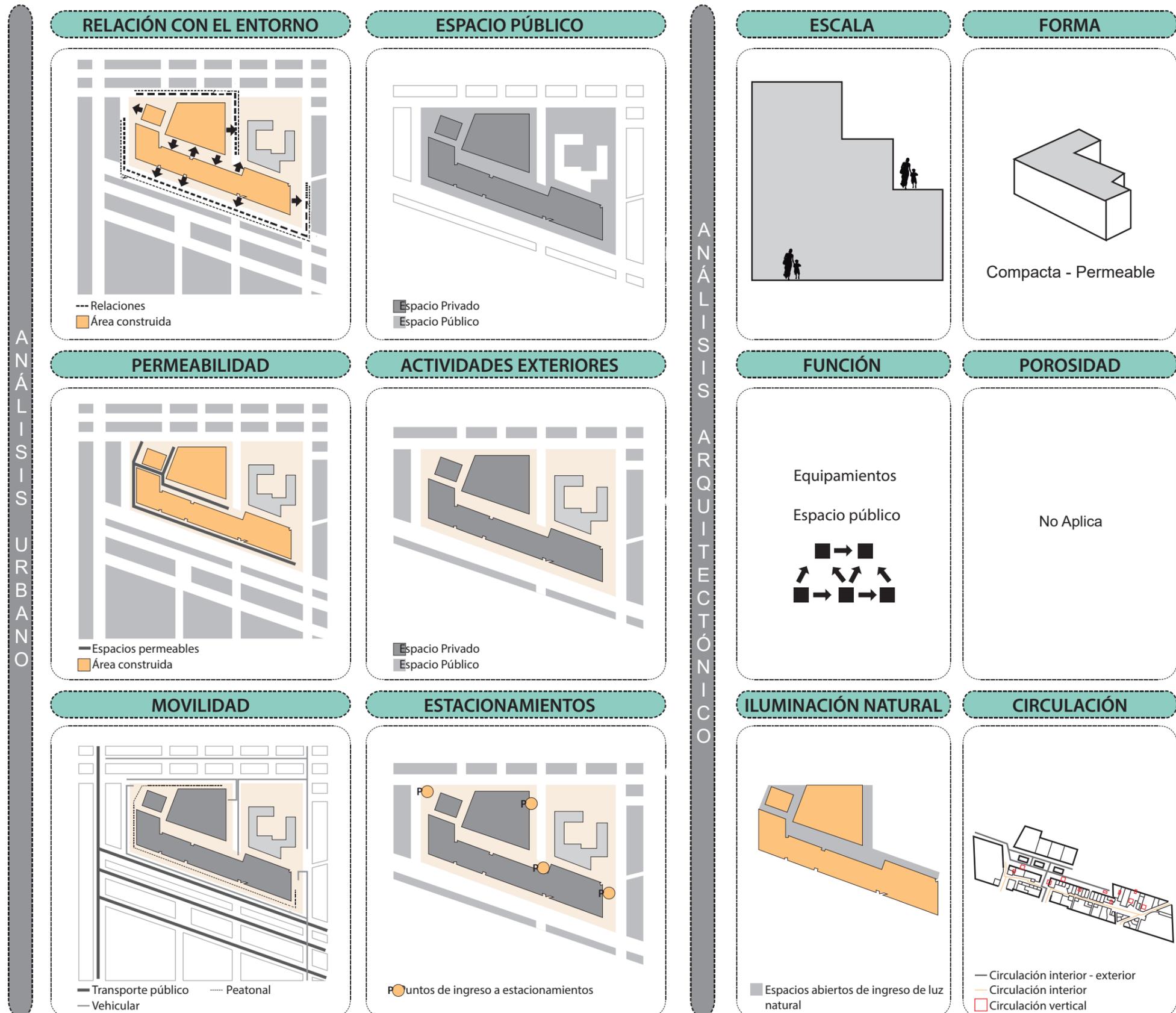
Dirección: Av. Diagonal, 557, 08029

Arquitecto: Rafael Moneo y Manuel de Solà-Morales

Año de construcción: 1990

Otros datos: Además de un centro comercial con más de 170 tiendas y restaurantes, incluyen 2 hoteles de 4 estrellas, 2 colegios, 1 polideportivo, 1 discoteca y sala de conciertos, un centro de convenciones, un parque público, y un parking para más de 2.400 vehículos.

El edificio tiene una fachada de 334m. (Moneo, 1993)



### 2.3.2.3. Parque Arauco

Tabla 5.

Análisis de casos Parque Arauco



Tomado de (Parque Arauco, 2006)

#### DATOS GENERALES:

Ubicación: Santiago de Chile - Chile

Dirección: Av. Presidente Kennedy 5413, Las Condes

Arquitecto:

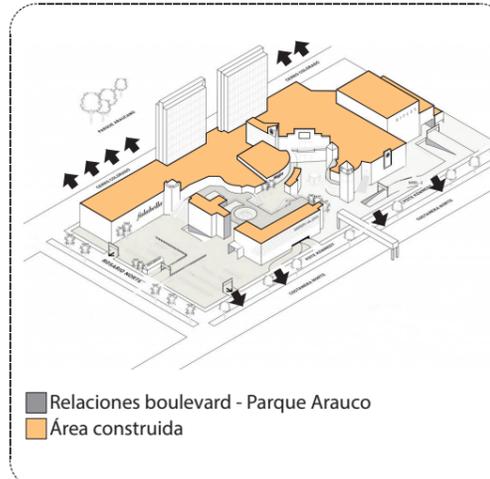
Año de construcción: 1982

Otros datos: El Boulevard del Parque, creado en 2003, cuenta con diversos locales de ocio y cultura. En su entorno además se encuentra un supermercado.

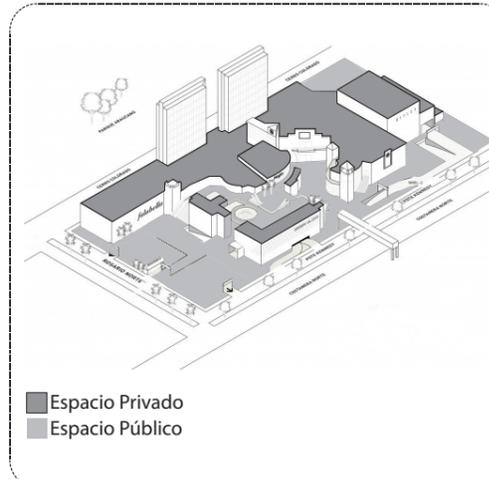
Es un complejo comercial que cuenta con cines, tiendas ancla, un hipermercado y una tienda para la construcción y ha generado un polo comercial en la zona, incluyendo la construcción de dos hipermercados en los alrededores. Desde el año 2010 promedia 27,5 millones de visitas anuales. Área de construcción: 32 000 m<sup>2</sup> (Anónimo,2006)

ANÁLISIS URBANO

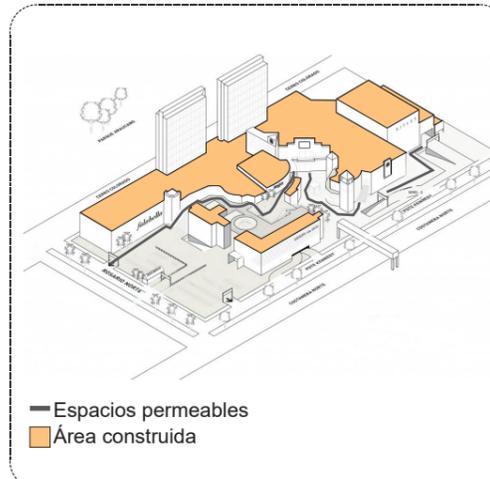
#### RELACIÓN CON EL ENTORNO



#### ESPACIO PÚBLICO



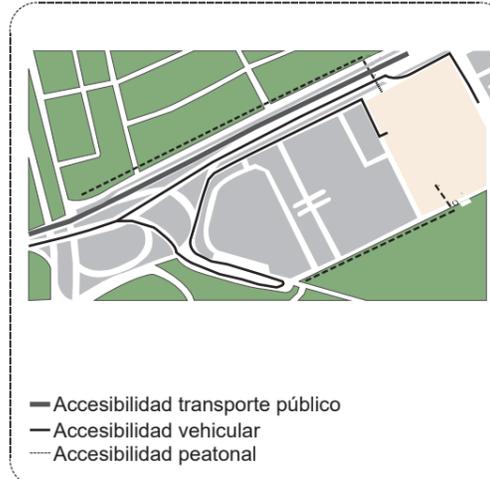
#### PERMEABILIDAD



#### ACTIVIDADES EXTERIORES



#### MOVILIDAD

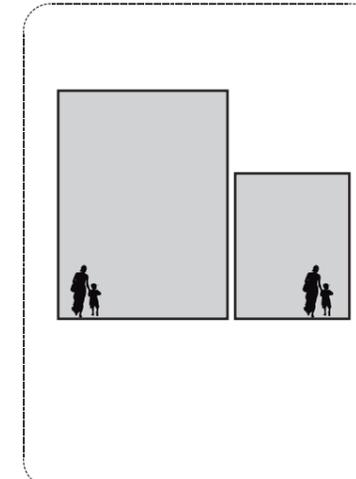


#### ESTACIONAMIENTOS

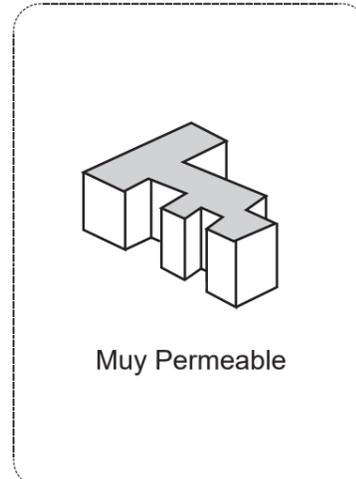


ANÁLISIS ARQUITECTÓNICO

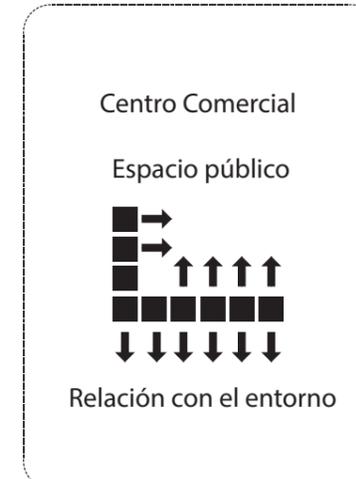
#### ESCALA



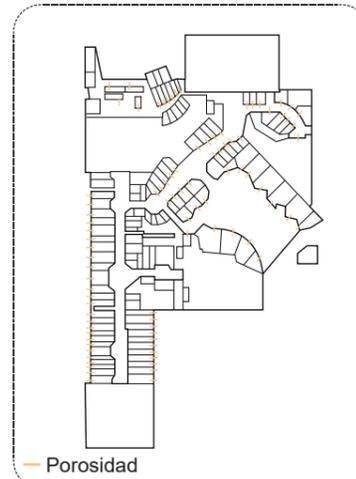
#### FORMA



#### FUNCIÓN



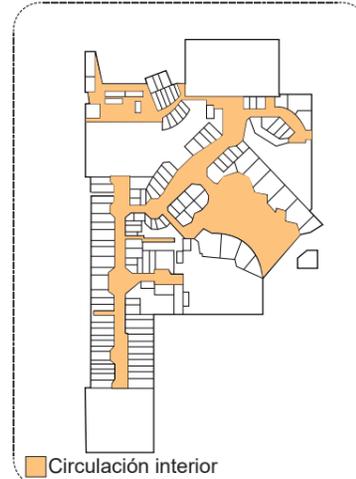
#### POROSIDAD



#### ILUMINACIÓN NATURAL



#### CIRCULACIÓN



### 2.3.2.4. San Luis Shopping

Tabla 6.  
Análisis de casos San Luis Shopping



Tomado de (San Luis Shopping, 2006)

#### DATOS GENERALES:

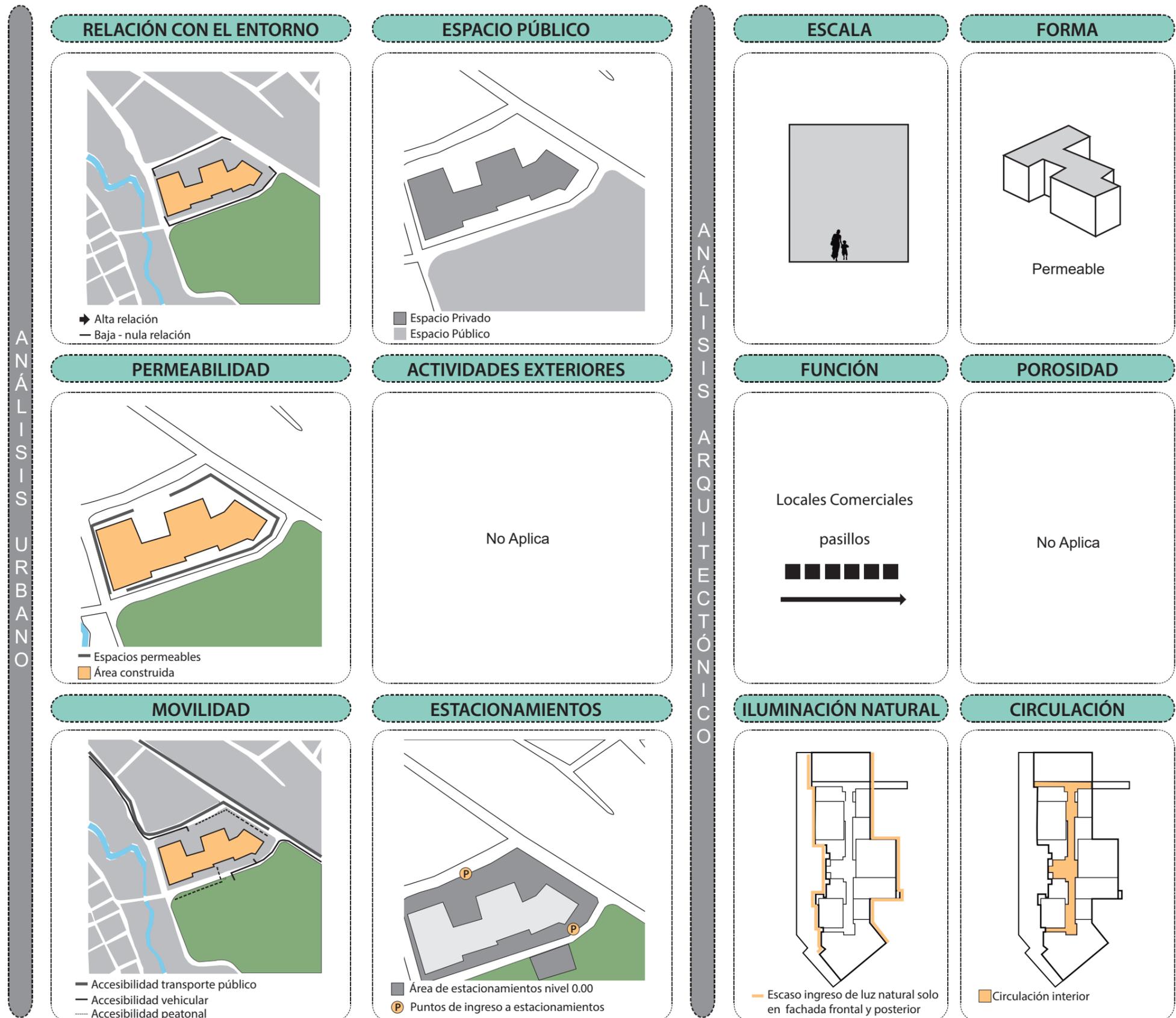
Ubicación: San Rafael - Ecuador

Dirección: Isla Santa Clara y Autopista General Rumiñahui

Arquitecto: Michel Deller

Año de construcción: 2005

Otros datos: Construcción de una hacienda que conserva su fachada Colonial, con amplias paredes, pesadas puertas de madera, decoración en hierro forjado a mano, extensa vegetación y miles de detalles que pertenecen al período de la Colonia. "EL CORAZON DEL VALLE" (Deller, 2006)



### 2.3.2.5. Quicentro Shopping

Tabla 7.

Análisis de casos Quicentro Shopping



Tomado de (Quicentro Shopping, 2014)

#### DATOS GENERALES:

Ubicación: Quito - Ecuador

Dirección: Av. Naciones Unidas entre Av. 6 de diciembre y shyris.

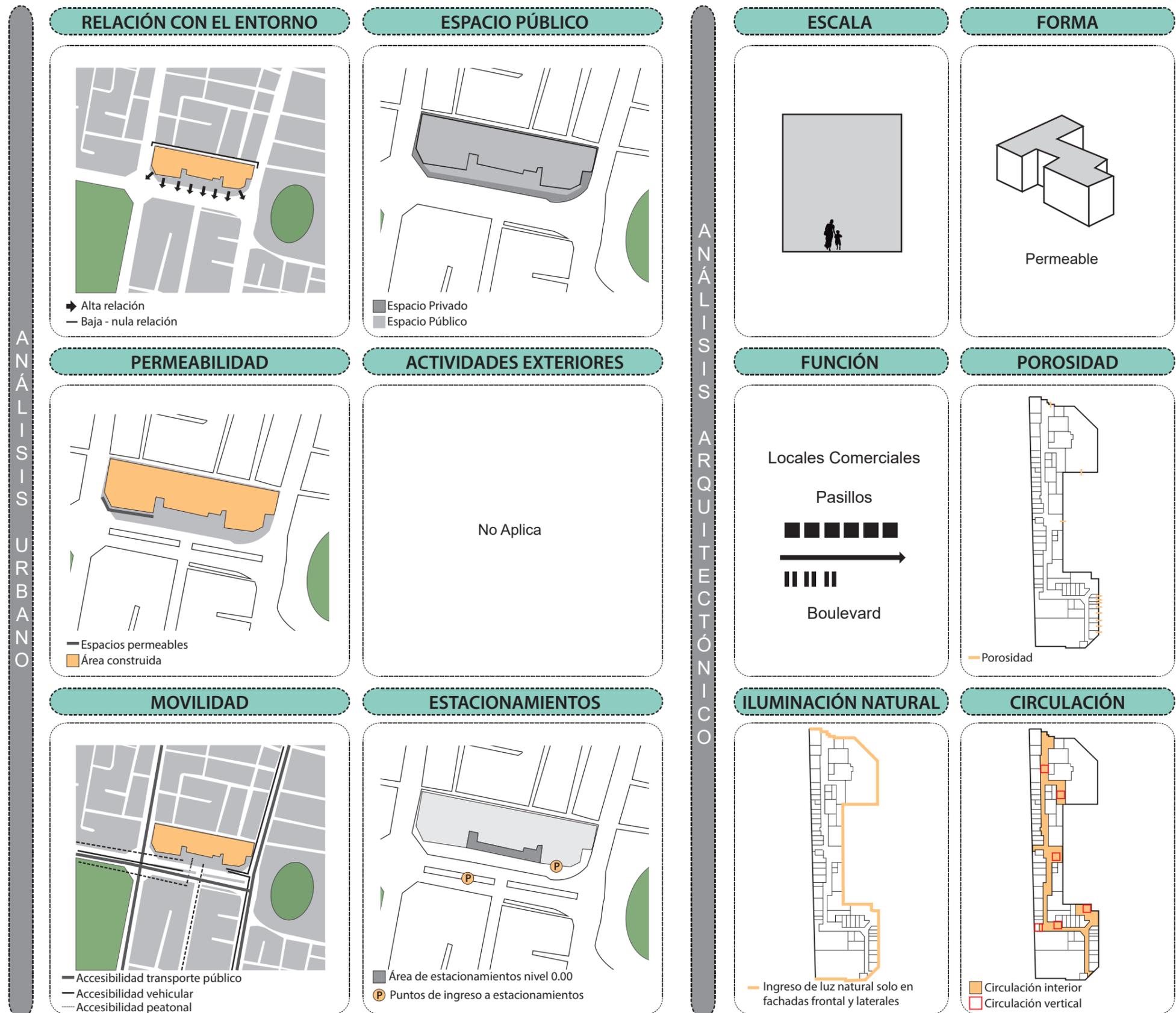
Arquitecto: Michel Deller

Año de construcción: 1987

Otros datos: Fue construido en la zona de más alto desarrollo comercial e inmobiliario de Quito y rodeado de las arterias de mayor afluencia de la capital

Quicentro Shopping se ha convertido en el primer centro comercial de categoría internacional del país.

En su interior funciona más de 210 locales comerciales en área total de 93.000m<sup>2</sup> de construcción y tres niveles de parqueaderos subterráneos con capacidad para 1500 vehículos. (Anónimo, 2000)



## 2.5 Conclusiones Fase Analítica: en función de todos los parámetros de análisis

Tabla 8.  
Análisis comparativo de casos

	<b>CENTRO C. GLORIES</b> Barcelona - España	<b>L'ILLA DIAGONAL</b> Barcelona - España	<b>MALL PARQUE ARAUCO</b> Santiago de Chile - Chile	<b>SAN LUIS SHOPPING</b> San Rafael - Ecuador	<b>QUICENTRO SHOPPING</b> Quito - Ecuador
<b>RELACIÓN CON EL ENTORNO</b>					
<b>ESPACIO PÚBLICO</b>					
<b>ESTACIONAMIENTOS</b>					
<b>HORARIOS</b>					
<b>ESCALA</b>					
<b>FORMA</b>					
<b>FUNCIÓN</b>					

## 2.4 Análisis Situación Actual del sitio y su Entorno Urbano

### 2.4.1 Ubicación de la zona de estudio

a provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, se encuentra ubicada en el norte del país en la región sierra, es la segunda provincia con más población en el Ecuador y cuenta con ocho cantones (Quito, Pedro Moncayo, Cayambe, Rumiñahui, Mejía, San Miguel de los Bancos, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito). El cantón con más superficie corresponde al Distrito Metropolitano de Quito.

El Distrito Metropolitano de Quito es la jurisdicción formada sobre la base del municipio de la capital. Quito está dividido por Zonas Metropolitanas conocidas como Administraciones Zonales cuyas funciones son el descentralizar los organismos institucionales, así como también mejorar el sistema de gestión participativa. El Cantón Rumiñahui tiene una extensión de 137.2 kilómetros cuadrados, lo que lo convierte en uno de los cantones más pequeños de la República del Ecuador, el cual se une al Distrito Metropolitano de Quito y a diferentes parroquias mediante la Autopista General Rumiñahui.

El Valle de Los Chillos cuenta con dos administraciones municipales, la administración zonal Los Chillos que corresponde al municipio de Quito y la administración municipal del Cantón Rumiñahui. Las parroquias pertenecientes al cantón Quito son: Amaguaña, Conocoto, El Tingo, Guangopolo, Alangasí, La Merced y Pintag. Las parroquias pertenecientes al cantón Rumiñahui son:

Sangolquí, San Rafael, San Pedro, Cotogchoa y Rumipamba. Geográficamente el territorio está delimitado al norte con el cerro Ilaló, al sur con el Pasochoa y el volcán Sincholagua, al Este con el volcán Antisana y al Oeste con las Lomas de Puengasí. El territorio tiene una longitud aproximada de 14 kilómetros en dirección Sur - Norte y 18 kilómetros en dirección Este – Oeste.

El proyecto a realizar se ubicará en la Administración Zonal Los Chillos dentro del sector Fajardo implantado en la pieza 1Z3 de la propuesta del plan urbano realizado en 9no semestre, esta pieza se encuentra dentro de una de la centralidad con vocación comercial-financiera que contiene Sangolquí, San Rafael, Fajardo y Capelo. Para la elaboración del proyecto se escogió un terreno que se encuentre fuera de zona de riego para localizar al nuevo Centro Comercial San Luis.

El área total del terreno es de 20. 229, 59 m<sup>2</sup>, debe ser un área amplia para poder cumplir con los objetivos planteados para la elaboración del Centro Comercial. El terreno está ubicado en Fajardo entre Pasaje San Miguel la cual se le dio una ampliación y continuación para permeabilidad urbana y otras vías creadas en el Plan Urbano de 9no semestre, el límite más característico de este terreno es el río Capelo.

Los factores positivos que tiene esta ubicación para el centro comercial es la existencia del río, una plaza y que se encuentra fuera de zona de riesgo por los lahares del volcán Cotopaxi y la localización dentro de una zona financiera dentro de la cual el Centro Comercial dará vida a la zona.

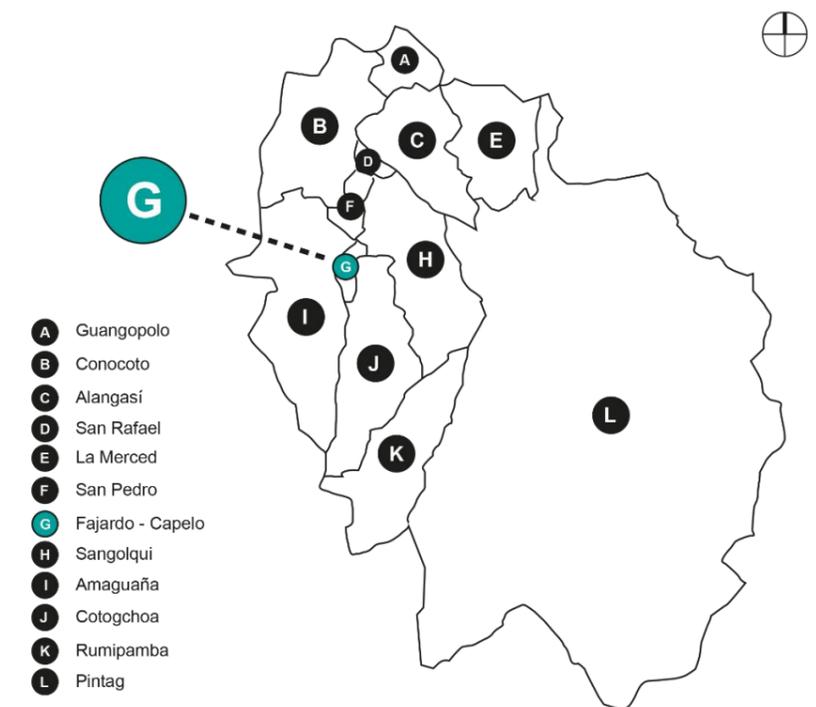
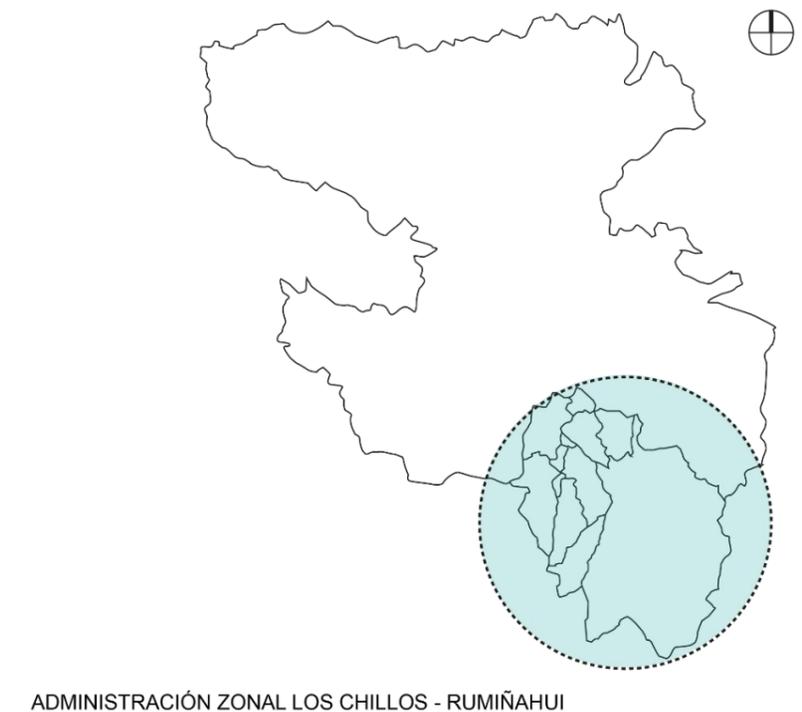


Figura 30. Ubicación de la zona de estudio

2.4.1. Centros y Centralidades

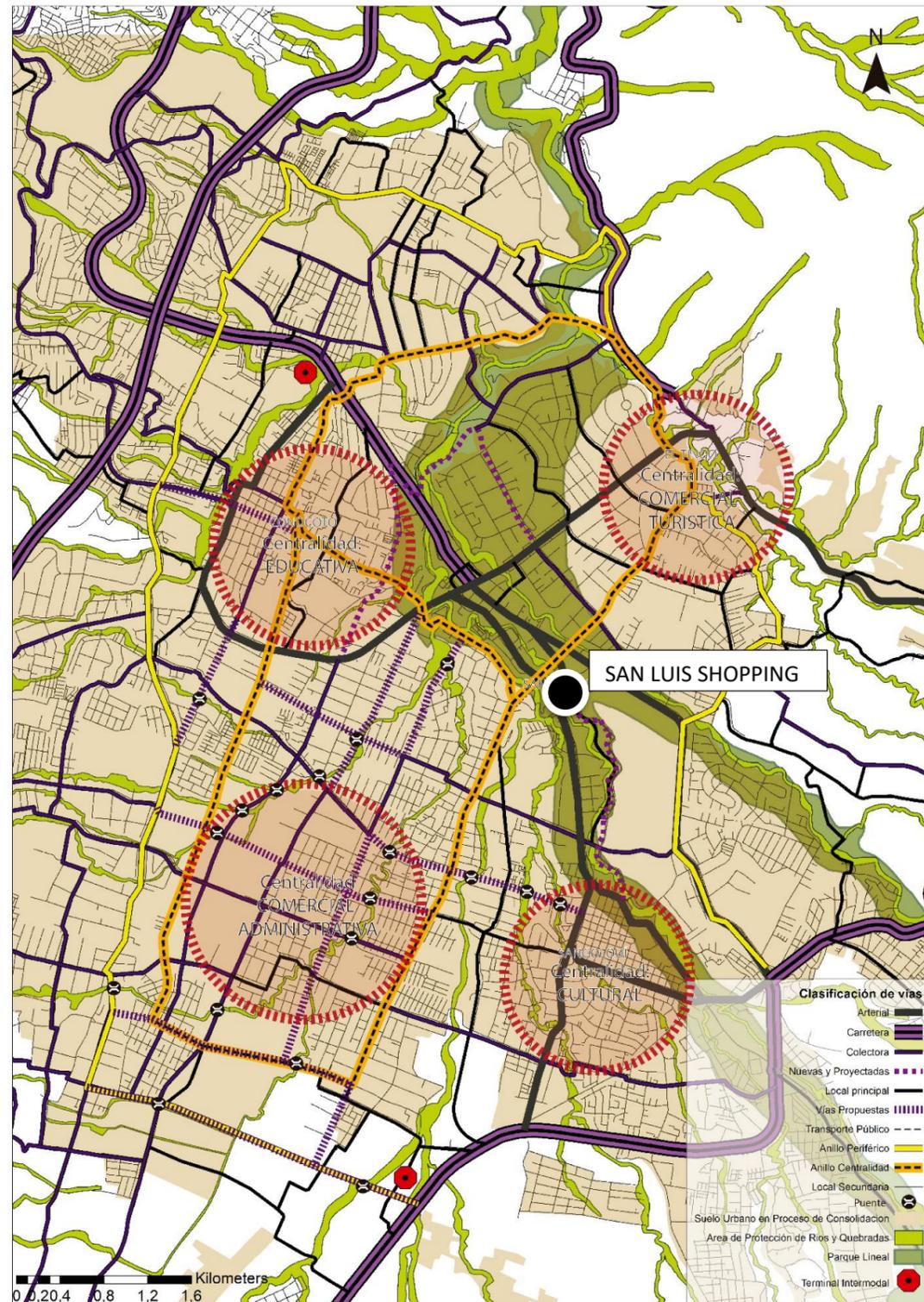


Figura 32. Centros y centralidades  
Tomado de (POU, 2016)

Mediante el POU realizado en Taller de noveno se planteó una centralidad urbana que se estructura a partir de 4 sub centros y 1 nodo agrícola, los mismos están articulados por circuitos vehiculares y económicos relacionados con la actividad productiva de la pieza urbana.

- **Primera sub centralidad:** Conocoto – **vocación:** Educativa
- **Segunda sub centralidad:** El Tingo – **vocación:** Turística
- **Tercer sub centralidad:** Sangolquí – **vocación:** Cultural
- **Cuarta sub centralidad:** Fajardo, Capelo – **vocación:** Comercial financiero
- **Nodo:** Anillo de producción agrícola

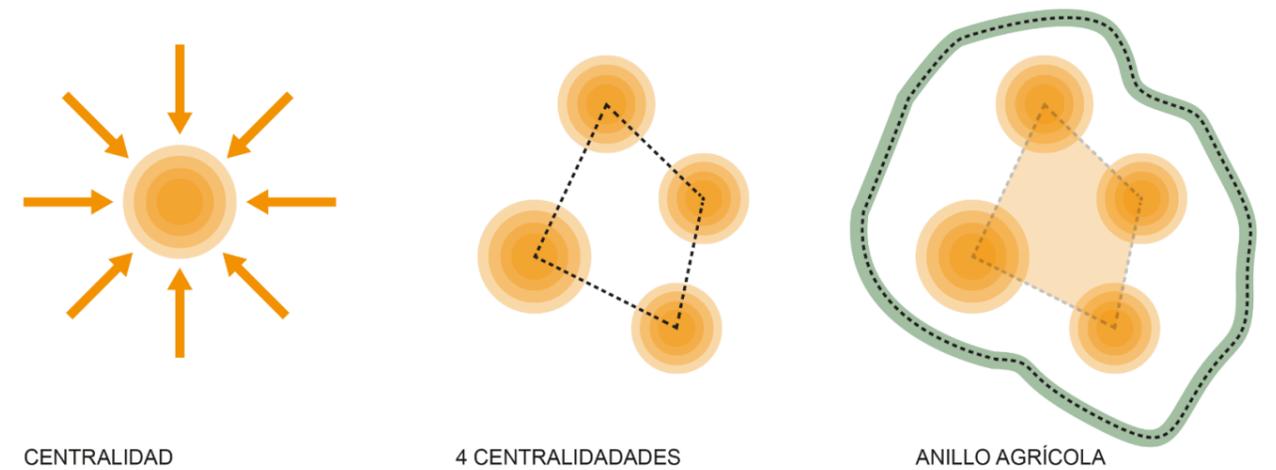


Figura 31. Centralidades

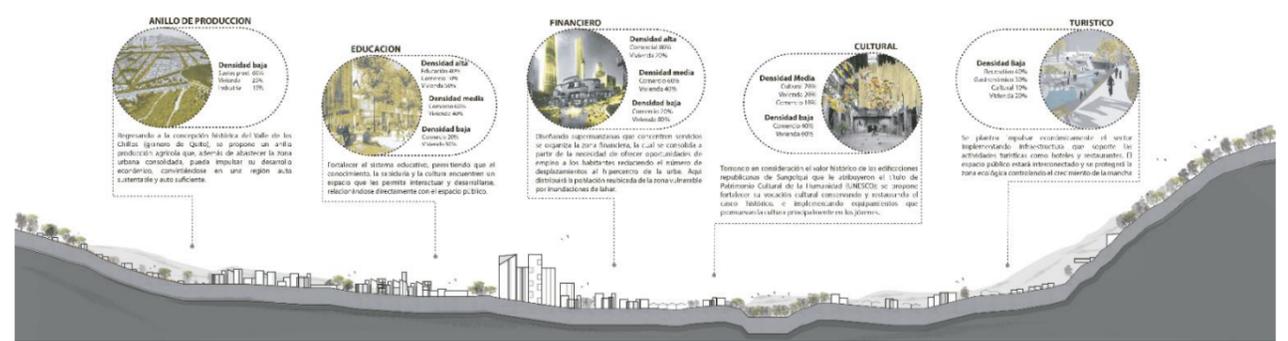


Figura 33. Corte centralidades  
Tomado de (POU, 2016)

2.4.2. Movilidad

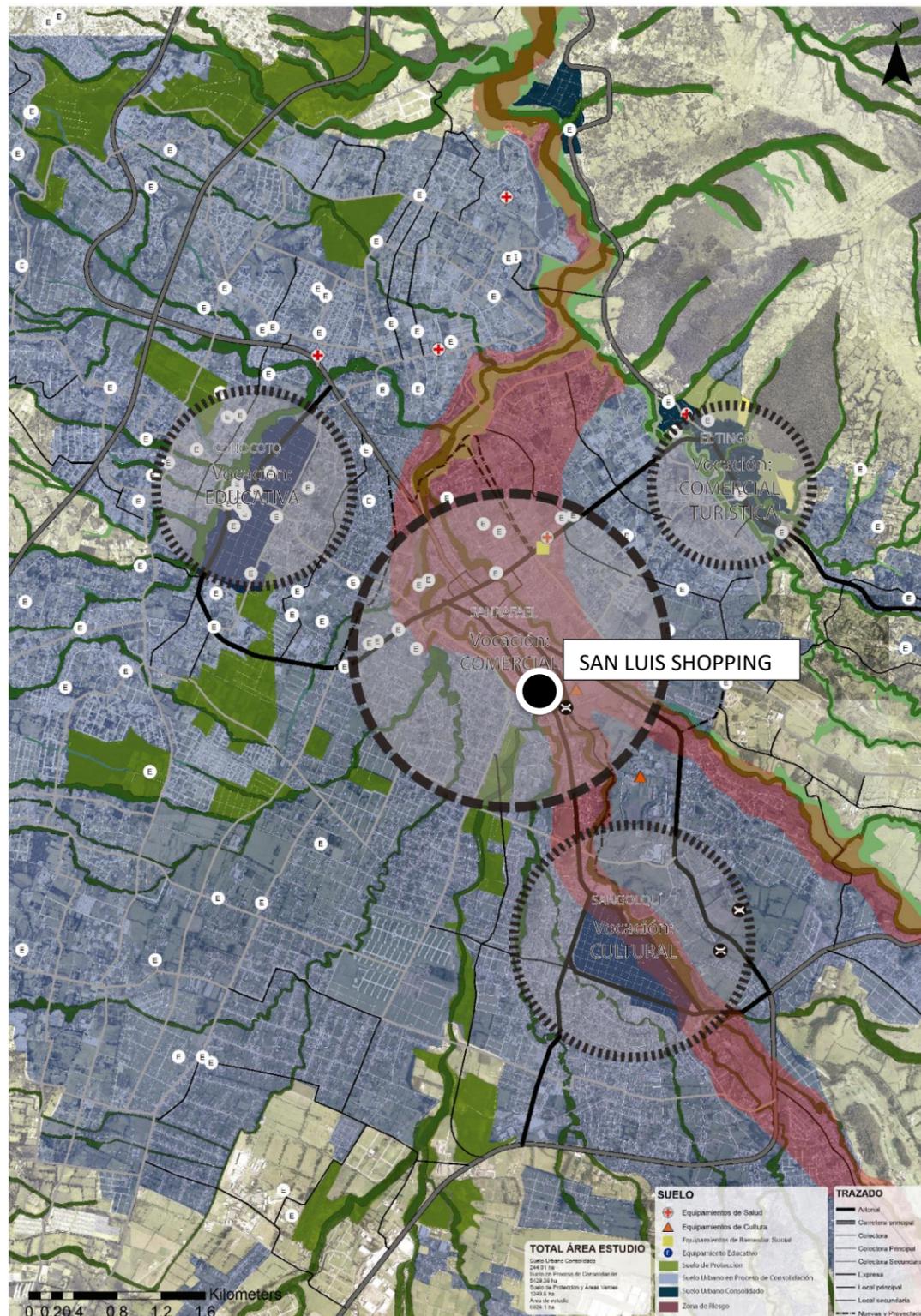


Figura 34. Movilidad  
Tomado de (POU, 2016)

Una de las estrategias proporcionadas en el diseño de movilidad del Valle de los Chillos para el bienestar del sector fue la implementación de un sistema intermodal al interior del territorio que priorice el transporte en buses, bicicletas y sobre todo el traslado peatonal.

Las nuevas centralidades propuestas logran tener una conexión con Quito a través de un transporte masivo con el norte de la ciudad y hacia el sur tiene una conexión con la Panamericana Norte, es por esta razón que dentro de la propuesta se apunta a la creación de dos terminales de transporte público intermodal.

Una de las estrategias más relevantes del sistema vial propuesto, es la creación de un anillo vial que pasa por la periferia del territorio y un anillo central. La implementación de vías arteriales, colectoras y locales permiten la conexión interna del territorio. Recalcando la accesibilidad a las centralidades propuestas con la finalidad de potencializar su vitalidad espacial, que es lo que tanto necesitan las parroquias que confirman las administraciones zonales en las que nos encontramos trabajando.

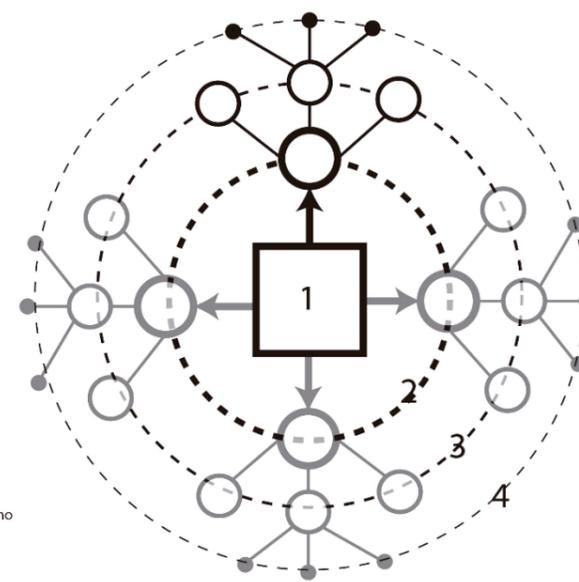


Figura 35. Sistemas  
Tomado de (POU, 2016)

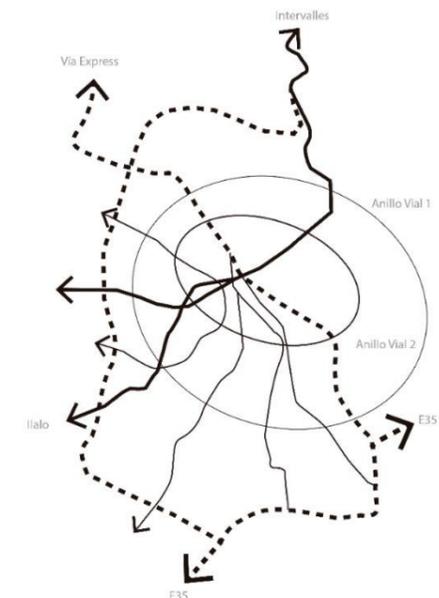


Figura 36. Anillos viales  
Tomado de (POU, 2016)

### 2.4.3. Flujos

El flujo peatonal dentro del sector de estudio es escaso dado por la priorización a los automóviles, lo cual es un problema actual, es por esta razón que dentro del plan urbano realizado la ampliación de aceras y continuidad en el trazado urbano ayudará a los usuarios a optar por un desplazamiento a ciertos puntos donde desean llegar caminando, logrando tener un mayor porcentaje de flujo peatonal dando prioridad al peatón y creando espacios más confortables con áreas verdes y lugares de descanso.



Figura 357. Flujo peatonal

El flujo vehicular registrado en el Valle de los Chillos es alto debido a que el desplazamiento que realizan la mayoría de los usuarios del sector es en auto ya que las distancia que deben recorrer son largas.

Mediante los anillos viales creados en el plan urbano del taller ayudará al desplazamiento de los usuarios de parroquia a parroquia sin crear conflictos vehiculares, nodos de conflictos y tráfico en puntos específicos del sector.

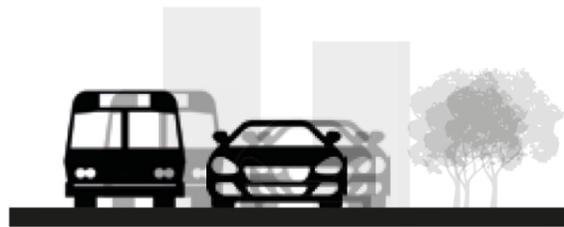


Figura 38. Flujo vehicular

#### 2.4.3.1. Flujo peatonal

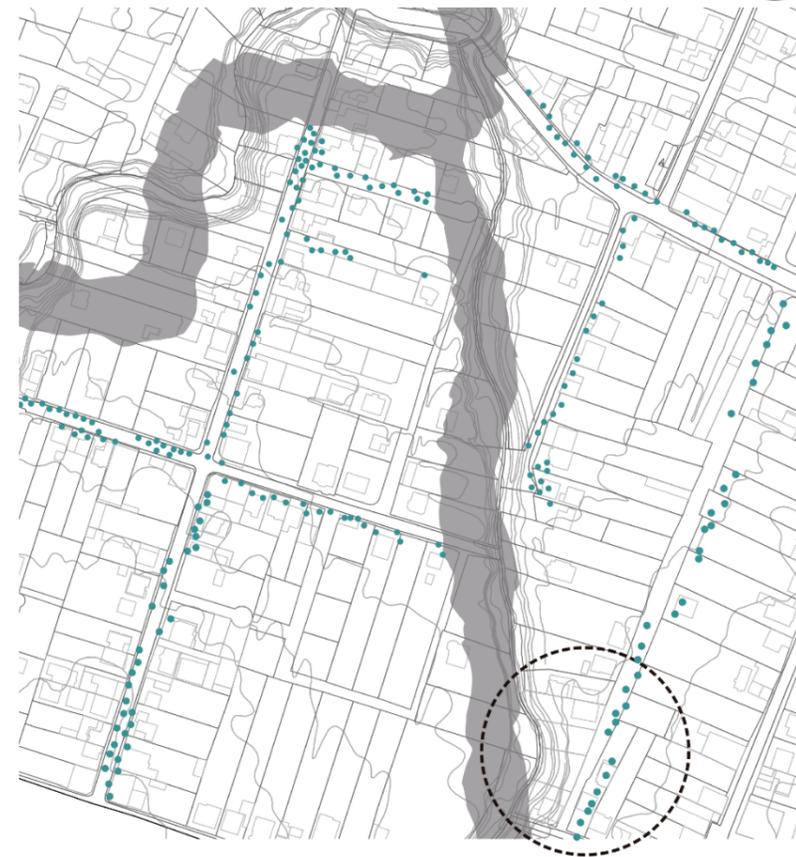


Figura 39. Flujo peatonal actual

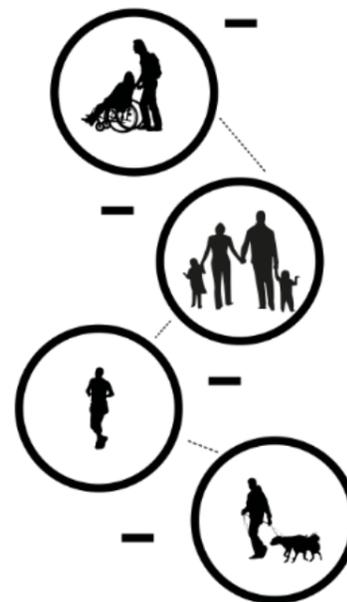


Figura 40. Diagrama flujo peatonal

#### 2.4.3.2 Flujo vehicular



Figura 41. Flujo vehicular actual

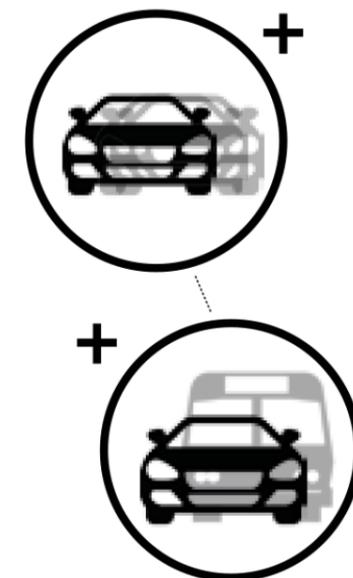


Figura 42. Diagrama flujo vehicular

**2.4.4. Trazado**

El Valle de los Chillos tiene un trazado irregular que responde a la topografía de los valles por tener una gran cantidad de quebradas a lo largo del territorio.

En el plan realizado se ejecutaron pocas reformas en el trazado dentro de la zona de comercial financiera debido a que no existía la necesidad de cambiarlo por el respeto al damero y trazado regular de zonas históricas dentro de la zona.

Las escasas reformas realizadas en el trazado fueron elaboradas en el lugar en donde se ubicarán los equipamientos de gran magnitud dentro del sector de Fajardo y Capelo, los cuales están conectados por vías que trabajan como anillos conectores de todos los sectores en donde se trabajó para el planteamiento de la mejora del plan urbano en el Valle de los Chillos.

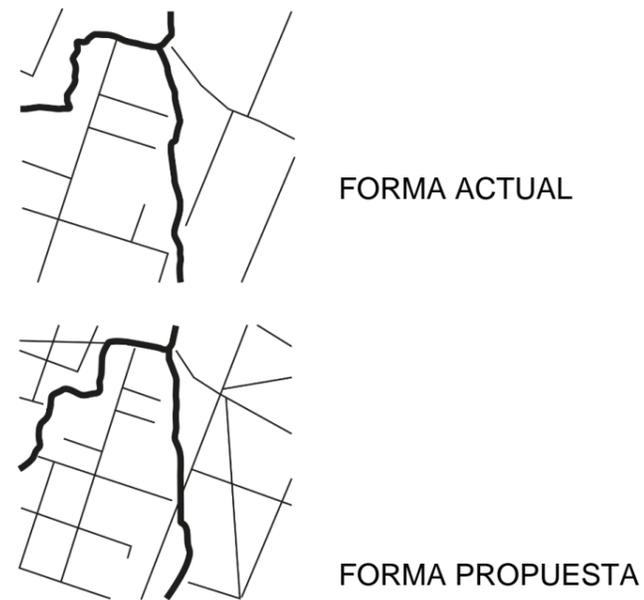


Figura 43. Trazado

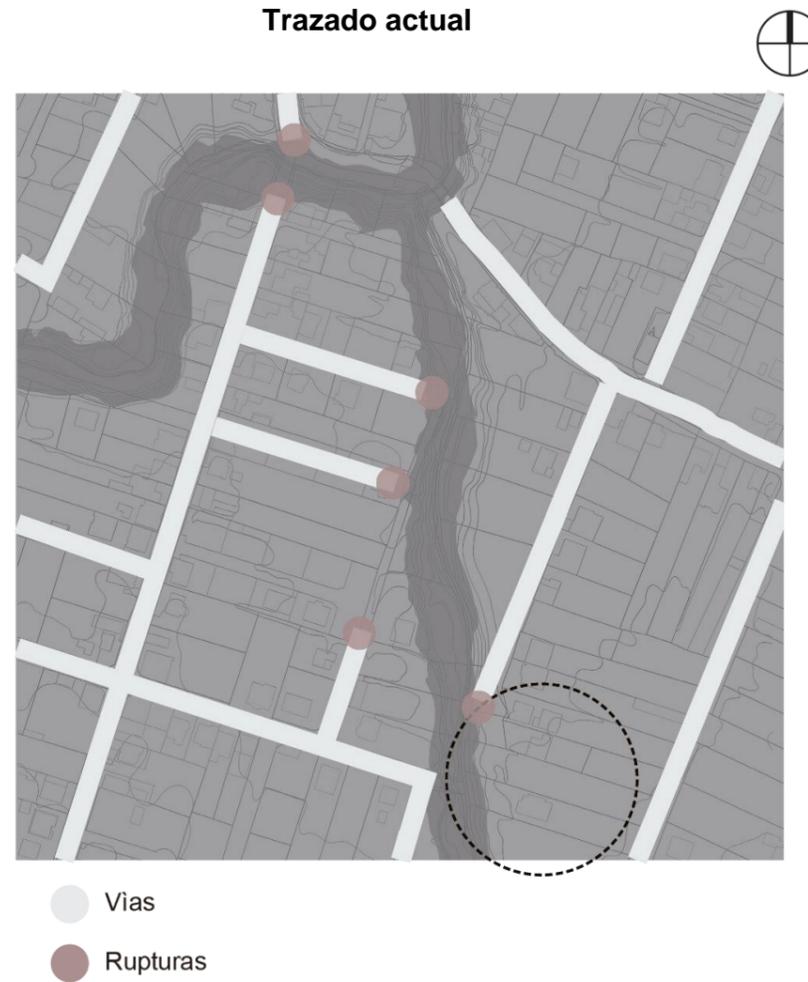


Figura 44. Trazado actual

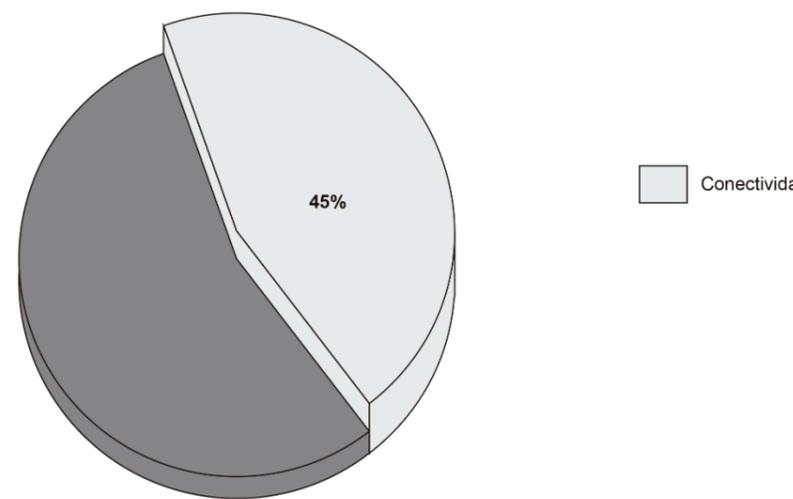


Figura 45. Diagrama porcentual trazado actual



Figura 46. Trazado propuesta

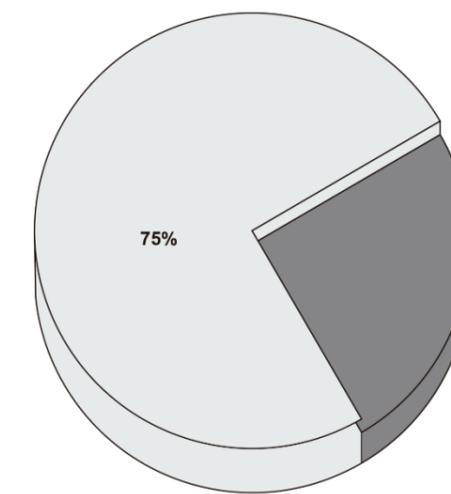


Figura 47. Diagrama porcentual trazado propuesta

### 2.4.5. Uso de suelo

El uso de suelo dentro del Valle de Los Chillos tiene una falta de mixtura de usos dentro de su territorio, existen grandes áreas netamente residenciales con una baja oferta de servicios y comercio.

Dentro de Fajardo, la zona en la que se implantará el proyecto, existe una subutilización del suelo, con viviendas aisladas, la mayoría como asentamientos informales y terrenos sin utilización, lo cual en base al POU realizado en el Taller de noveno, se da un mayor y apropiado uso de suelo dentro del sector, en su mayoría mixto, pero con gran ocupación comercial y residencial debido a la relocalización de ciertas viviendas que se encuentran en zona de riesgo y algunos equipamientos que serán detonantes dentro del sector.

**Uso mixto tipo 1 = Vivienda + comercio**

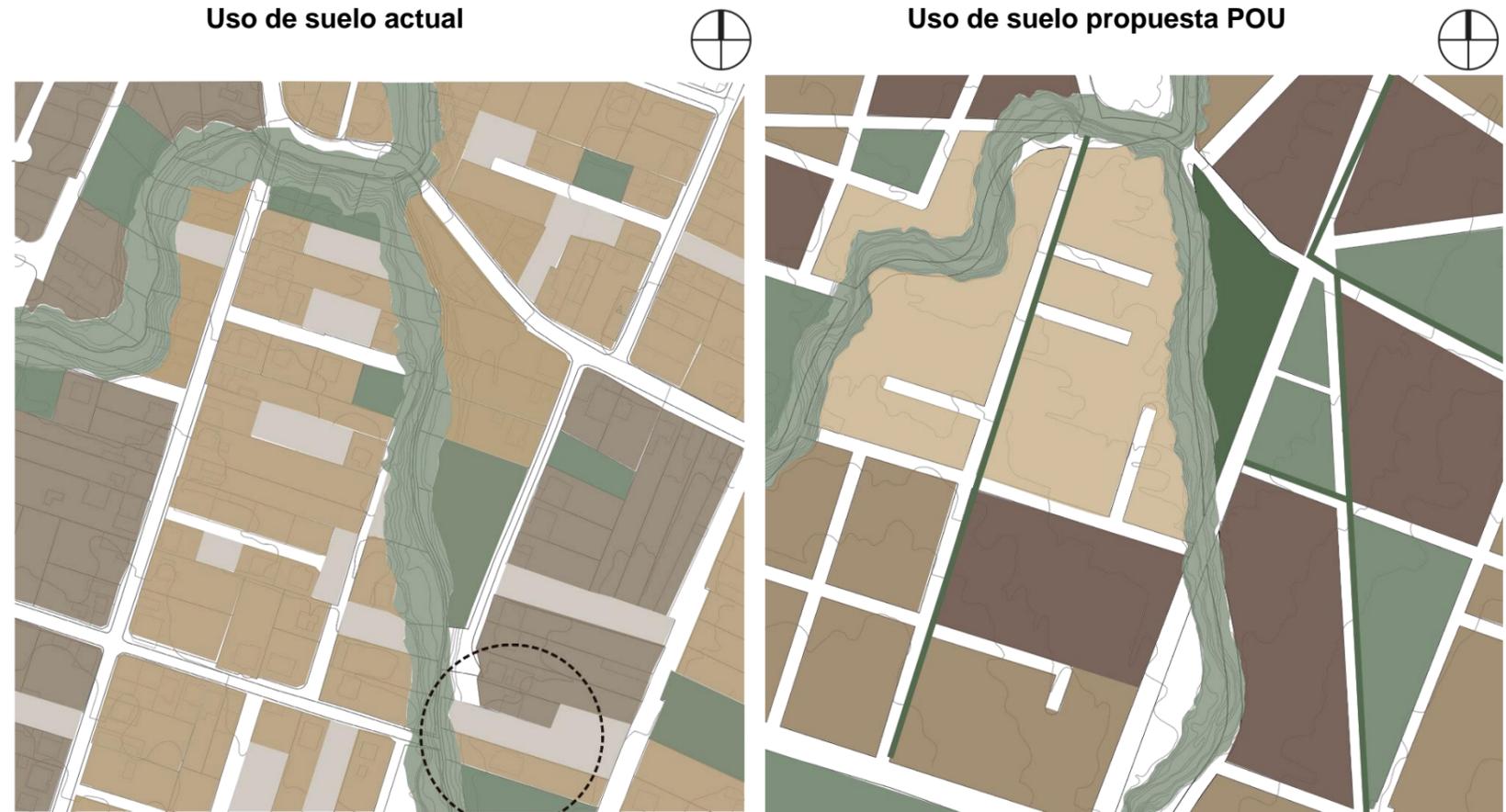


Figura 48. Vivienda más comercio

**Uso mixto tipo 1 = Vivienda + comercio + oficinas**



Figura 49. Vivienda más comercio más oficinas



- Áreas verdes
- Vivienda (informal)
- Agricultura
- Lotes vacíos

Figura 50. Uso de suelo actual

- Planta de agua
- Uso mixto tipo 1
- Uso mixto tipo 2
- Equipamientos
- Áreas verdes

Figura 52. Uso de suelo propuesta

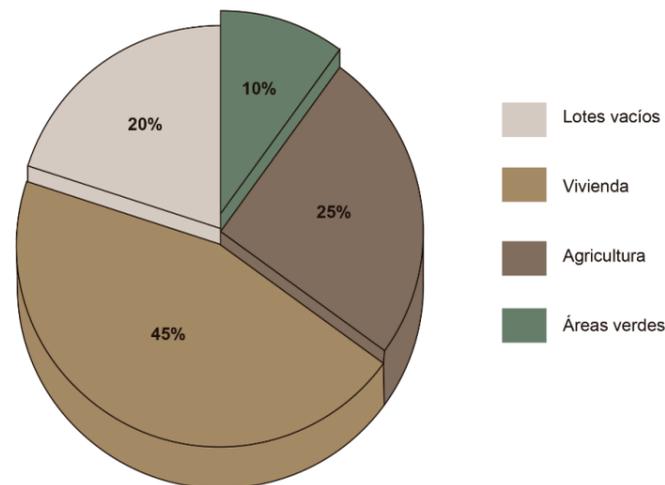


Figura 51. Diagrama porcentual uso de suelo actual

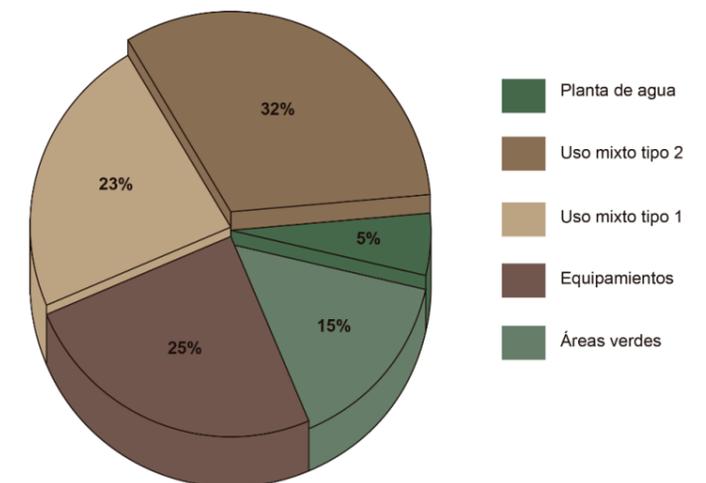


Figura 53. Diagrama porcentual uso de suelo propuesta

**2.4.6. Forma de ocupación**

La forma de ocupación de suelo dentro del área estudiada del Valle de los Chillos apunta a un nivel bajo, es por esta razón que dentro del Plan Urbano realizado la forma de ocupación en los lotes en cada una de las centralidades va de una menor ocupación a una mayor ocupación en las periferias lo cual permite que se aproveche de mejor manera el suelo.

Dentro de la zona de estudio existen zonas con mayor afectación y vulnerabilidad.

Dentro de la pieza en la que se encuentra el proyecto se planificó una mayor ocupación de suelo debido a la baja ocupación dentro sector ya que con esto se puede potencializar la zona con diferentes tipologías y con formas de ocupación dentro del sector.

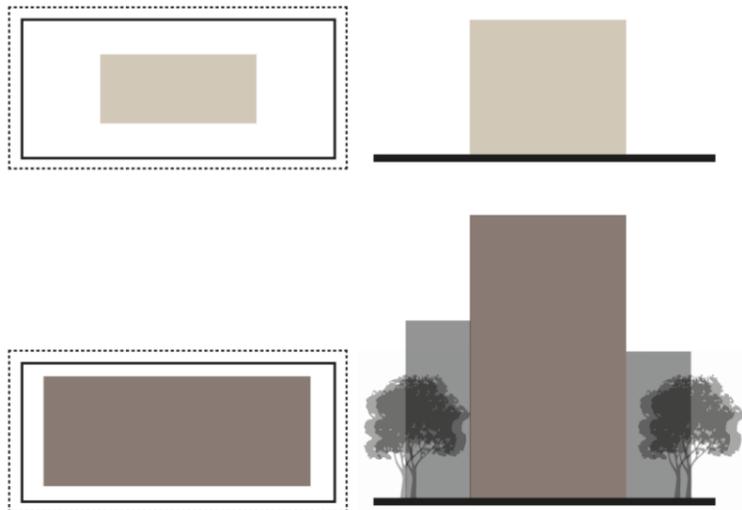


Figura 54. Forma de ocupación



Figura 55. Forma de ocupación actual

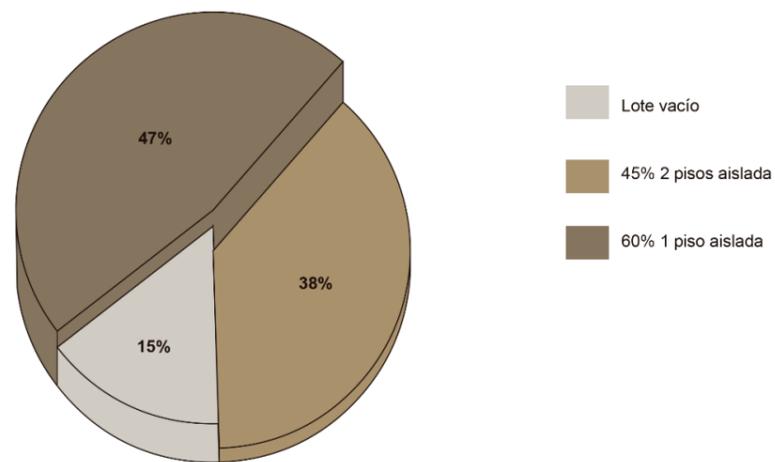


Figura 56. Diagrama porcentual forma de ocupación actual

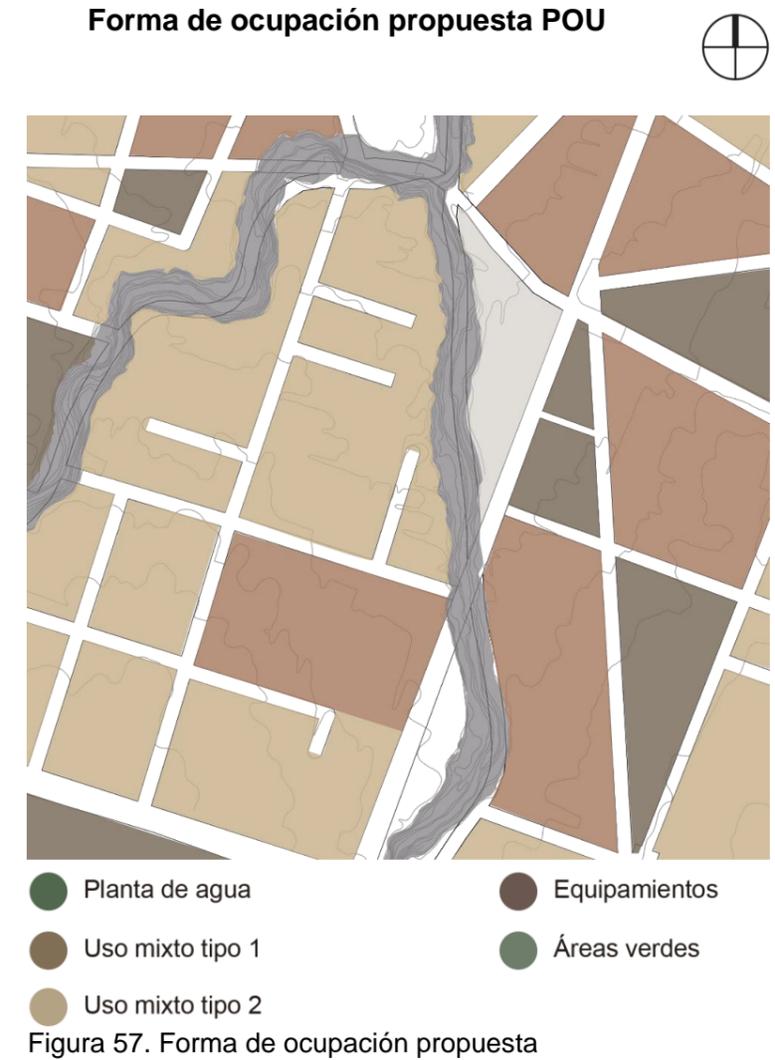


Figura 57. Forma de ocupación propuesta

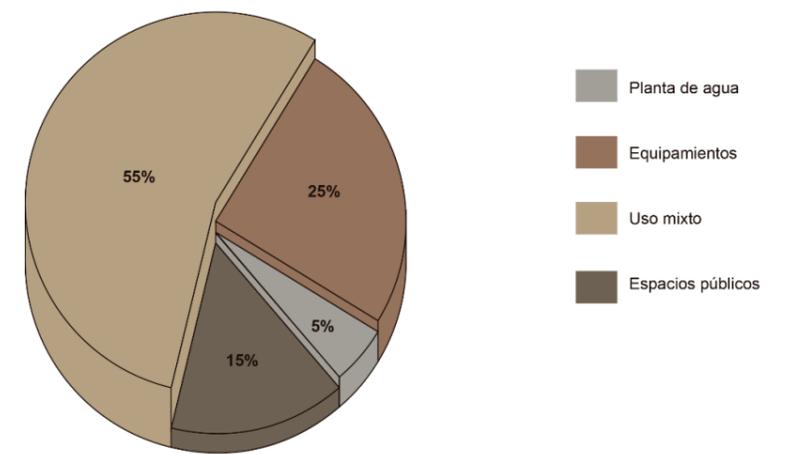


Figura 58. Diagrama porcentual forma de ocupación propuesta

**2.4.7. Alturas**

Dentro del Valle de los Chillos las alturas permitidas según la normativa son un máximo de 10 pisos para densidad baja, lo cual va de acuerdo a la densidad de usuarios actual de la zona.

Al ser una propuesta pensada a futuro, la altura máxima de las edificaciones dentro de nuestro Plan Urbano realizado en 9no semestre en cada una de las centralidades varía el número de pisos los cuales irán acorde a la densidad proyecta para el 2040.

Mediante la propuesta del Taller en la zona comercial-financiera la altura de las edificaciones es la más alta debido a la densidad de usuarios por la reubicación de viviendas y equipamientos dentro del mismo llegando a una altura de 12 pisos.



Figura 59. Alturas en el sector



Figura 60. Alturas - propuesta en Fajardo

**Alturas actuales**

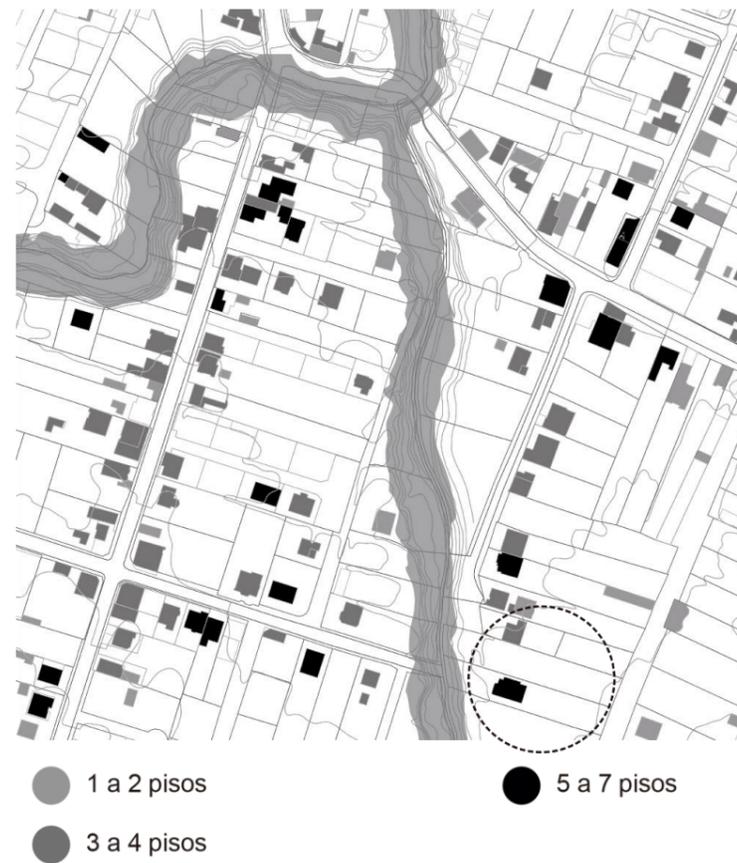


Figura 61. Alturas actuales

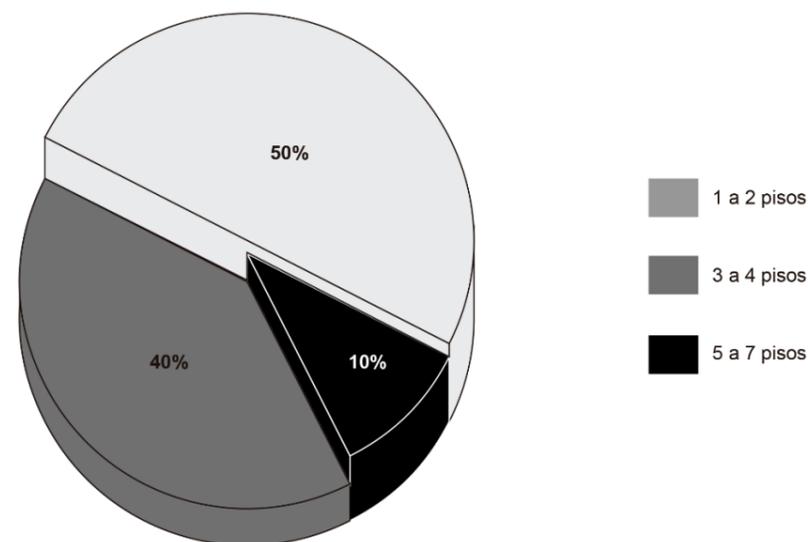


Figura 62. Diagrama porcentual alturas actuales

**Altura propuesta POU**

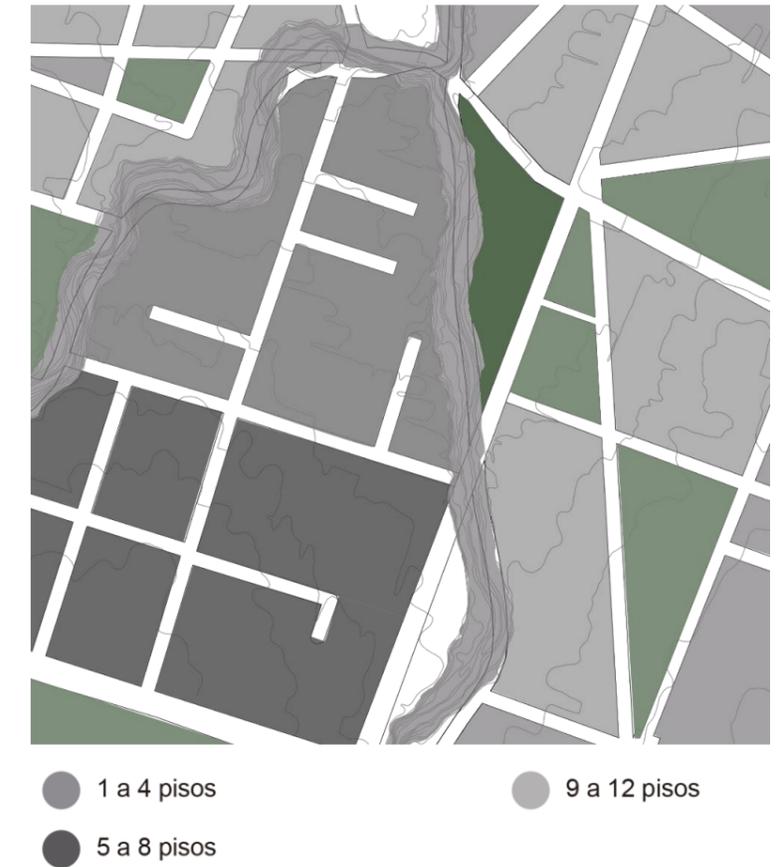


Figura 63. Alturas propuesta

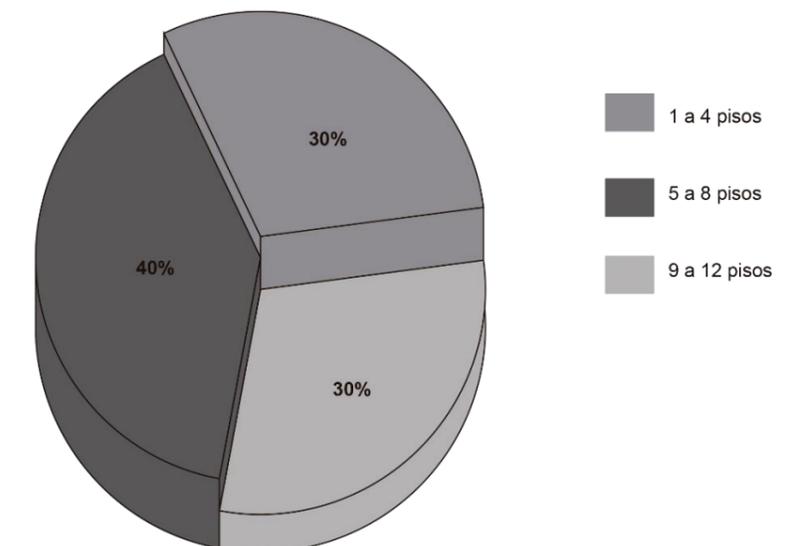


Figura 64. Diagrama porcentual alturas propuesta

### 2.4.8. Equipamientos

Dentro de la Administración Zonal Los Chillos existe una cantidad considerable de equipamientos e infraestructuras destinadas al encuentro social de los usuarios, pero no logran abastecer la demanda que se necesita y la mayoría se encuentran muy dispersos en la zona, esto quiere decir que los equipamientos dentro de la zona de estudio no son suficientes para la población del Valle de Los Chillos.

En el análisis realizado se pudo verificar que algunos de los equipamientos existentes en la zona de estudio se encuentran en zona de riesgo, es por esta razón que una de las estrategias realizadas en caso de emergencia que se deben realizar es la re-localización de los equipamientos a zonas fuera de riesgo, debido a que los equipamientos ubicados en zonas vulnerables como equipamientos educativos, salud, comercio entre otros aglomeran una gran cantidad de usuarios en sus instalaciones y deben ser re-ubicados para prevenir pérdidas lamentables.

Son por estas razones que en la propuesta realizada el número de equipamientos logra abastecer a la población del Valle de Los Chillos y dotan al territorio de un sistema de equipamientos que potencia la inclusión social y espacial. En este caso nos enfocaremos en la centralidad correspondiente a la zona comercial-financiera debido a que el equipamiento a realizar se encuentra dentro del mismo, donde un centro financiero, un hotel con centro de convenciones y el Centro Comercial los cuales potencializan la zona Comercial del sector.

Equipamientos actuales



Figura 65. Equipamientos actuales

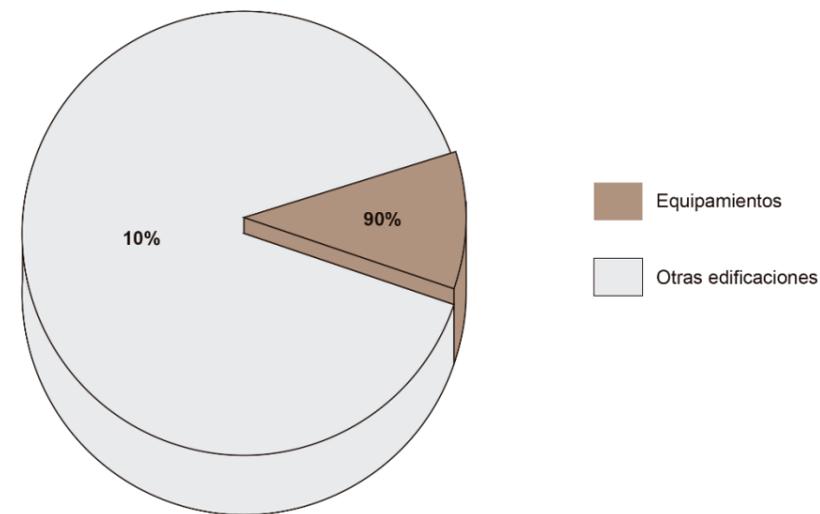


Figura 66. Diagrama porcentual equipamientos actuales

Equipamientos propuesta POU



Figura 67. Equipamientos propuesta

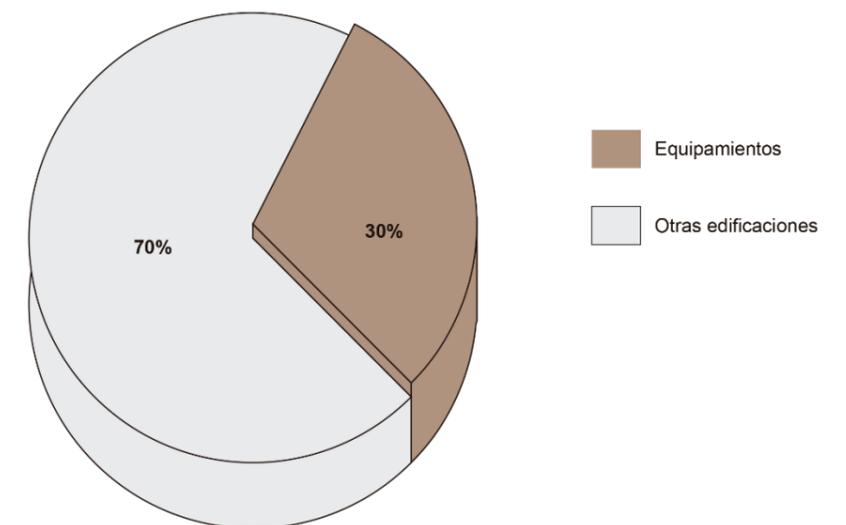


Figura 68. Diagrama porcentual equipamientos propuesta

### 2.4.9. Áreas verdes

El Valle de los Chillos se caracteriza por tener un alto porcentaje de áreas verdes, San Pedro, Fajardo y Capelo de igual manera, sin embargo, estas áreas verdes no son consideradas como espacio público debido a que por la subutilización de suelo que existe en el sector, estas áreas son parte de haciendas privadas o lotes pertenecientes a zonas industriales lo cual minora la cantidad de espacios públicos que puedan ser aprovechada por los usuarios que habitan en el sector.

Por todas estas problemáticas el área no cumple con el porcentaje mínimo de área verde por habitante, por esta razón dentro del plan realizado se liberó y articuló los espacios a través de un circuito de espacios públicos, corredores verdes y remates visuales que logren superar el porcentaje mínimo por habitante requerido.



Figura 69. Áreas verdes Fajardo

### Áreas verdes actuales



Figura 70. Áreas verdes actuales

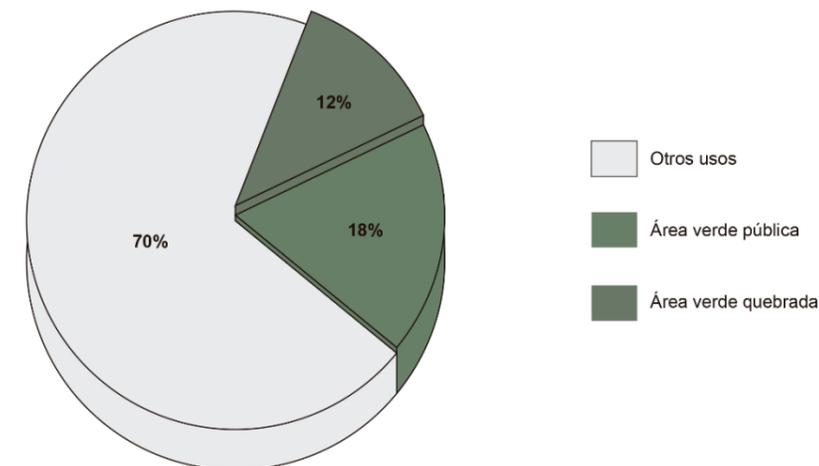


Figura 71. Diagrama porcentual áreas verdes actuales

### Áreas verdes propuesta POU



Figura 72. Áreas verdes propuesta

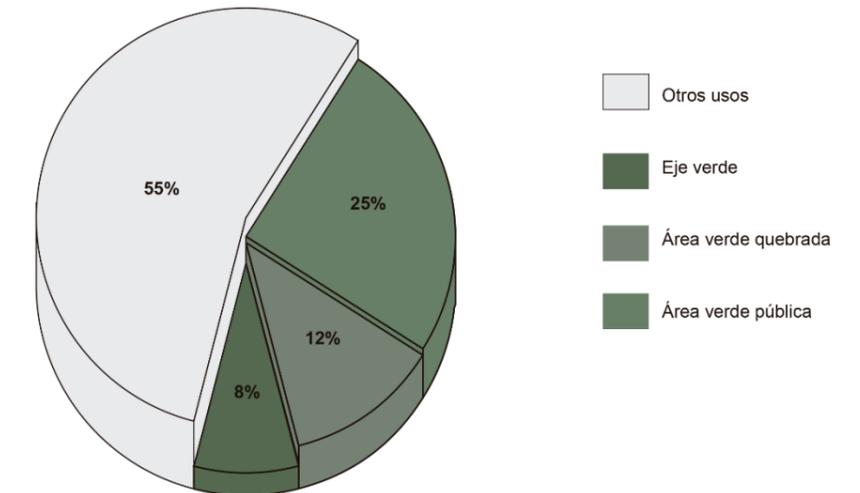
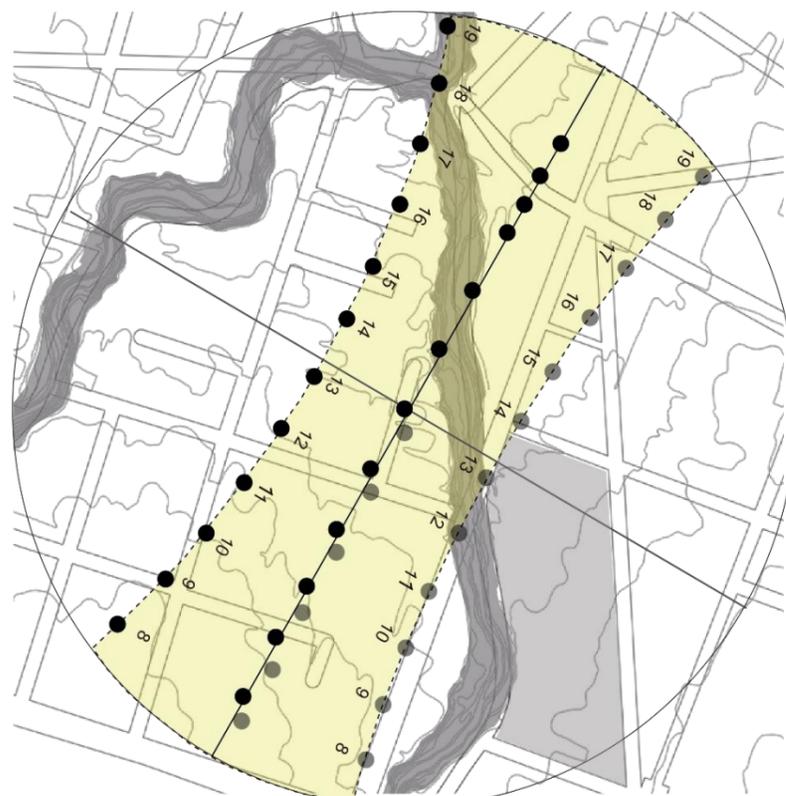


Figura 73. Diagrama porcentual áreas verdes propuesta

## 2.4.10. Asoleamiento



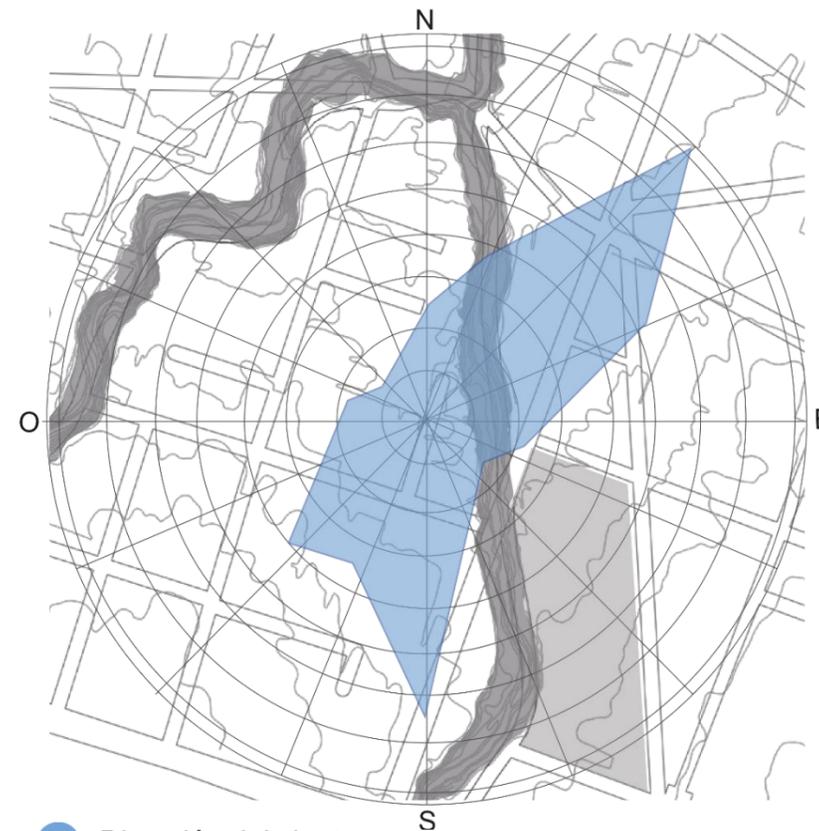
- Recorrido del sol
- Ubicación del proyecto

Figura 74. Asoleamiento

La orientación del proyecto permite el ingreso de luz natural.

El confort térmico será proporcionado en varios espacios del Centro Comercial debido a que es importante que al ser uno de los equipamientos visitados por los usuarios, la sensación de confort sea el aceptable.

## 2.4.11. Vientos



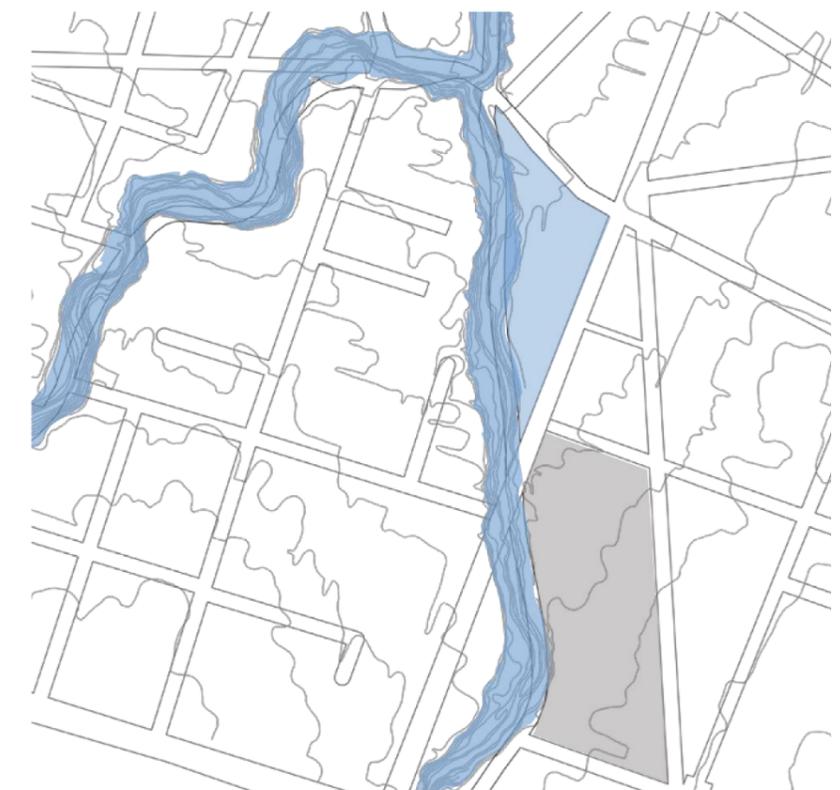
- Dirección del viento
- Ubicación del proyecto

Figura 75. Vientos

La dirección del viento es de Sur este lo cual permite de una manera positiva el ingreso del viento dentro del proyecto debido a que está orientado de norte a sur.

Se aprovechará la circulación del viento para que ingrese dentro del Centro Comercial para proporcionar un ambiente cálido y confortable para las personas puedan sentirse bien mientras pasean por el equipamiento.

## 2.4.12. Hidrología



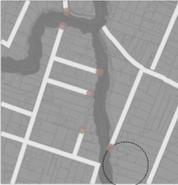
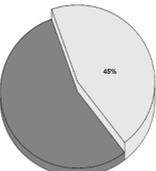
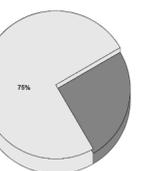
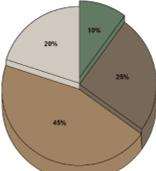
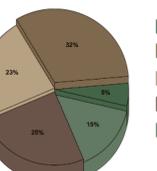
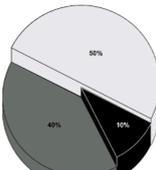
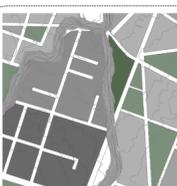
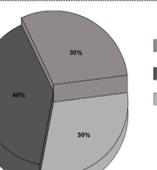
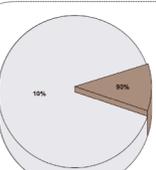
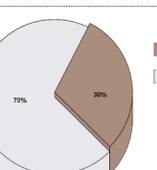
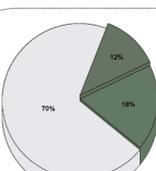
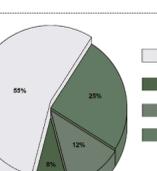
- Recorrido del sol
- Planta de agua
- Ubicación del proyecto

Figura 76. Hidrología

Fajardo y Capelo tienen la presencia de quebradas. La ubicación del proyecto se encuentra junto a una de las quebradas del sector y dentro de la propuesta realizada, al lado sur del equipamiento se encuentra una planta de agua para poder tratar el agua de todo el sector.

**2.5 Conclusiones Fase Analítica: en función de todos los parámetros de análisis**

Tabla 9.  
Conclusiones Fase Analítica

	SITUACIÓN ACTUAL FAJARDO	CONCLUSIONES SITUACIÓN ACTUAL	PROPUESTA POU	CONCLUSIONES PROPUESTA POU
<b>TRAZADO</b>	 <p><b>Vías</b> <b>Rupturas</b></p> <p>Trazado irregular que responde a la topografía de los valles por tener una gran cantidad de quebradas a lo largo del territorio.</p> <p>Existen varias rupturas en las vías del sector debido a la existencia del paso del río Capelo.</p>	 <p><b>Conectividad</b></p> <p>El porcentaje de conectividad del trazado de Fajardo actual es bajo en cuanto al porcentaje que debe existir entre vías conectores dentro de un sector.</p> <p>Los vías que conectan no abastecen a la movilidad del sector.</p>	 <p><b>Vías</b> <b>Rupturas</b></p> <p>En el lugar en donde se ubicarán los equipamientos de gran magnitud fue donde se realizaron reformas en el trazado, dentro del sector de Fajardo y Capelo, los cuales están conectados por vías que trabajan como anillos conectores de todos los sectores</p>	 <p><b>Conectividad</b></p> <p>En las reformas realizadas en cuanto a vías, movilidad y conectividad, se logra mejorar y abastecer de mejor manera a los usuarios de Fajardo.</p>
<b>USO DE SUELO</b>	 <p><b>Áreas verdes</b> <b>Vivienda (informal)</b> <b>Agricultura</b> <b>Lotes vacíos</b></p> <p>Tiene una falta de mixtura de usos dentro de su territorio, existen grandes áreas netamente residenciales con una baja oferta de servicios y comercio.</p> <p>Existe una subutilización del suelo, con viviendas aisladas, la mayoría como asentamientos informales y terrenos sin utilización</p>	 <p><b>Lotes vacíos</b> <b>Vivienda</b> <b>Agricultura</b> <b>Áreas verdes</b></p> <p>El uso de suelo tiene un porcentaje que no permite que exista una relación óptima de los usuarios dentro del sector de Fajardo y no existen usos destinados al comercio.</p>	 <p><b>Planta de agua</b> <b>Uso mixto tipo 1</b> <b>Uso mixto tipo 2</b> <b>Equipamientos</b> <b>Áreas verdes</b></p> <p>Se da un mayor y apropiado uso de suelo dentro del sector, en su mayoría mixto, pero con gran ocupación comercial y residencial debido a la relocalización de ciertas viviendas que se encuentran en zona de riesgo</p>	 <p><b>Planta de agua</b> <b>Uso mixto tipo 2</b> <b>Uso mixto tipo 1</b> <b>Equipamientos</b> <b>Áreas verdes</b></p> <p>El porcentaje relacionado con el uso de suelo en Fajardo se ve notablemente mejorado por la existencia de usos comerciales, espacios públicos y mixtura en los usos del sector.</p>
<b>ALTURAS</b>	 <p><b>1 a 2 pisos</b> <b>3 a 4 pisos</b> <b>5 a 7 pisos</b></p> <p>Las alturas permitidas son de un máximo de 10 pisos para densidad baja, lo cual va de acuerdo a la densidad de usuarios actual de la zona.</p>	 <p><b>1 a 2 pisos</b> <b>3 a 4 pisos</b> <b>5 a 7 pisos</b></p> <p>Las alturas de las edificaciones van de acuerdo a las necesidades que existen dentro del sector, debido a que en este caso la densidad dentro de la zona apunta un nivel bajo.</p>	 <p><b>1 a 4 pisos</b> <b>5 a 8 pisos</b> <b>9 a 12 pisos</b></p> <p>En la zona comercial-financiera la altura de las edificaciones es la más alta debido a la densidad de usuarios por la reubicación de viviendas y equipamientos dentro del mismo llegando a una altura de 12 pisos.</p>	 <p><b>1 a 4 pisos</b> <b>5 a 8 pisos</b> <b>9 a 12 pisos</b></p> <p>La altura de edificaciones logra mejorar y aumentar su porcentaje debido a que la propuesta es realizada a futuro y apunta a un mayor número de usuarios dentro del sector de Fajardo.</p>
<b>EQUIPAMIENTOS</b>	 <p><b>Equipamiento Religioso</b></p> <p>Los equipamientos no logran abastecer la demanda que se necesita y la mayoría se encuentran muy dispersos en la zona, existe un déficit de equipamientos comerciales en el sector de Fajardo.</p>	 <p><b>Equipamientos</b> <b>Otras edificaciones</b></p> <p>El porcentaje de equipamientos existentes en el sector es un bajo ya que los equipamientos que hay en la zona están dispersos y son escasos.</p>	 <p><b>E1</b> Centro de Negocios <b>E2</b> Centro Comercial San Luis <b>E3</b> Hotel</p> <p>El número de equipamientos propuestos logra abastecer a la población del Valle de Los Chillos y en este caso al sector de Fajardo donde, un centro financiero, un hotel con centro de convenciones y el Centro Comercial los cuales potencializan la zona Comercial del sector.</p>	 <p><b>Equipamientos</b> <b>Otras edificaciones</b></p> <p>El porcentaje de equipamientos propuestos en la zona abastece a una mayor cantidad de personas, dando mayores oportunidades de trabajo debido a que el sector tiene un caracter comercial financiero.</p>
<b>ÁREAS VERDES</b>	 <p><b>Área verde pública</b> <b>Área verde quebrada</b></p> <p>Las áreas verdes del sector de Fajardo no son consideradas como espacio público debido a que por la subutilización de suelo que existe en la zona, estas áreas son parte de haciendas privadas o lotes que pertenecen a industrias.</p>	 <p><b>Otros usos</b> <b>Área verde pública</b> <b>Área verde quebrada</b></p> <p>No existe un porcentaje considerable de áreas verdes público por habitante, la existencia de estas áreas son en lotes y propiedades privados de usuarios residentes del sector.</p>	 <p><b>Área verde pública</b> <b>Área verde quebrada</b> <b>Eje verde</b> <b>Ubicación del proyecto</b></p> <p>Dentro del plan realizado se liberó y articuló los espacios a través de un circuito de espacios públicos, corredores verdes y remates visuales que logren superar el porcentaje mínimo por habitante requerido.</p>	 <p><b>Otros usos</b> <b>Eje verde</b> <b>Área verde quebrada</b> <b>Área verde pública</b></p> <p>La cantidad de áreas verdes mejora debido a que en el plan realizado se aumenta mayor área destinada a espacios públicos que contienen áreas verdes, potencializando las existentes.</p>

### 3. CAPÍTULO III. Fase conceptual

#### 3.0. Introducción al Capítulo

Dentro del capítulo de la fase de conceptualización se establecerán soluciones que se puedan aplicar y resultar favorables para el sitio, con elección de estrategias para lograr resolver problemáticas puntuales a las que está expuesto el equipamiento y dar un fortalecimiento a sus potencialidades con parámetros que logren sustentar cada uno de los puntos que se quieran desarrollar en la fase.

En este capítulo se dará un enfoque especial a la teoría ya que será el elemento potencial para la formación del concepto que se aplicará en el proyecto tanto en su parte urbana como arquitectónica, yendo conjuntamente con un análisis de la programación existente en el actual Centro Comercial San Luis pero traduciéndolo al nuevo equipamiento con estrategias de ubicación y nuevos locales que brinden servicios complementarios a los usuarios del sector con una proyección que ayude a regular los espacios, partiendo acorde con los lineamientos para el desarrollo de la fase propositiva.

#### 3.1. Determinación teorías conceptuales

##### 3.1.1. Urbanos

Para poder establecer el concepto de la parte urbana del proyecto es importante recordar que la zona en la que está ubicado el nuevo equipamiento es una zona comercial

financiera, dentro de una plataforma que fue construida por nuevos lineamientos, uno de sus bordes marcados es la quebrada y una plaza al otro lado del terreno escogido, los cuales ayudaron a determinar decisiones sobre espacios dentro de la plataforma. Dados los elementos limitantes dentro del lote en el que se ubicará el nuevo Centro Comercial se parte de dos conceptos teóricos que llevarán al concepto urbano en general; los conceptos teóricos son: simetría e hibridación.

**3.1.1.1 Simetría:** Es la distribución equilibrada de formas y espacios alrededor de un eje y/o punto en común (Lombardi, 2006). Este concepto dentro de un diseño urbano pretende articular un juego de volúmenes de la composición con el medio natural y el construido del entorno inmediato.

**3.1.1.2. Hibridación:** Es una organización espacial que toma en cuenta el contexto existente en la que su forma y su función es reformulada, mantiene la línea de volúmenes, los usos y las funciones urbanas que especializan a la pieza urbana que será intervenida, produciendo una morfología antisegregacionista.

##### 3.1.2. Arquitectónicas

El factor re-localización es el factor sobresaliente para establecer el concepto arquitectónico del proyecto debido a que los usos, las actividades y las funciones del Centro Comercial San Luis se trasladará a la nueva propuesta que responde a otro orden otra forma y sobre todo otra ubicación; el otro elemento esencial es el contexto al que

pertenece, los conceptos teóricos son: transcripción y jerarquía urbana.

**3.1.2.1. Transcripción:** Recrea parcial o totalmente el sistema de ocupación anterior. Por ello toma en cuenta los usos edificatorios y los reestructura.

**3.1.2.2. Jerarquía urbana:** Preponderancia que se da a partir de la dimensión, contexto y visión de las composiciones que van con respecto al entorno inmediato al proyecto.

#### 3.2. Concepto

##### 3.2.1. Concepto Urbano

Las dos teorías conceptuales referentes a espacios urbanos ayudaron a determinar el concepto general es cual es:

**“Articulación de espacios públicos en base a la composición natural existente”.**

Es por esta razón que el diseño urbano, de espacios públicos y de paisajismo en general responde al medio natural existente y a ejes potentes que permitan al usuario transitar por espacios de transición.

##### 3.2.2. Concepto arquitectónico

Las teorías conceptuales ayudaron a determinar el concepto arquitectónico general es cual es:

**“Transcripción”**

Concepto que tiene tres componentes importantes para su desarrollo:

- **Factores esenciales:** Re-localización del equipamiento y espacio público.

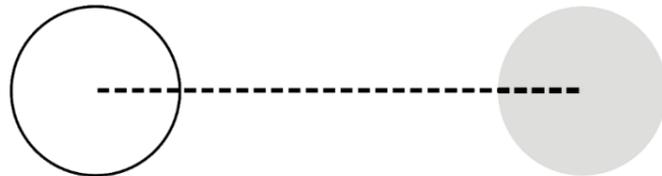


Figura 77. Concepto – factores esenciales.

- **Puntos específicos:** Usos, actividades y funciones.

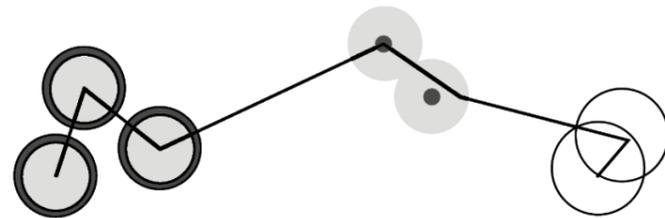


Figura 78. Concepto - puntos específicos.

- **Cambios:** Localización, orden, relaciones (entre actividades y espacios interiores y exteriores), forma.

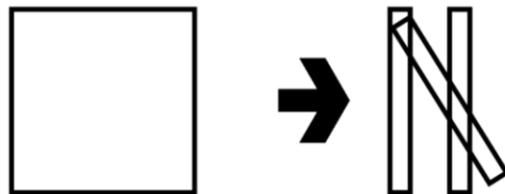


Figura 79. Concepto - cambios.

**Se enfoca:** En los usos, volúmenes y espacio público del nuevo Centro Comercial tomando en cuenta los usos edificatorios para restaurarlos.

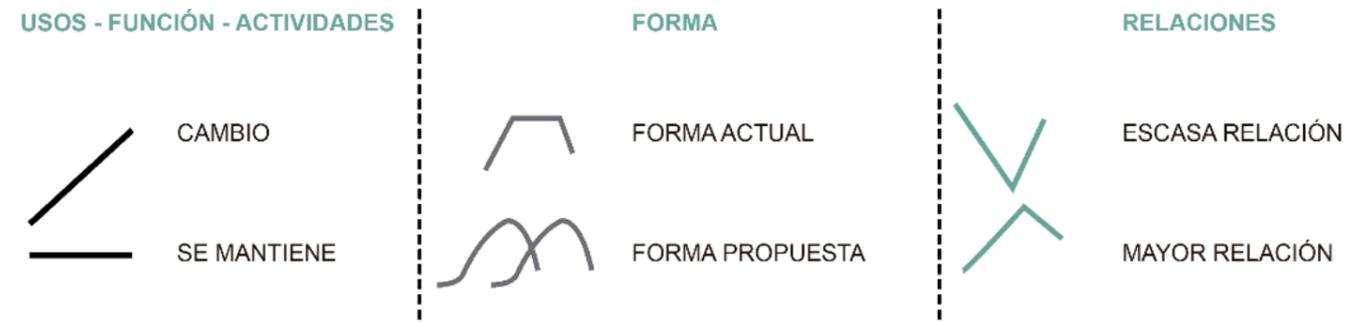


Figura 80. Concepto – usos, forma, relaciones

**Diagrama conceptual:**

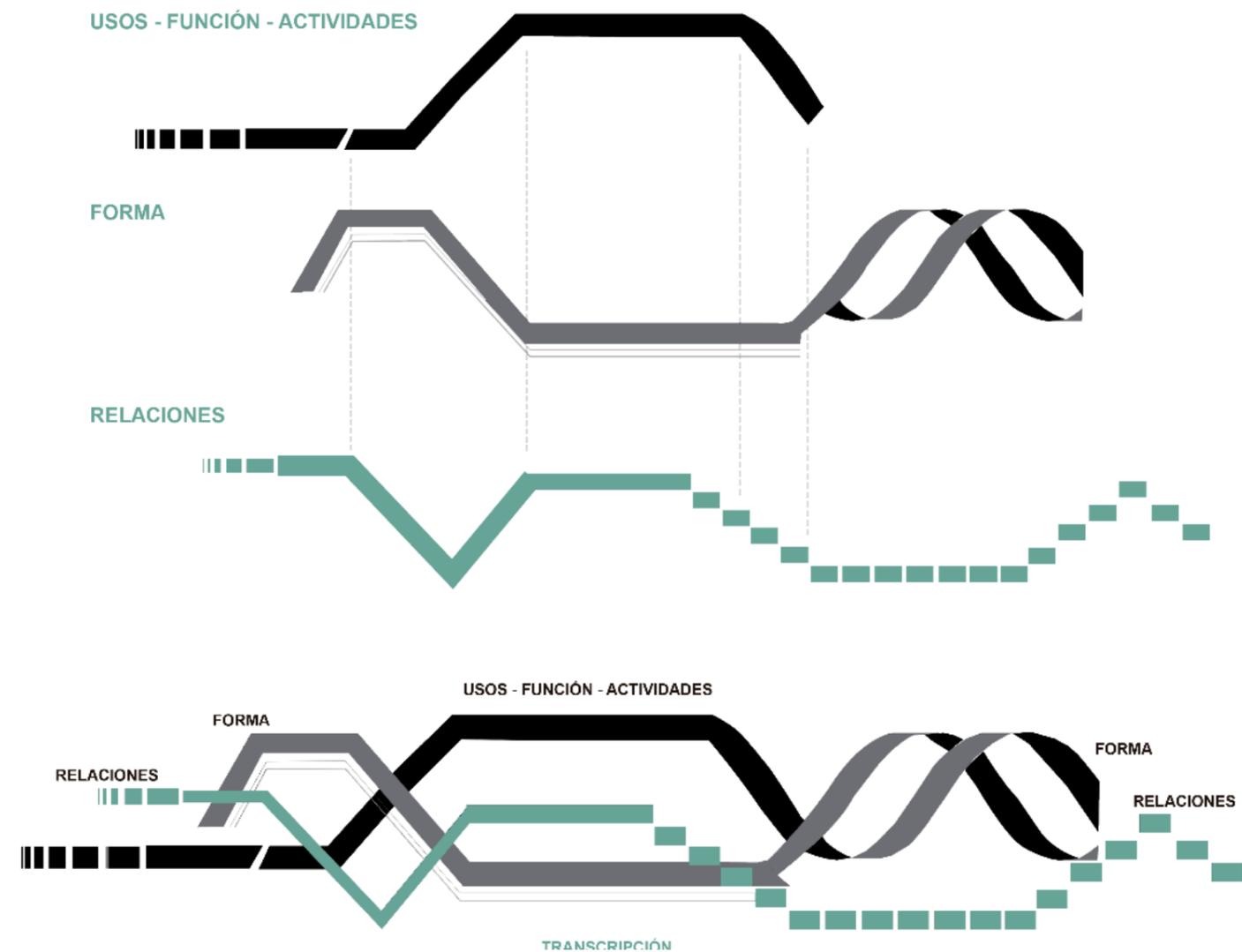


Figura 81. Concepto

### 3.3. Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio (estrategias de diseño).

Tabla 10.

Aplicación de parámetros conceptuales al caso de estudio

ESTRATEGIAS URBANAS

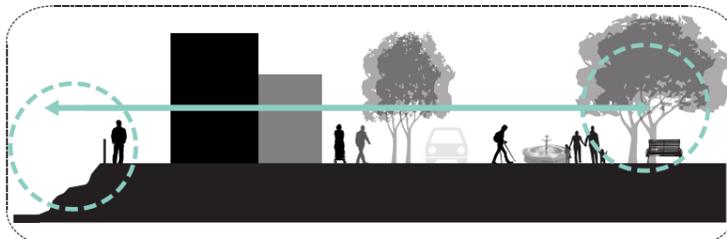
Creación de espacios multifuncionales que alimenten las actividades colectivas



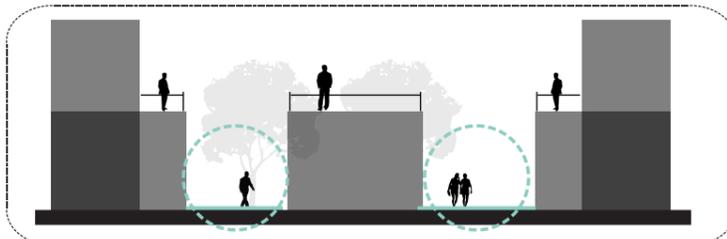
Programa urbano que de vida a los espacios públicos del proyecto



Anclas urbanas con circulaciones entre espacios interiores y exteriores del Centro Comercial

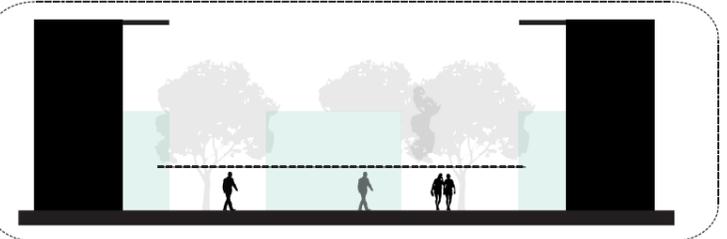


Espacios abiertos entre volúmenes que generen espacios públicos dentro del proyecto



ESTRATEGIAS ARQUITECTONICAS

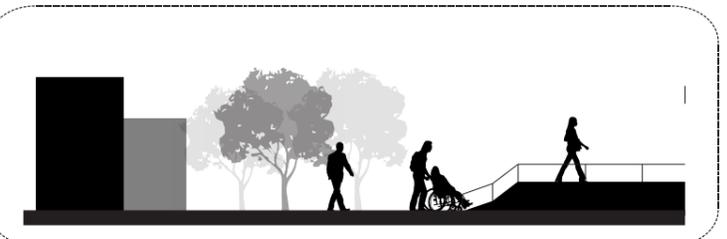
Fachadas transparentes y porosas para la generación de relaciones visuales



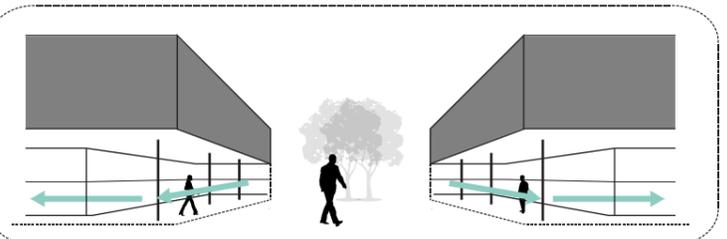
Configuración de estacionamientos subterráneos para la liberación de espacios exteriores



Espacios y circulaciones inclusivas que garanticen accesibilidad universal

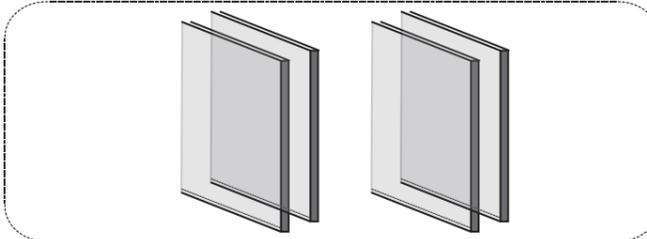


Flexibilidad espacial

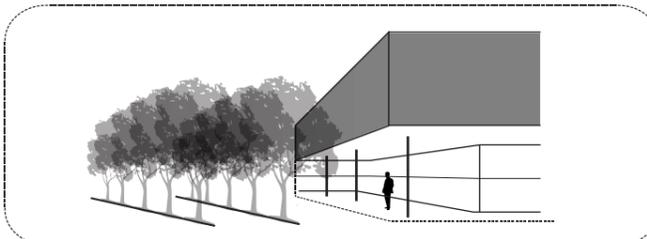


ESTRATEGIAS ASESORIAS

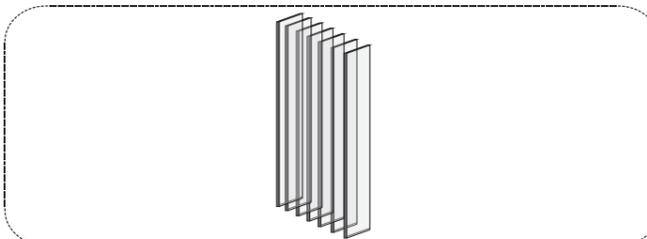
Vidrios dobles para el confort térmico dentro del Centro Comercial.



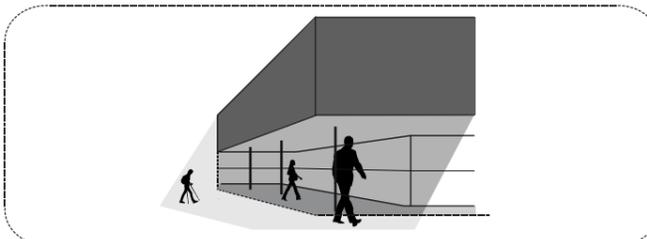
Redes verdes en espacios abiertos que ayuden al confort térmico del espacio



Lamas de madera para el control del ingreso de luz en ciertos espacios que necesitan protección



Volados con anclaje que generen ciertos espacios de sombra en los espacios abiertos del proyecto



### 3.4. Definición de programa arquitectónico

Tabla 11.

Programa arquitectónico San Luis Shopping actual

N°	CATEGORÍAS	PROGRAMA	ESCALAS	CANTIDAD
1	Servicios Bancarios	Banco Bolivariano	ME	1
		Banco de Guayaquil	ME	1
		Banco del Pacífico	ME	1
		Banco Pichincha	ME	1
		Banco procredit	ME	1
		Banco Produbanco	ME	1
		Banco solidario	ME	1
		Mutualista Pichincha	ME	1
2	Comida	American Deli	MO	2
		Bocadillo	MO	1
		Buffalo's	MO	1
		Cajun	MO	1
		Corfu & Cyrano	MA	1
		Andy and apple delicious	MO	1
		Di serggio	MO	1
		Dulces tradicionales	MO	1
		El Turrón de la mancha	MO	1
		Entredulces	ME	1
		Futroteca	MO	1
		Mitra arte en fruta	MO	1
		Pop pop & Sugar	MO	1
		Crepes & Waffles	MA	1
		El café de la vaca	MA	1
		El Español	ME	1
		Hamburguesas Rusty	MA	1
		Hamburguesas el Corral	ME	1
		Heladería Fontan	MO	1
		Juan Valdez	MA	1
		KFC	MA	1
		KFC	MO	1
		Kobe sushi express	MA	1
		La Kafra	MO	1
		La Tablita del Tartaro	MO	1
		Las Palmeras	MO	1
		Los Cebiches de la Rumiña	MO	1
		Los Coqueiros	MO	1
		Magico Oriental	MO	1
		Mayflower	MO	1
		Menestras del negro	MO	1
		Noe shushi bar	ME	1
		Pizza Hut	MO	1
		Pollo Gus	MO	1
		Subway	MO	1
		Sweet & Coffee	MO	1
		T.G.I Fridays	MA	1
		Toffee	MO	1
		Tropi Burger	MO	1
		Tutto Freddo	MO	1
Vaco y Vaca	MA	1		
Yogurt Amazonas	MO	1		

**MA J** Mayor Jerarquía

**MA** Mayor

**ME** Media

**MO** Menor

3	Telecomunicaciones Electrónica e Informática	Accesorios celulares	MO	1
		Almacenes Japon	ME	1
		Alti Electronics	MO	1
		Cellmax	MO	1
		Concreta	ME	1
		Game On	MO	1
		Point technology	ME	1
		Refiltoneer	MO	1
		Samsung Store	MO	1
		Claro	ME	1
		CNT EP	MO	1
Movistar	MO	1		
Movistar	ME	1		
4	Abasto			1
4.1	Vestimenta	Camisería Inglesa	MO	1
		Pical	ME	1
		Uomo Venetto	MO	1
		Bebe mundo	MA J	1
		Pa'niños	MO	1
		Pa'niños Shoes	MO	1
		Teleshop	ME	1
		Jean Up	MO	1
		Me accessories	MO	1
		Optimoda	ME	1
		Explorer	ME	1
		Independiente del Valle	MO	1
		Marathon Sports	MA	1
		Sumbawa	MO	1
		Taty Boutique	ME	1
		Tizmart	MO	1
		Camisetas Zsimon	MO	1
		Converse	ME	1
		D & Bond	ME	1
		De Prati	MA J	1
		Etafashion	ME	1
		Lee	ME	1
		MNG Outlet	ME	1
		Naf naf	ME	1
		Pasa	MA	1
		Pinto	ME	1
		Rose Pistol	MO	1
Tejidos Homer	MO	1		
Ten Colours	MO	1		
Tommy Hilfiger	ME	1		
Totto	MO	1		
Valentina	MO	1		

4.2	Calzado	Andate	MO	1	
		Bata	MO	1	
		Call ir spring	MO	1	
		Novapiel	MO	1	
		Payless shoes store	MA	1	
		Ponti	MO	1	
		Pony store	MO	1	
		Shus	MO	1	
		Taty shoes	MO	1	
		4.3	Accesorios	DO IT	MO
Glitter	MO			1	
Gracias y Alegría	MO			1	
Locuras Hallmark	ME			1	
Personal Creations	MO			1	
Scrap 4 fun	MO			1	
Tabaco y pipa	MO			1	
Turi	MO			1	
Fajate	MO			1	
Ingesa / Tess	MO			1	
Leonisa	MO			1	
Sock Shop	MO			1	
Make Up	MO			1	
Montero	MO			1	
Thelab	MO			1	
Almacenes Chimborazo	MO			1	
Fossil	MO			1	
Funky Fish	MO			1	
Optica Los Andes	MO			1	
Opticas GMO	MO			1	
Sanglasses Fashion Optics	MO			1	
Word Sunglasses	MO			1	
Mogga	MO			1	
Orologi	MO			1	
Watch Out	MO			1	
Joyería Castro	MO			1	
Joyería Rokada	MO			1	
La Isla de la plata	MO			1	
5	Servicios varios o Venta al por mayor de productos				
	5.1			Ferreterías	MA J
5.2	Salud	Ferrisariato	MA J	1	
		Centro Naturalista	MO	1	
		Fybeca	MA J	1	
		Natural Vitality	MO	1	
5.3	Supermercado y Juguetería	Pharmacy's	MA	1	
		Veris	MO	1	
		Jugueton	MA J	1	
5.4	Tienda de mascotas	Megamaxi	MA J	1	
		Mundo mágico de la Mascota	ME	1	
5.5	Decoración	Chaide y Chaide	ME	1	
		Pycca	MA	1	
		Teos	MO	1	
		Tventas	MA	1	

5.6	Librerías / Papelerías	Librimundi	MA J	1
		Super Paco	MA J	1
6	Servicios especializados	Aneta	MO	1
		Auto Clean & Green	MO	1
		Bussiness Center	MO	1
		Consortio del Pichincha	MO	1
		Digital Photo Express	MO	1
		DIRECTV	MO	1
		El Carrete	MO	1
		Francel y Vianca	MO	1
		Fun Rides	MO	1
		Avianca	MO	1
		Tame	MO	1
		Gymboree Play & Music	MO	1
		Julissa uñas express	MO	1
		Lotería Nacional	MO	1
		Martinizing	MO	1
		Notaría Cuarta	MO	1
		Peek A Boo	MO	1
		Postoffice.net	MO	1
		Proinmobiliaria	MO	1
		Santa Clara	MO	1
Shiat Su	MO	1		
Work Out	MO	1		
7	Entretenimiento	Play Zone	MA J	1
		Supercines	MA J	1

	Servicios Bancarios	MA	0
		ME	8
		MO	0
	Comida	MA	9
		ME	4
		MO	30
	Telecomunicaciones	MA	0
		ME	5
		MO	8
	Abasto	MAJ	2
		MA	3
		ME	15
		MO	50
5	Servicios varios	MAJ	6
		MA	3
		ME	2
		MO	4

6	Servicios Especializados	MA	0
		ME	0
		MO	22
7	Entretenimiento	MAJ	2
		MA	0
		ME	0
		MO	0

## TOTAL

MA J	10
MA	14
ME	34
MO	114
	172

MO= 144 de los cuales 105 son locales y 29 son islas comerciales.

Tabla 12.  
Compatibilidad de espacios

		Servicios Bancarios	Comida	Telecomunicaciones	Abasto	Servicios varios	Servicios especializados	Entretenimiento			
Comercio	1	Servicios Bancarios	3	1	2	2	3	1	2	1	Malo
	2	Comida	1	3	1	1	1	1	1	2	Regular
	3	Telecomunicaciones	2	1	3	2	3	3	2	3	Bueno
	4	Abasto	2	1	2	3	2	2	1		
	5	Servicios varios	3	1	3	2	3	3	2		
	6	Servicios especializados	1	1	3	2	3	3	1		
	7	Entretenimiento	2	1	2	1	2	1	3		

Bajo	Medio	Alto
------	-------	------

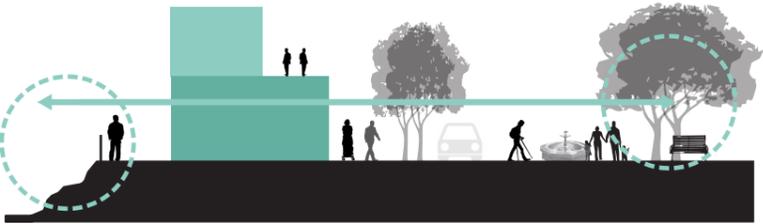
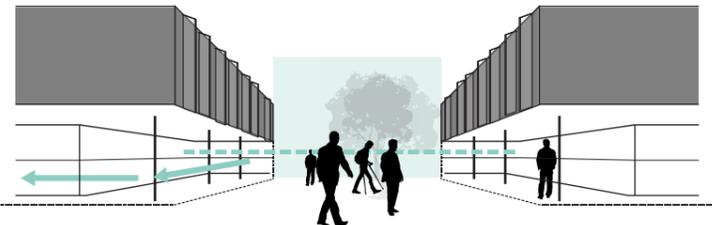
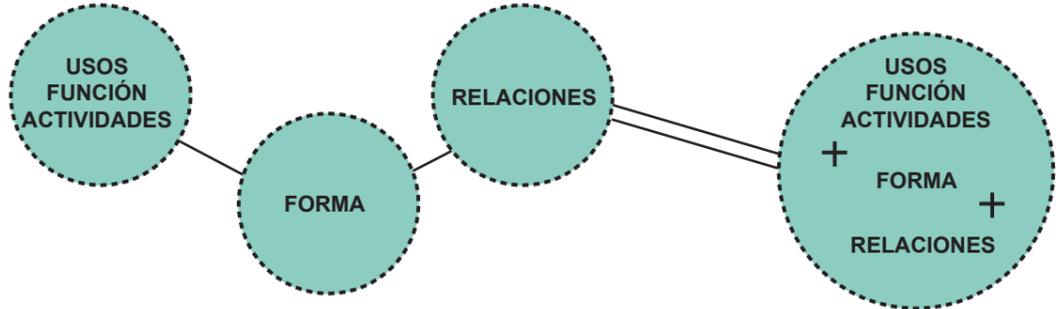
Tabla 13.  
Programa arquitectónico San Luis Propuesta

	Programa	Cantidad	Área	Tiempo de actividad			Dias de uso		Usuarios			
				Mañana	Tarde	Noche	Entre semana	Fines de semana	Niños	Jóvenes	Adultos	Tercera edad
Comercio	Locales escala menor de menos 50 m2	36	1.764									
	Locales escala menor de 50 - 100 m2	21	1.890									
	Locales escala media de 100 - 300 m2	10	2.948.02									
	Locales escala jerárquica 300 - 600 m2	9	5.004									
Comida	Locales de comida	13	1.111.97									
	Patio de comidas	9	148.15									
Entretenimiento	Supercines	1	2.913.56									
	Play zone	1	458.04									
Servicios varios	Supermaxi	1	1.632.32									
	Ferrisariato	1	224.66									
	Juguetón	1	187.73									
	Fybeca	1	138.96									
Complementarios	Estacionamiento	1.050	25.485.47									
	Baterias sanitarias	8	542.72									
	Bodegas	44	1.178.16									
	Circulación 30%		9.321.08									
Urbano	Plaza											
	Espacios de estancia											
			50.264.27									

En locales de escala menor no incluyen islas.

### 3.5. Conclusiones del capítulo

Tabla 14.  
Conclusiones capítulo conceptual

ESTRATEGIAS URBANAS	CARACTERISTICAS	CONCLUSIONES
ESTRATEGIAS ARQUITECTÓNICAS		<p>Es importante que dentro del proyecto se creen espacios multifuncionales que logren crear un crecimiento de actividades en los espacios públicos del Centro Comercial, es por esta razón que se crearán anclas urbanas para que las personas recorran los espacios exteriores.</p> <p>ANCLAS= Plaza - Quebrada (bulevard - mirador)</p>
ESTRATEGIAS ASESORIAS		<p>Se concluye que dentro de las estrategias arquitectónicas es necesario la configuración de estacionamientos en la parte subterránea del proyecto para liberar el espacio en planta baja y crear espacios para que los usuarios puedan habitar, logrando de esta manera una flexibilidad espacial dentro y fuera del equipamiento.</p>
CONCEPTO		<p>El confort térmico dentro de un Centro Comercial es importante debido a la aglomeración de personas que lo visitan. Los materiales deben ir acorde con el entorno y los espacios públicos deben tener sombra proporcionada por los volúmenes y la vegetación.</p>
		<p>Como conclusión es relevante recalcar que el concepto apunta directamente a los usos del antiguo San Luis Shopping, los toma en cuenta para transformarlos y re estructurarlos de otra manera en la propuesta del nuevo Centro Comercial ubicado en Fajardo.</p>

## 4. CAPÍTULO IV. Fase propositiva

### 4.0. Introducción al Capítulo

En el siguiente capítulo se desarrollará el proyecto arquitectónico, tomando en cuenta todos los puntos desarrollados en el transcurso del análisis, fases históricas y conceptualización. Para esta fase, se tomará en cuenta, los parámetros teóricos, estratégicos y conceptuales, los lineamientos establecidos por la normativa y propuesta urbana realizada en el Taller de noveno semestre, con la finalidad de llegar a un proyecto arquitectónico en su totalidad que esté completamente definido.

Para poder llegar a un resultado final, se exploraron varias opciones de plan masa, escogiendo la más coherente que responda de mejor manera los parámetros y estrategias establecidas anteriormente.

Finalmente se aplicará los conocimientos adquiridos en un proyecto arquitectónico que este desarrollado en su totalidad.

### 4.1. Partido arquitectónico

El partido arquitectónico responde a diferentes elementos aplicados en el terreno, tomando en cuenta entorno, clima, intensiones de desarrollo y concepto. El punto esencial dentro del proyecto es dar espacio público a un espacio comercial, es por esta razón principal que el desarrollo se dio de la siguiente manera:

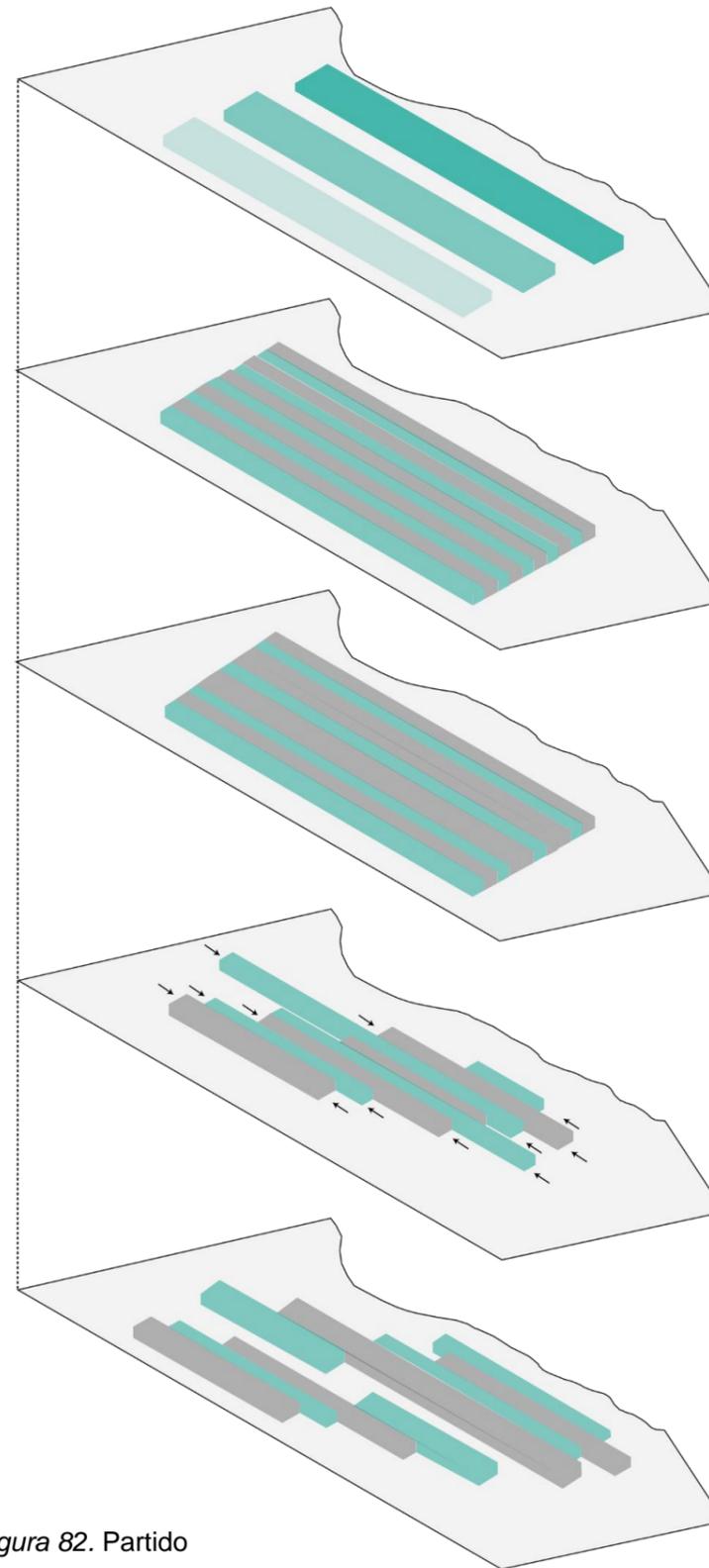


Figura 82. Partido

CINTAS IMPLANTADAS DE NORESTE A SUROESTE DEBIDO A ASOLEAMIENTO Y RELACIÓN DIRECTA CON LOS ESPACIOS UBICADOS A LOS EXTREMOS DEL PROYECTO.

CINTAS DE 7 metros DE ANCHO DEBIDO A QUE EL LOCAL MÁS PEQUEÑO TIENE UN MÓDULO DE 7 x 7 metros.

CINTAS DOBLES EN DONDE SE ENCUENTRAN LOS LOCALES COMERCIALES CON MAYOR JERARQUÍA (CINE - SUPERMAXI)

ESCALONAMIENTO DE CINTAS PARA GENERACIÓN DE PERMEABILIDAD Y FLEXIBILIDAD EN LA PARTE DE LA QUEBRADA Y VÍA PRINCIPAL DEL PROYECTO.

EXTRACCIÓN DE CINTAS AL INTERIOR DEL PROYECTO PARA GENERAR ESPACIO PÚBLICO.

## 4.2. Alternativas de plan masa

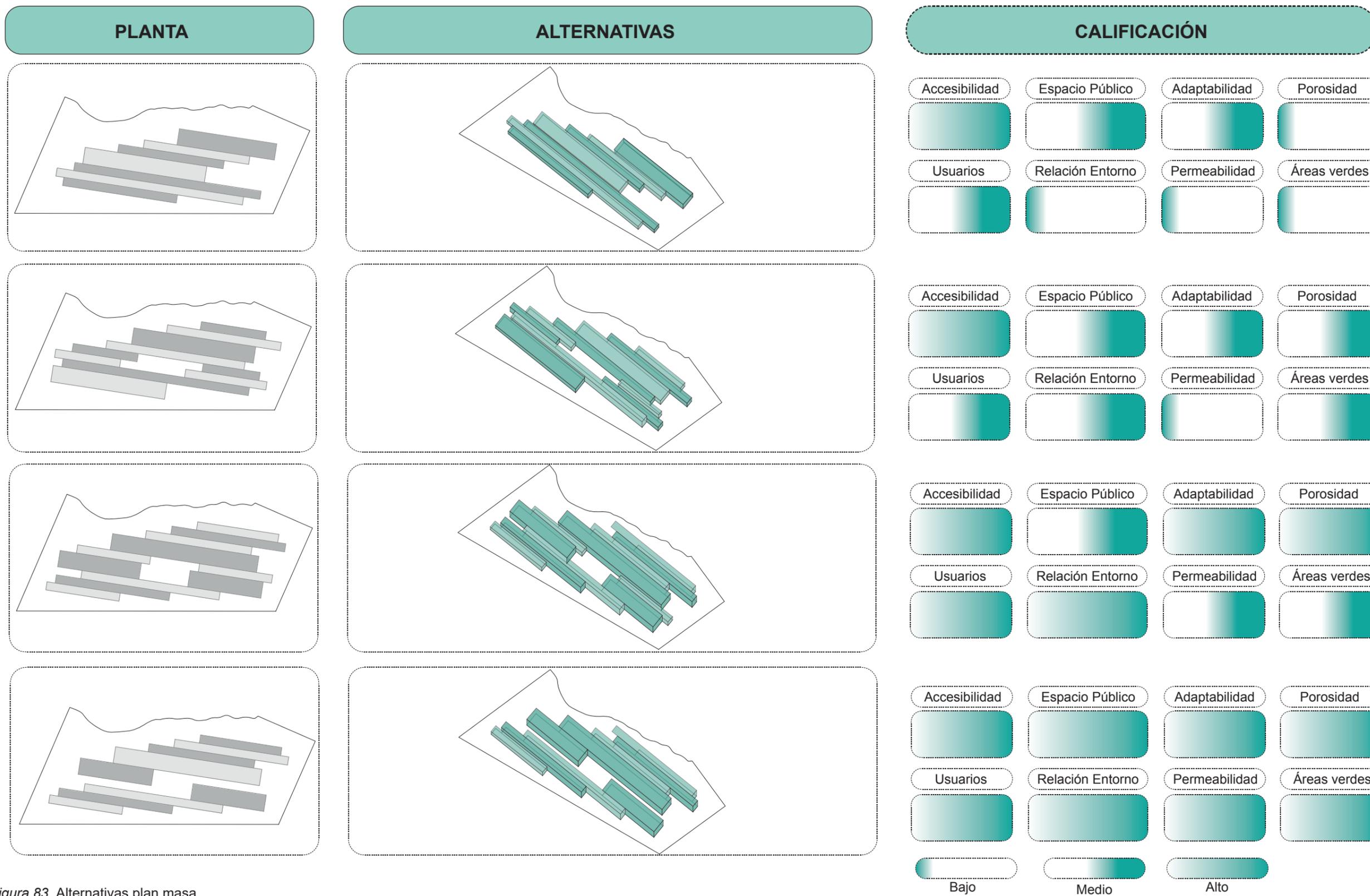


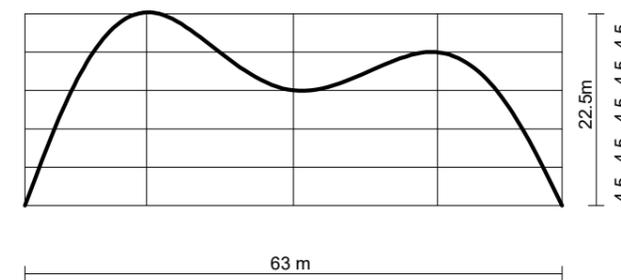
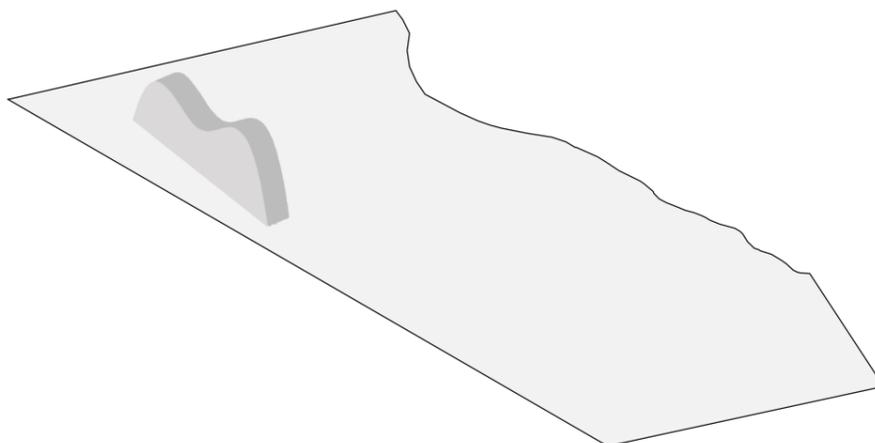
Figura 83. Alternativas plan masa

**4.3. Desarrollo del proyecto**



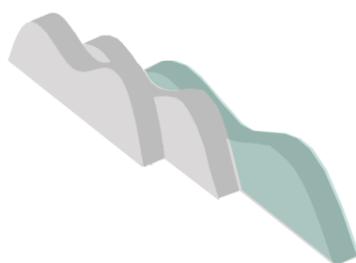
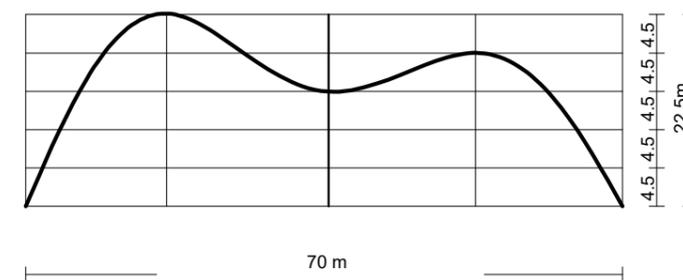
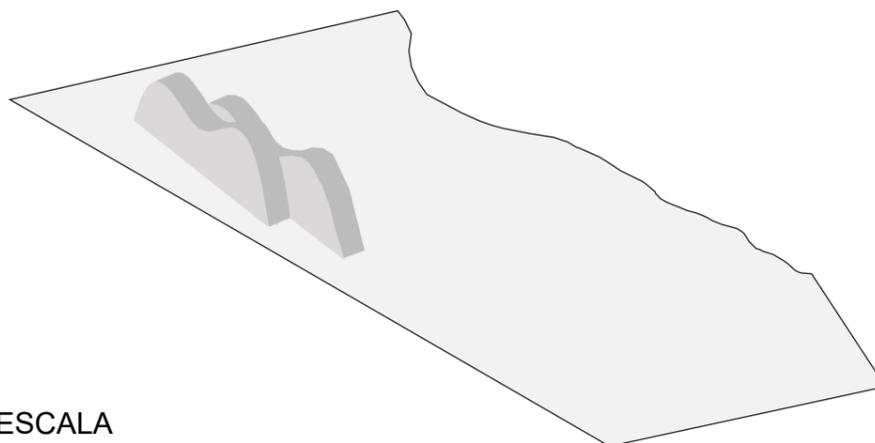
**VOLUMEN 1**

LOCALES COMERCIALES DE ESCALA MENOR



**VOLUMEN 2**

LOCALES COMERCIALES DE MENOR Y MEDIA ESCALA



**VOLUMEN 3**

LOCALES COMERCIALES DE MENOR Y MEDIA ESCALA

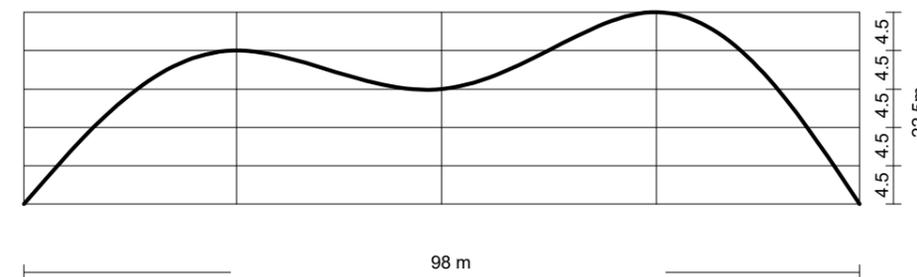
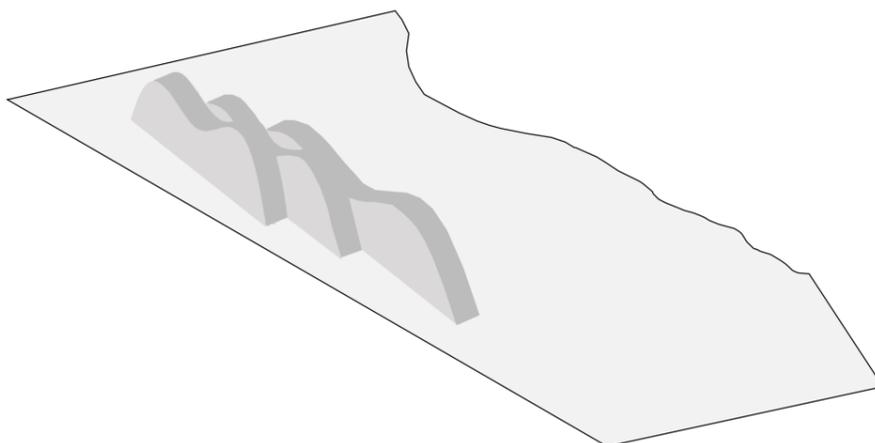
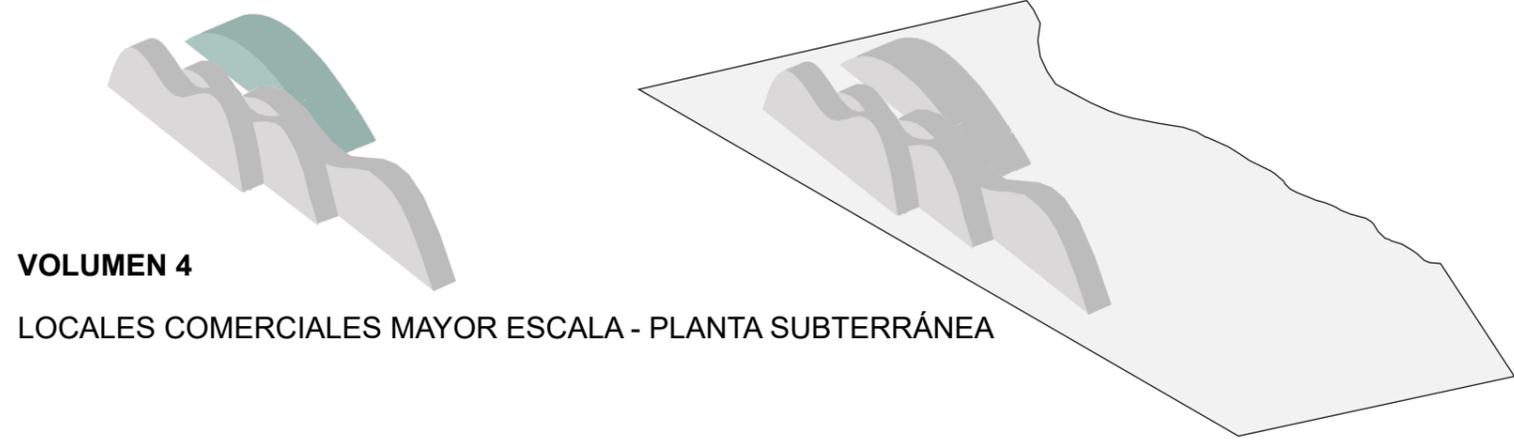
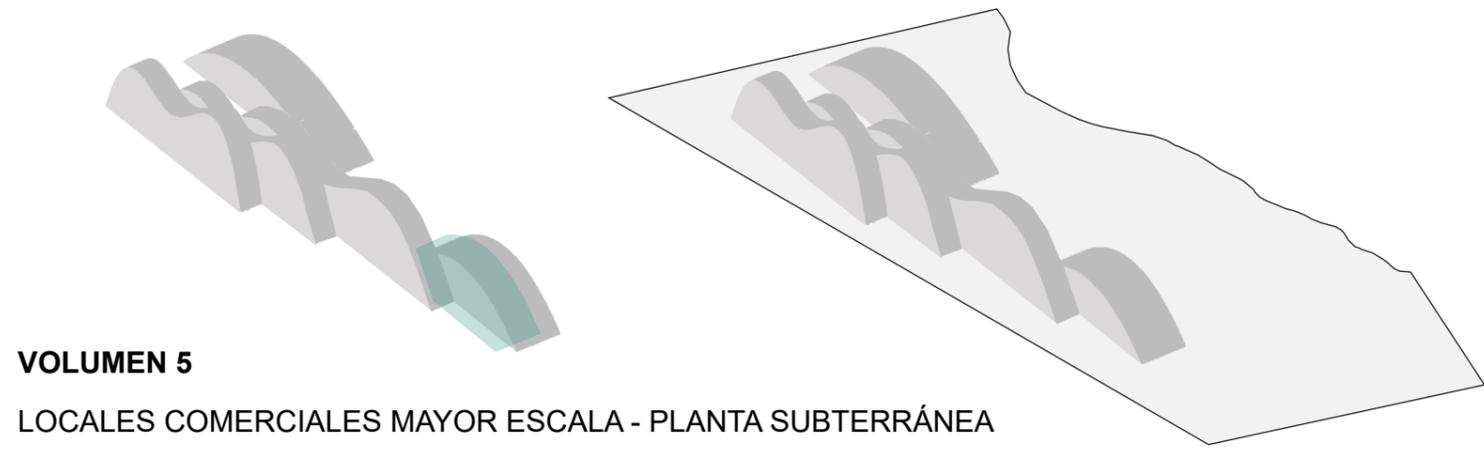
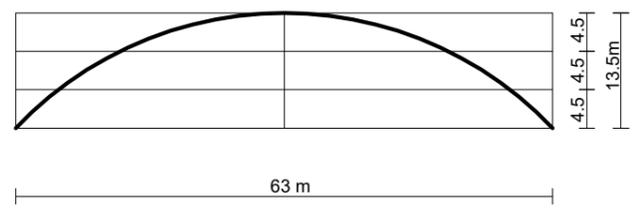


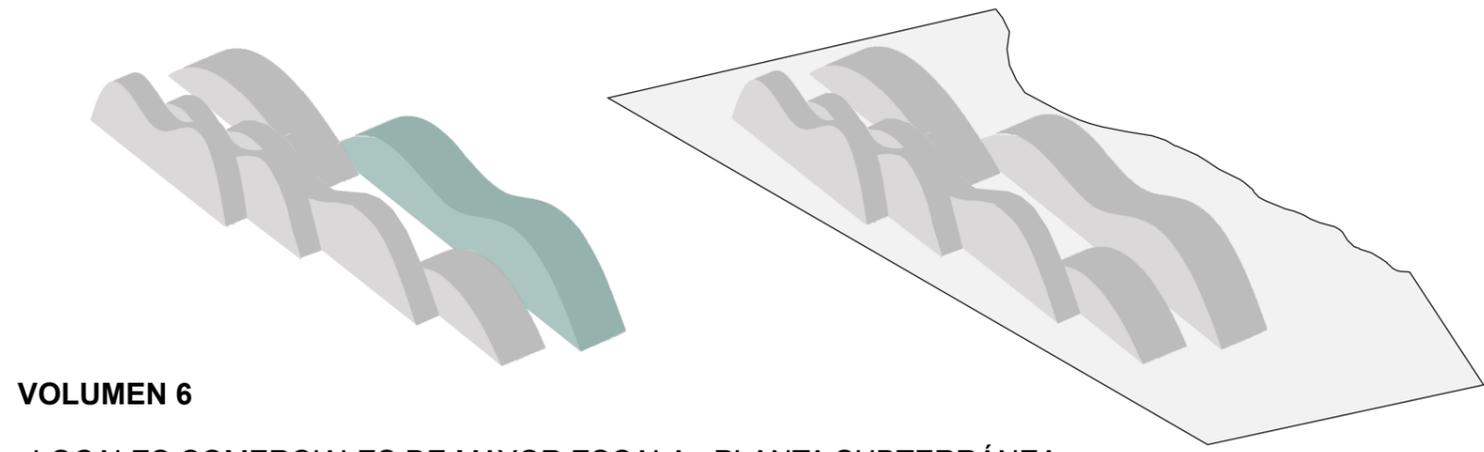
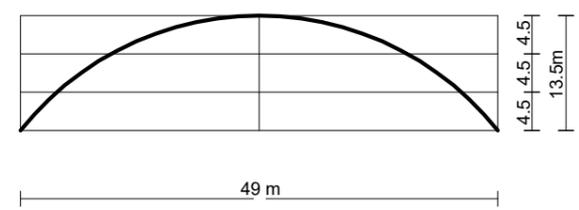
Figura 84. Plan masa - parte 1



**VOLUMEN 4**  
 LOCALES COMERCIALES MAYOR ESCALA - PLANTA SUBTERRÁNEA



**VOLUMEN 5**  
 LOCALES COMERCIALES MAYOR ESCALA - PLANTA SUBTERRÁNEA



**VOLUMEN 6**  
 LOCALES COMERCIALES DE MAYOR ESCALA - PLANTA SUBTERRÁNEA

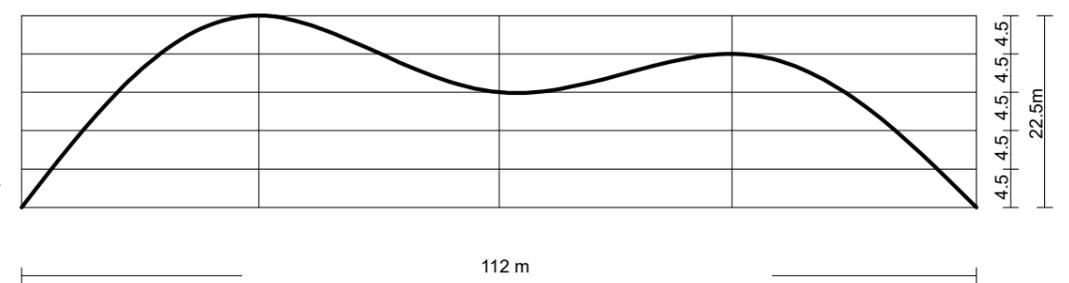
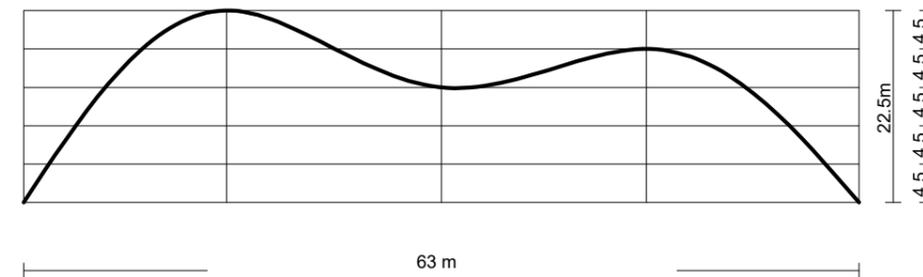
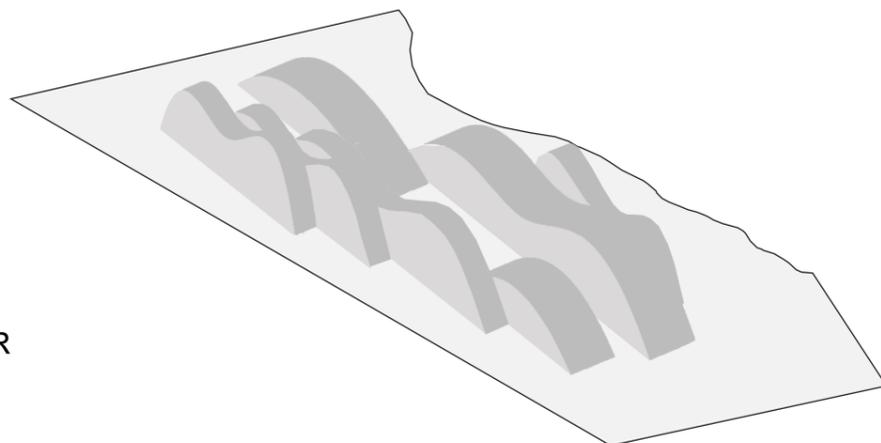
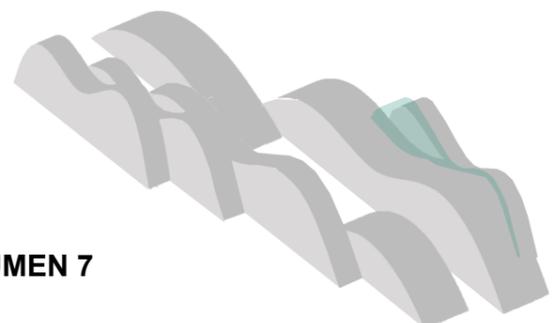


Figura 85. Plan masa - parte 2

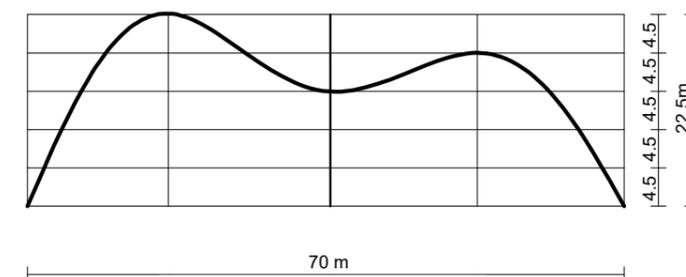
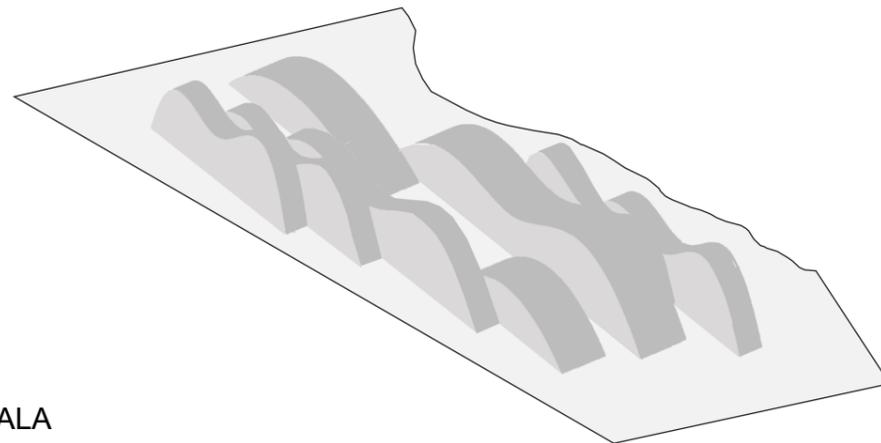
**VOLUMEN 7**

LOCALES COMERCIALES DE ESCALA MENOR



**VOLUMEN 8**

LOCALES COMERCIALES DE MENOR Y MEDIA ESCALA



**VOLUMEN 9**

LOCALES COMERCIALES DE MENOR

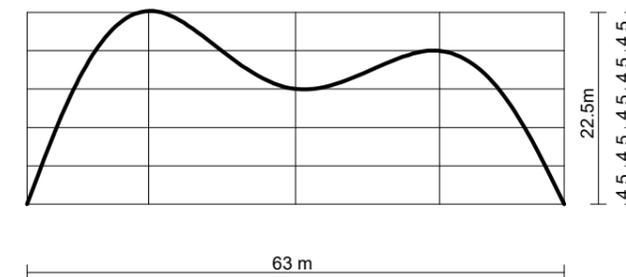
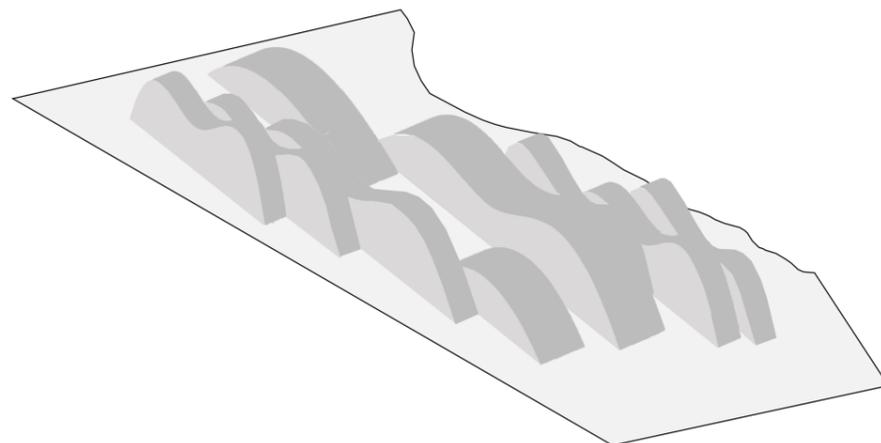
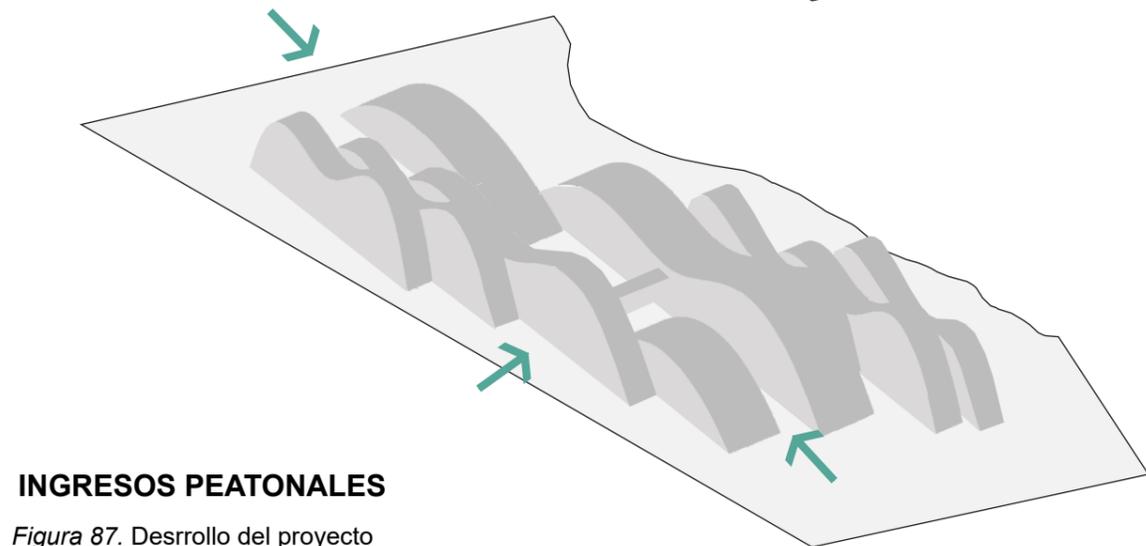
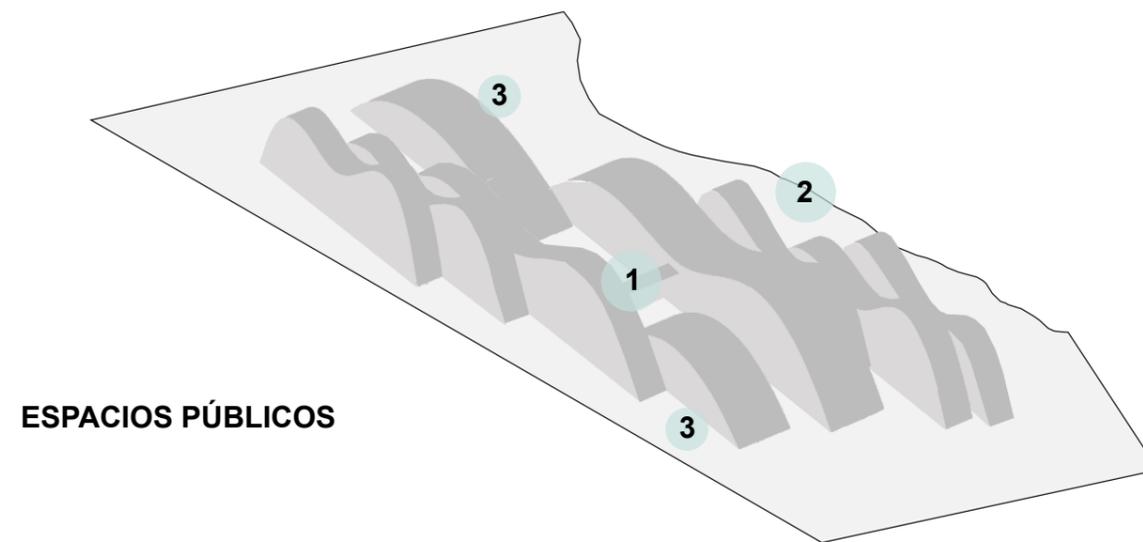
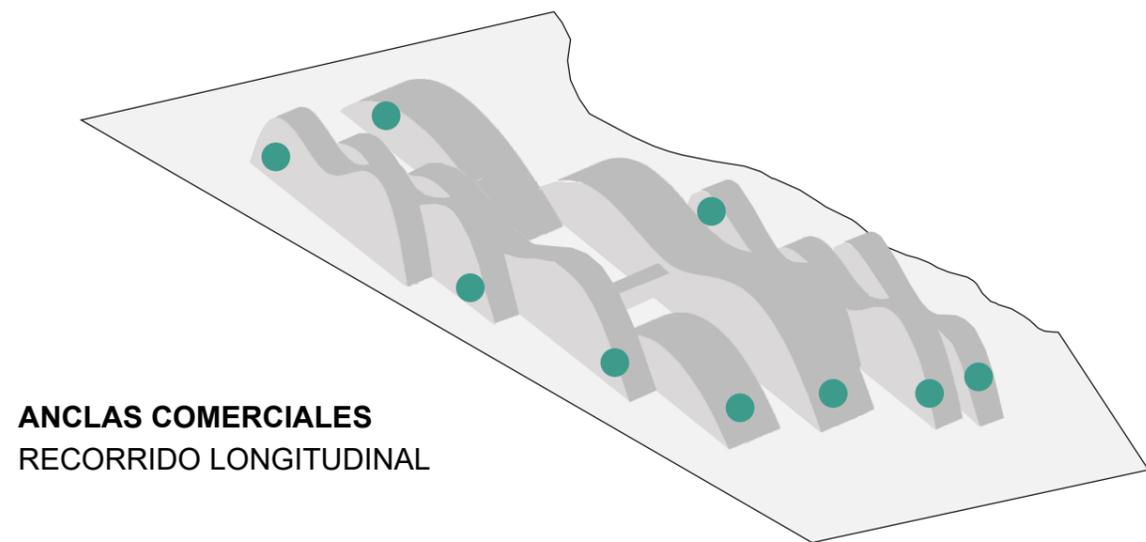
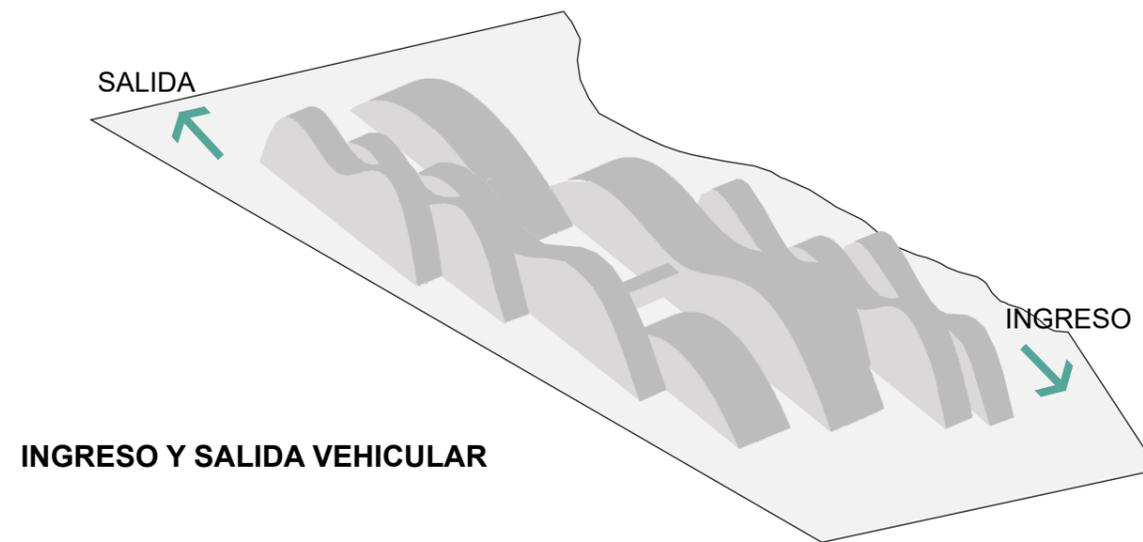
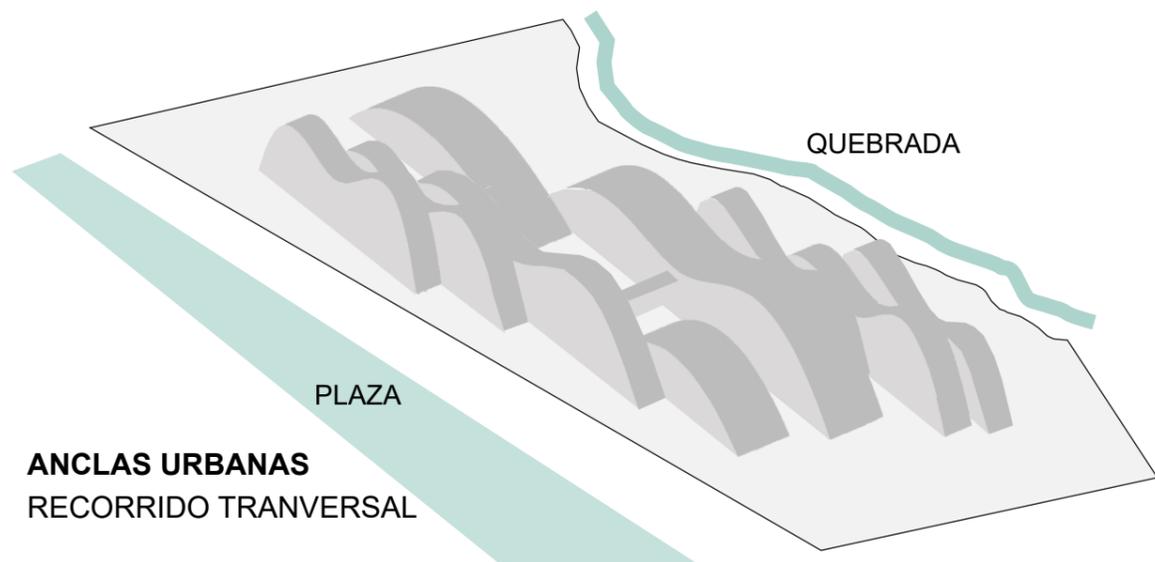
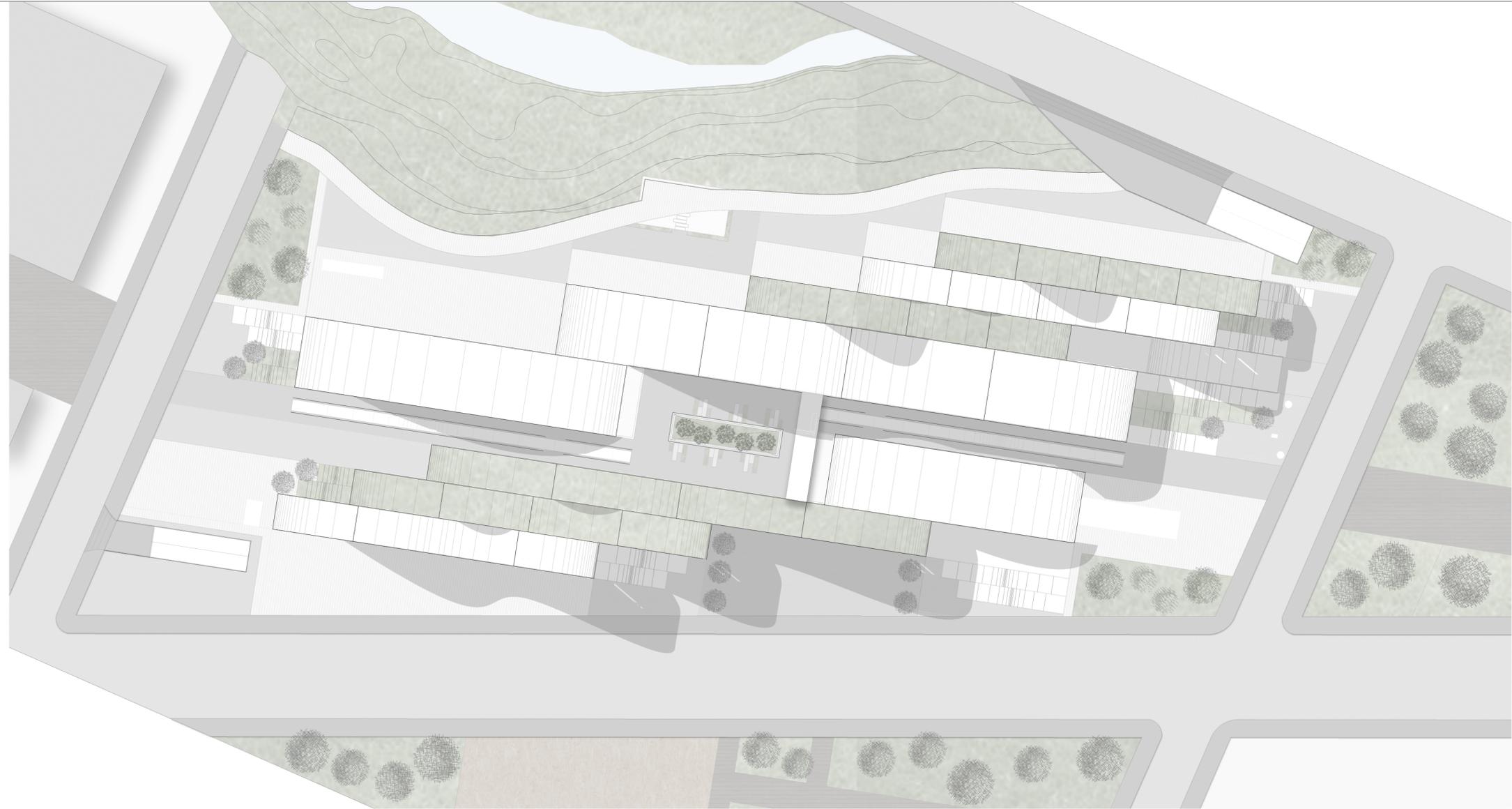


Figura 86. Plan masa - parte 3



- 1 PLAZA CENTRAL
- 2 BOULEVARD Y MIRADOR
- 3 ESPACIOS DE OCIO

Figura 87. Desarrollo del proyecto



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
IMPLANTACIÓN

**ESCALA**  
1: 400

**LÁMINA**  
ARQ-01

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

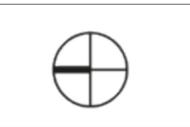
**CONTENIDO**  
PLANTA NIVEL 0.00

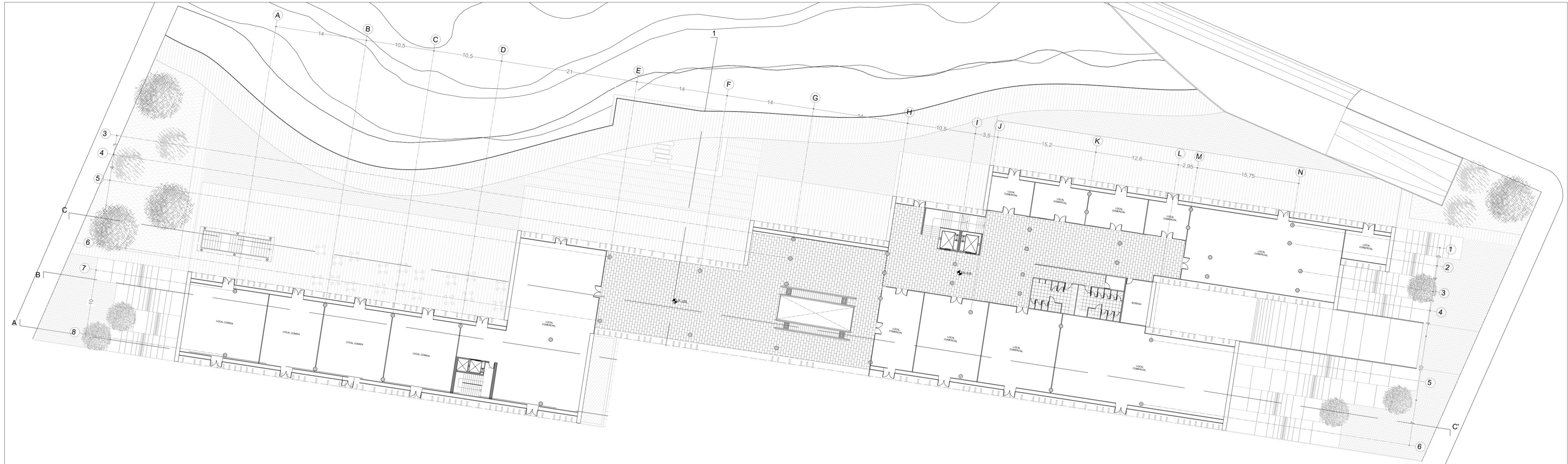
**ESCALA**  
1: 500

**LÁMINA**  
ARQ-02

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

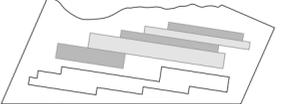
**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: 0.00

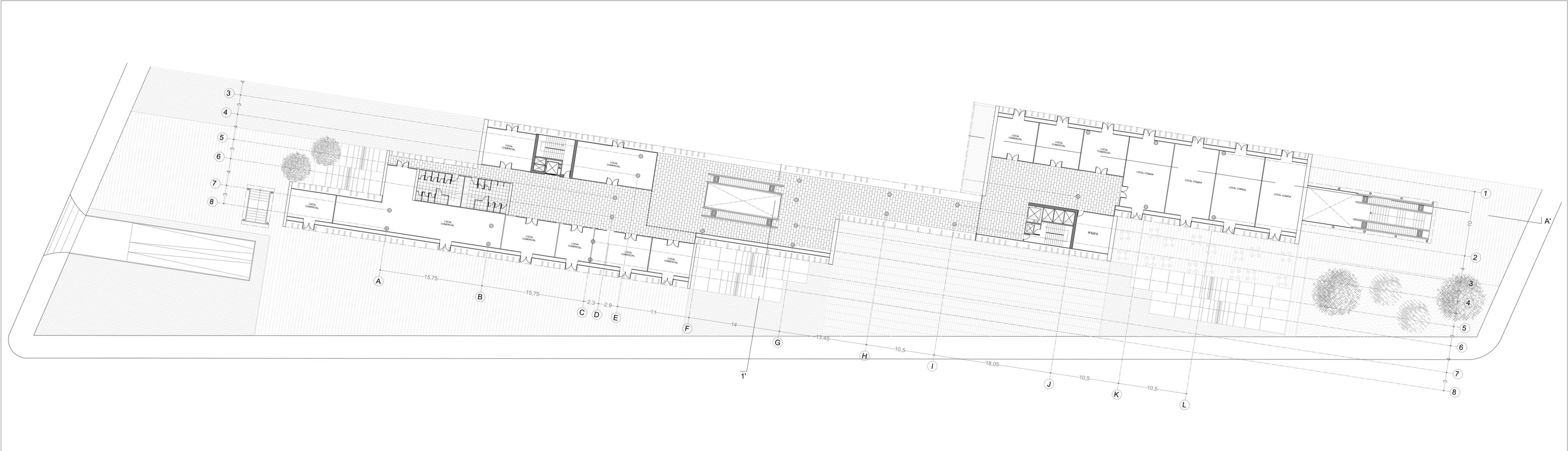
**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-03

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

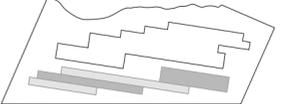
**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: 0.00

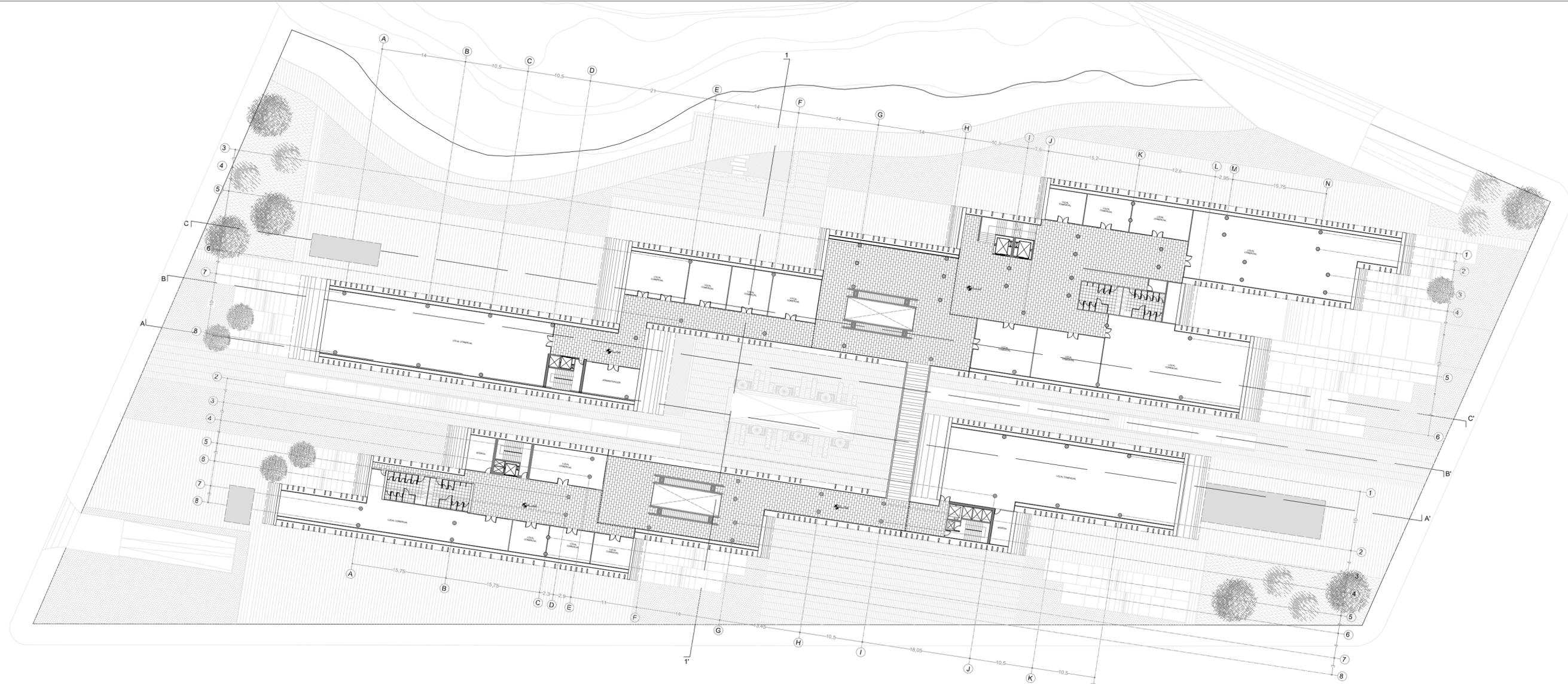
**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-04

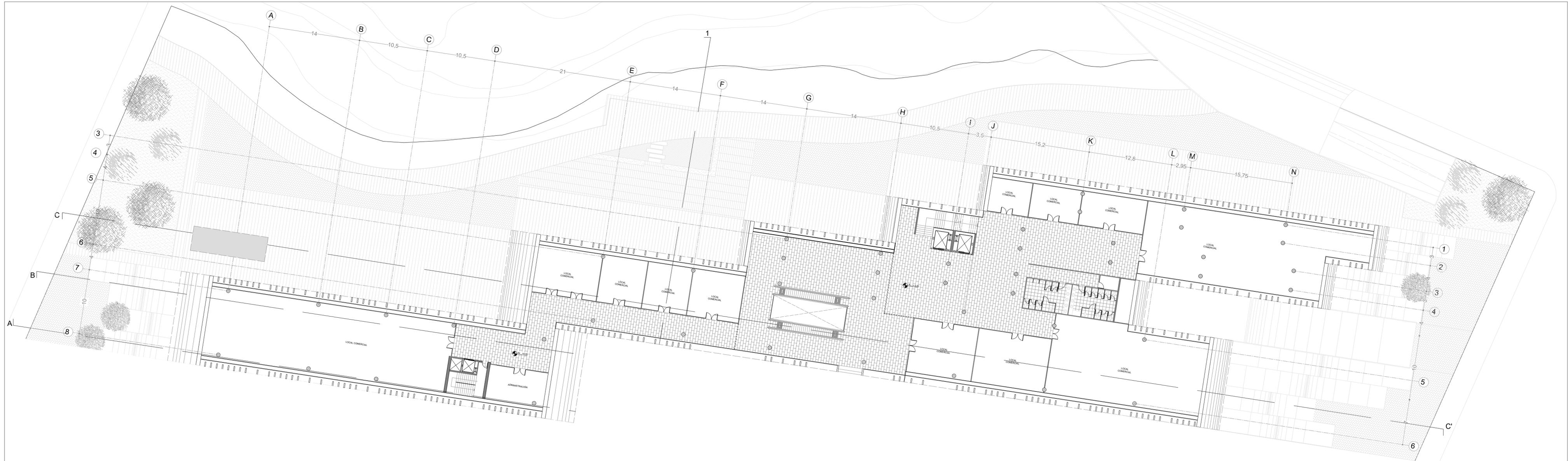
**NOTAS**

**UBICACIÓN**





	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b> 1: 500	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>	
	<b>CONTENIDO</b> PLANTA NIVEL 4.50	<b>LÁMINA</b> ARQ-05			



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

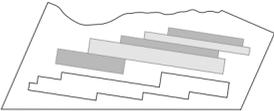
**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: +4.50

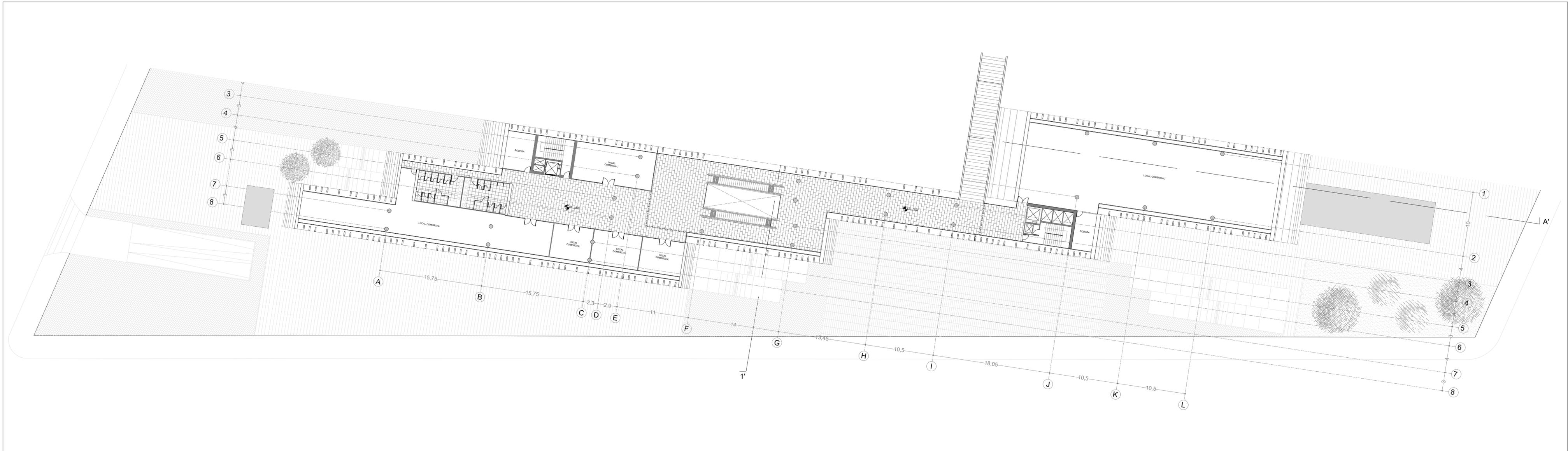
**ESCALA**  
1: 300

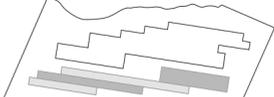
**LÁMINA**  
ARQ-06

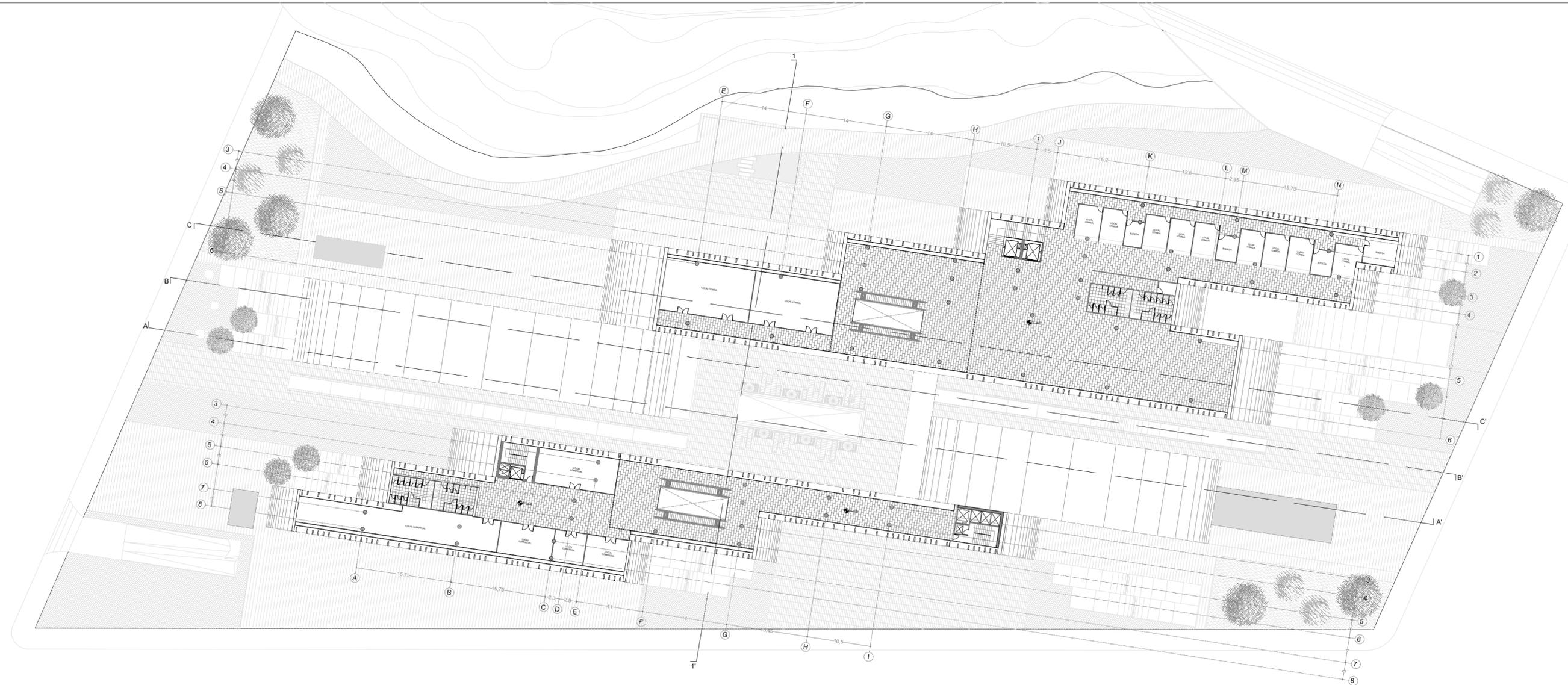
**NOTAS**

**UBICACIÓN**

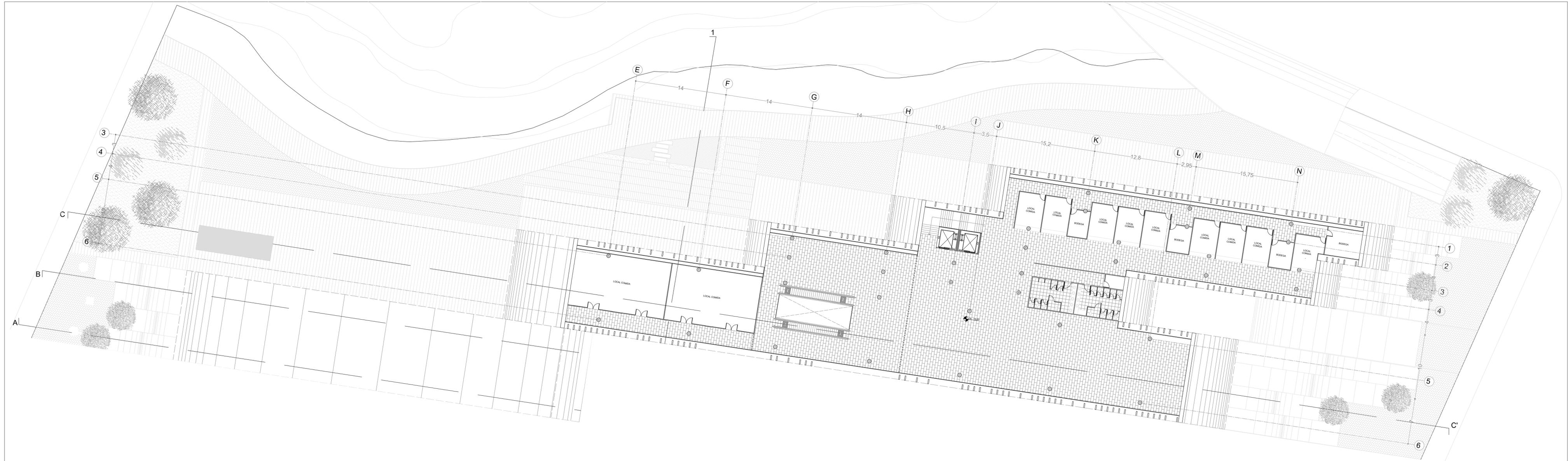




	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b> 1: 300	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b> 
	<b>CONTENIDO</b> ACERCAMIENTO PLANTA N: +4.50	<b>LÁMINA</b> ARQ-07		



	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b> 1: 500	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>	
	<b>CONTENIDO</b> PLANTA NIVEL 9.00	<b>LÁMINA</b> ARQ-08			



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

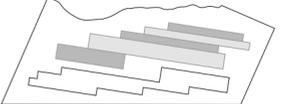
**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: +9.00

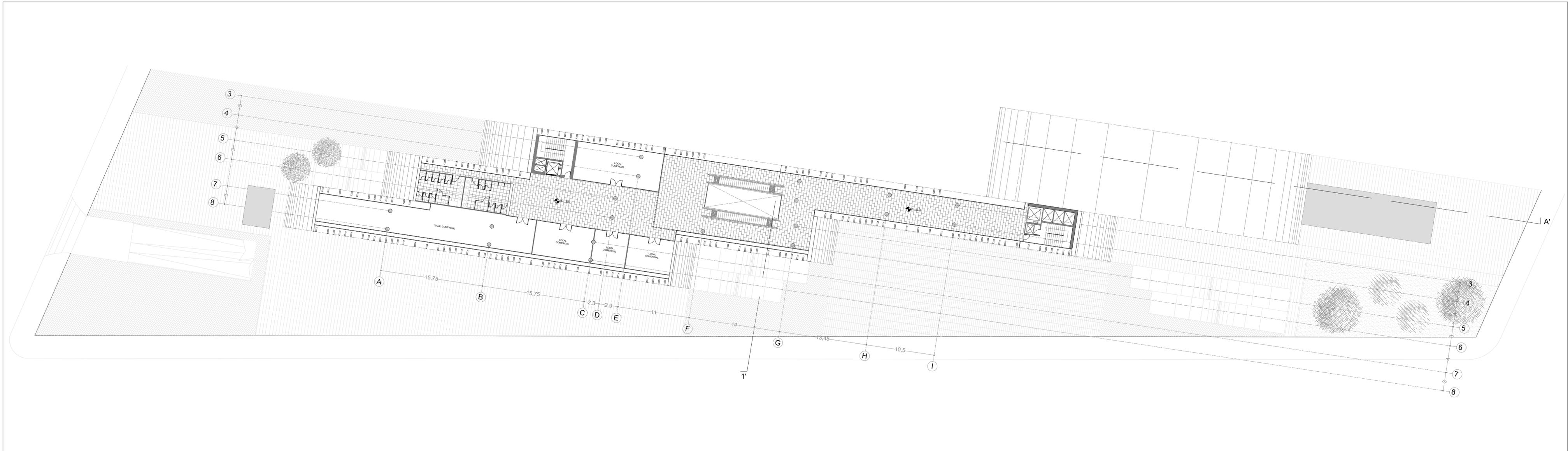
**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-09

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





**udla.**

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

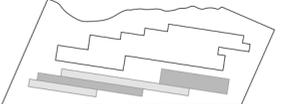
**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: +9.00

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-10

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
PLANTA NIVEL -4.50 SUPERMAXI Y -9.00 CINE

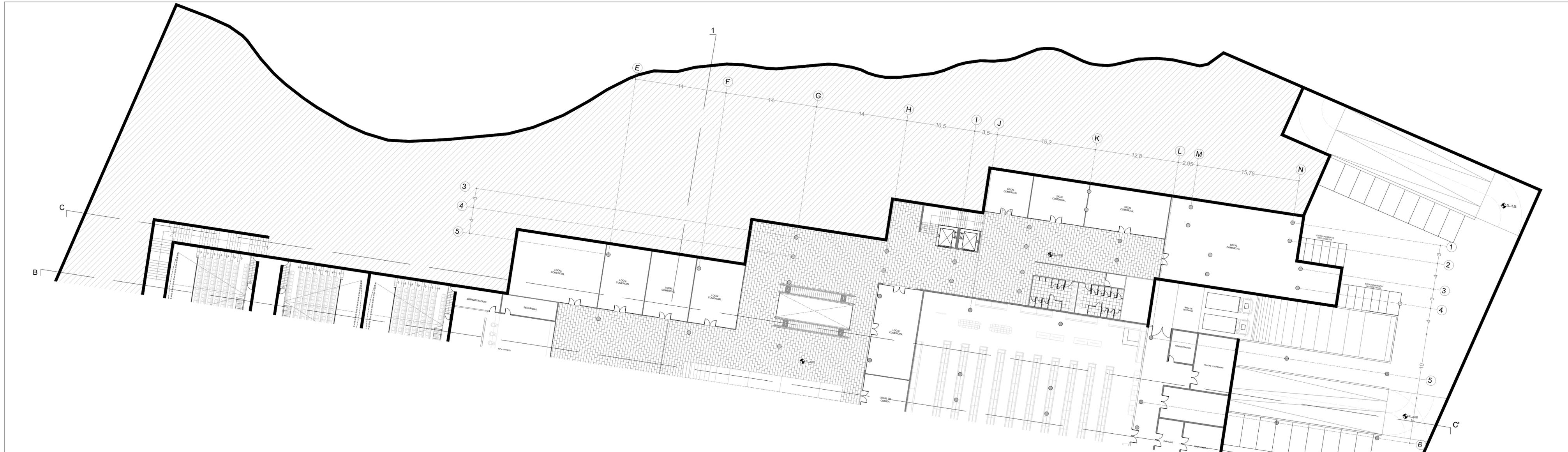
**ESCALA**  
1: 500

**LÁMINA**  
ARQ-11

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

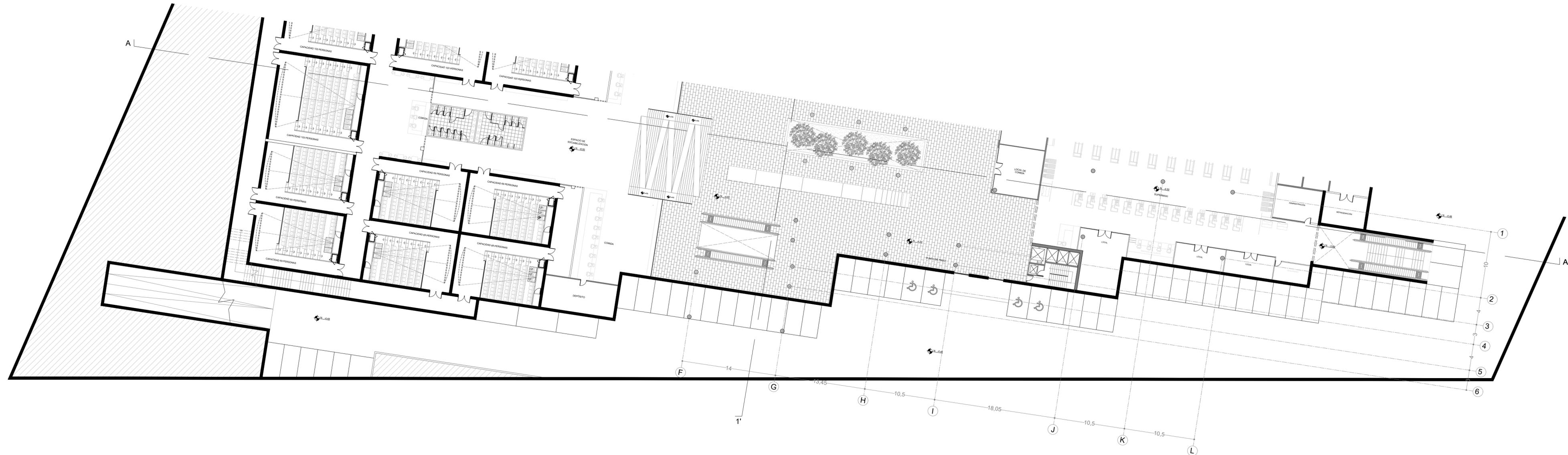
**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: -4.50

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-12

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
ACERCAMIENTO PLANTA N: -4.50

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-13

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
PLANTA TIPO - PARQUEADERO -9.00

**ESCALA**  
1: 500

**LÁMINA**  
ARQ-14

**NOTAS**

**UBICACIÓN**





**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

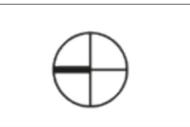
**CONTENIDO**  
PLANTA PARQUEADERO -22.50

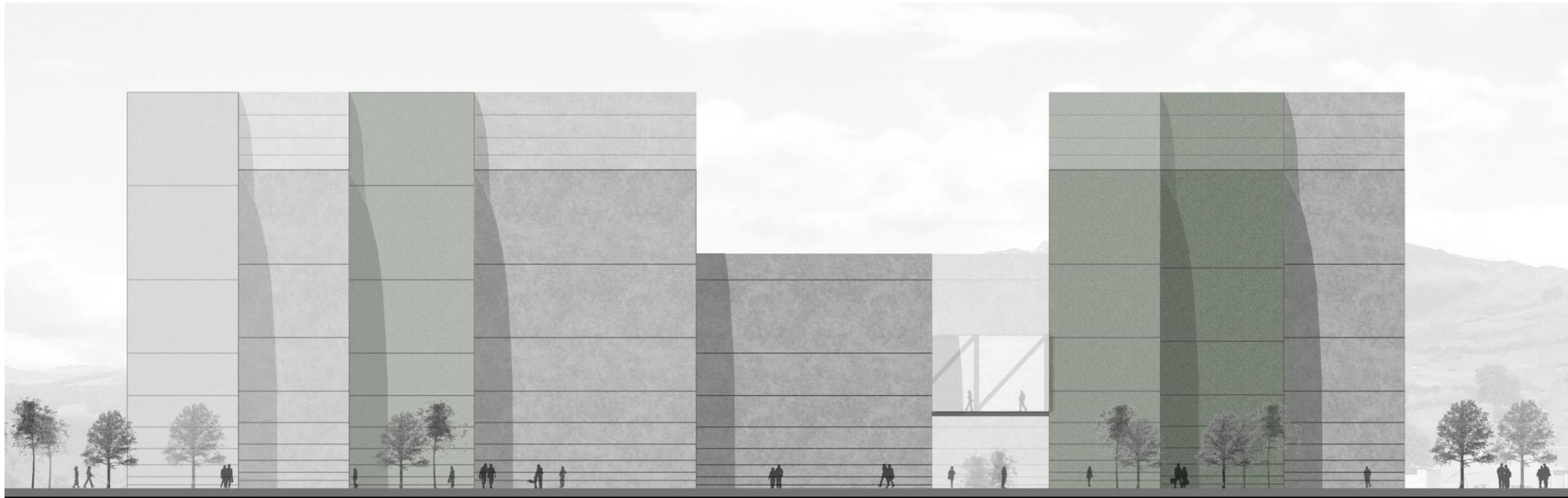
**ESCALA**  
1: 500

**LÁMINA**  
ARQ-15

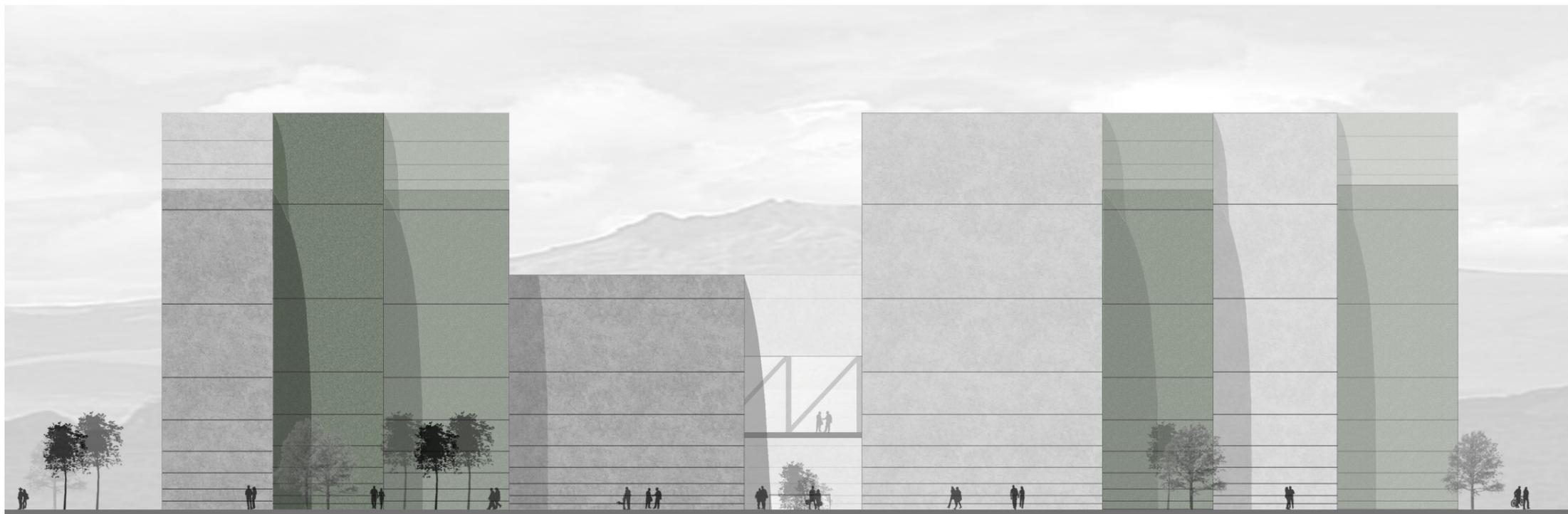
**NOTAS**

**UBICACIÓN**





FACHADA NORTE



FACHADA SUR



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

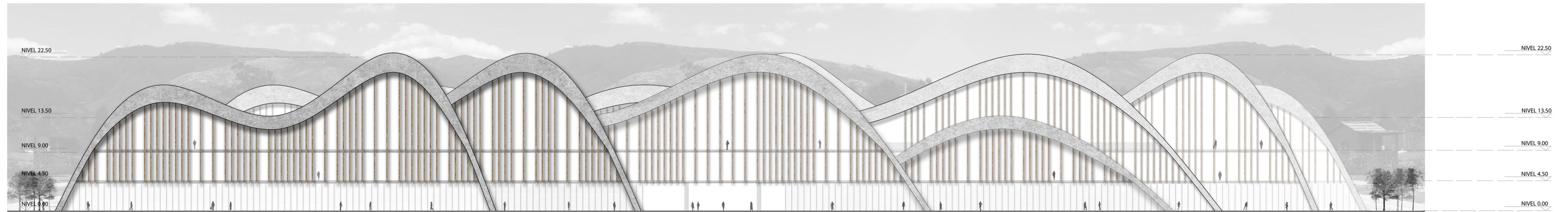
**CONTENIDO**  
FACHADAS

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-16

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



FACHADA ESTE - PRINCIPAL

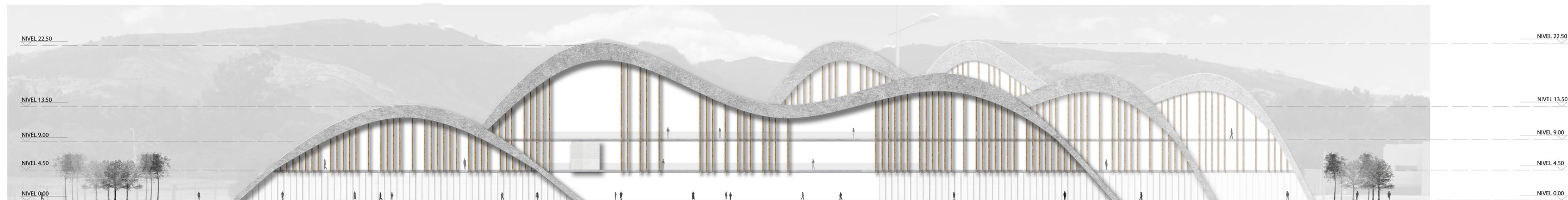


FACHADA OESTE - QUEBRADA

	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b> 1: 300	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>
	<b>CONTENIDO</b> FACHADAS	<b>LÁMINA</b> ARQ-17		

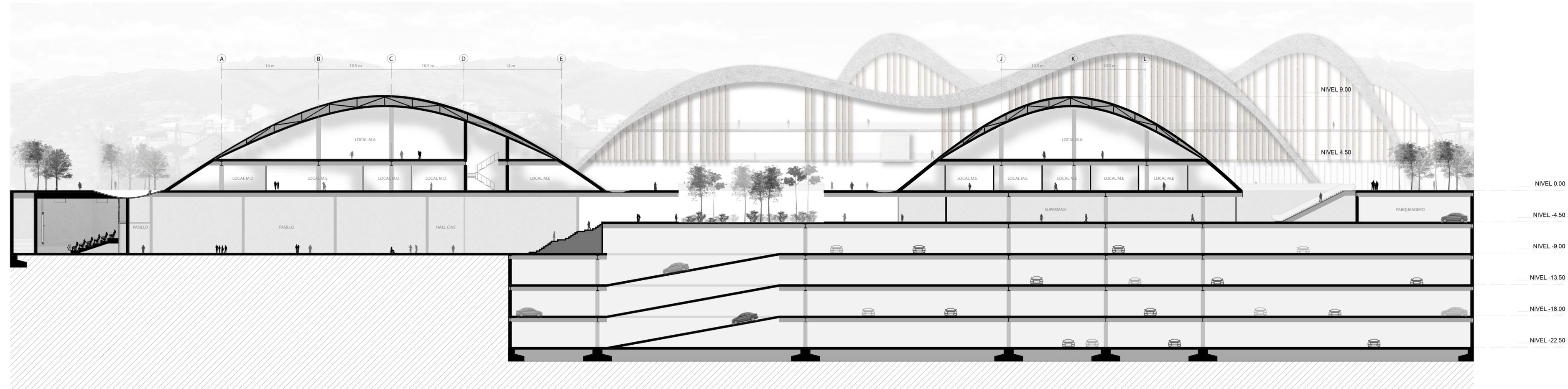


FACHADA INTERIOR ESTE



FACHADA INTERIOR OESTE

	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b> 1: 300	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>
	<b>CONTENIDO</b> FACHADAS	<b>LÁMINA</b> ARQ-18		



*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

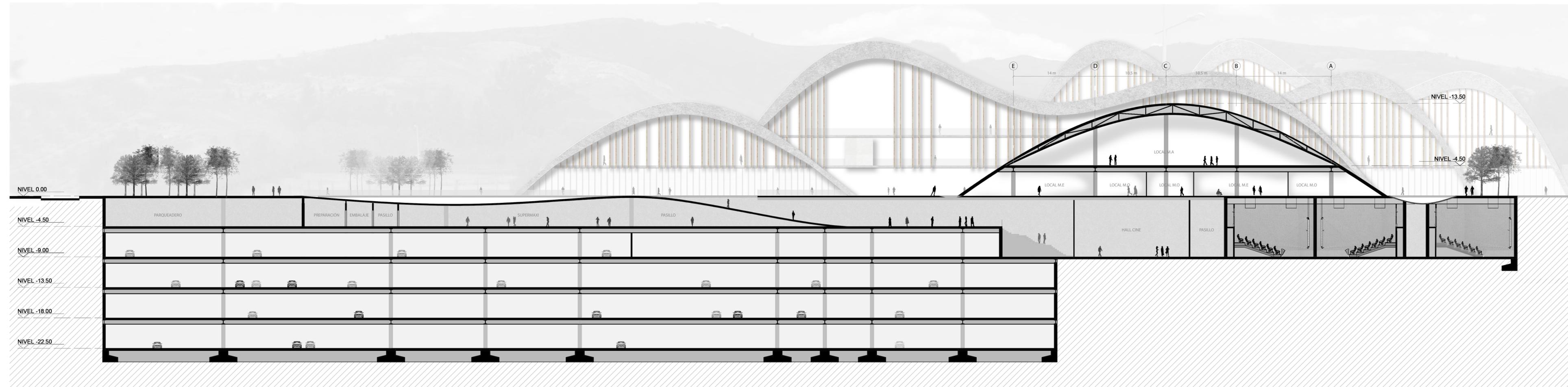
**CONTENIDO**  
SECCIÓN A - A'

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-19

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

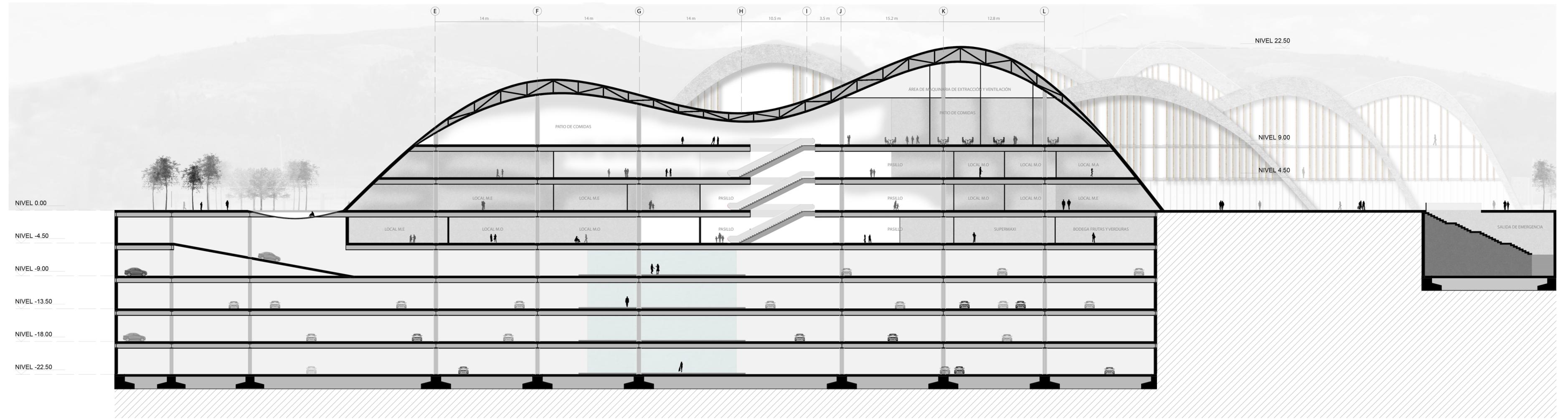
**CONTENIDO**  
SECCIÓN B - B'

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-20

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

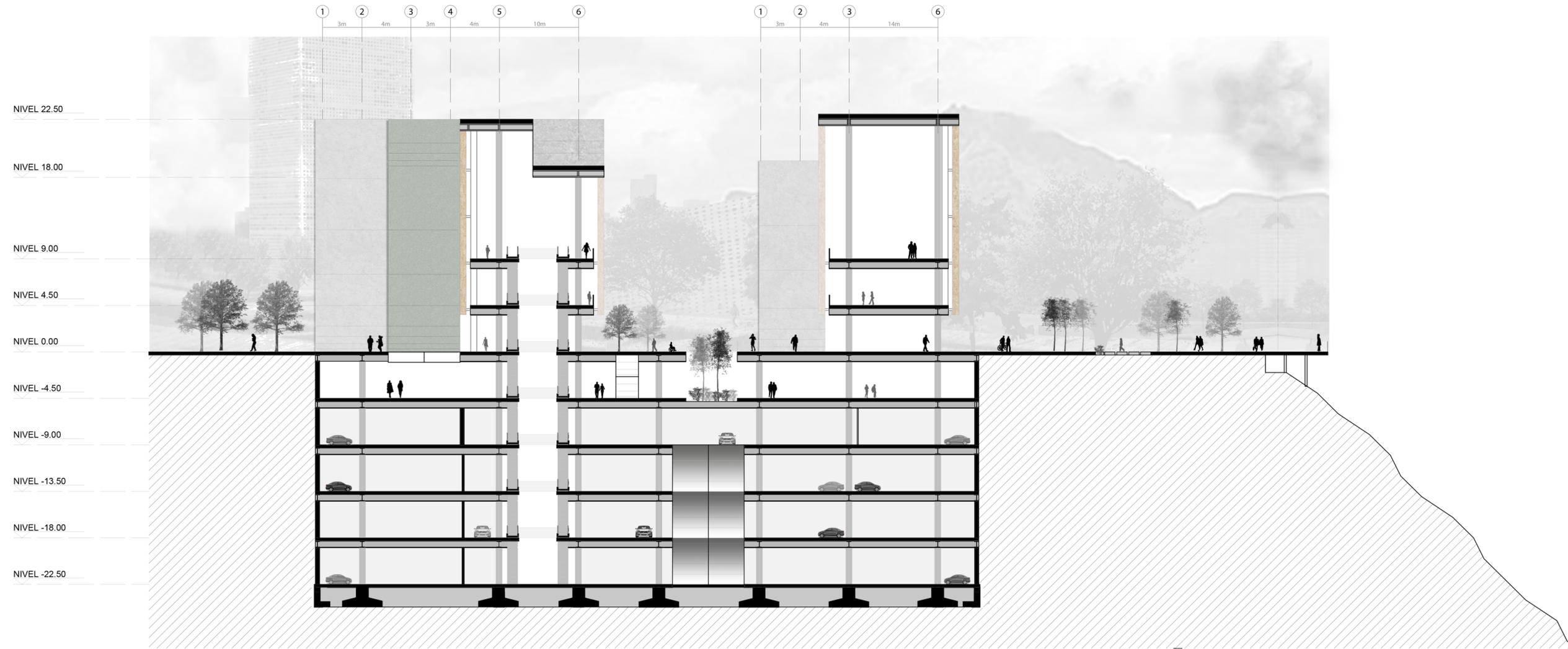
**CONTENIDO**  
SECCIÓN C - C'

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-21

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
SECCIÓN 1 - 1'

**ESCALA**  
1: 300

**LÁMINA**  
ARQ-22

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA EXTERIOR - INTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-23

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*volo*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

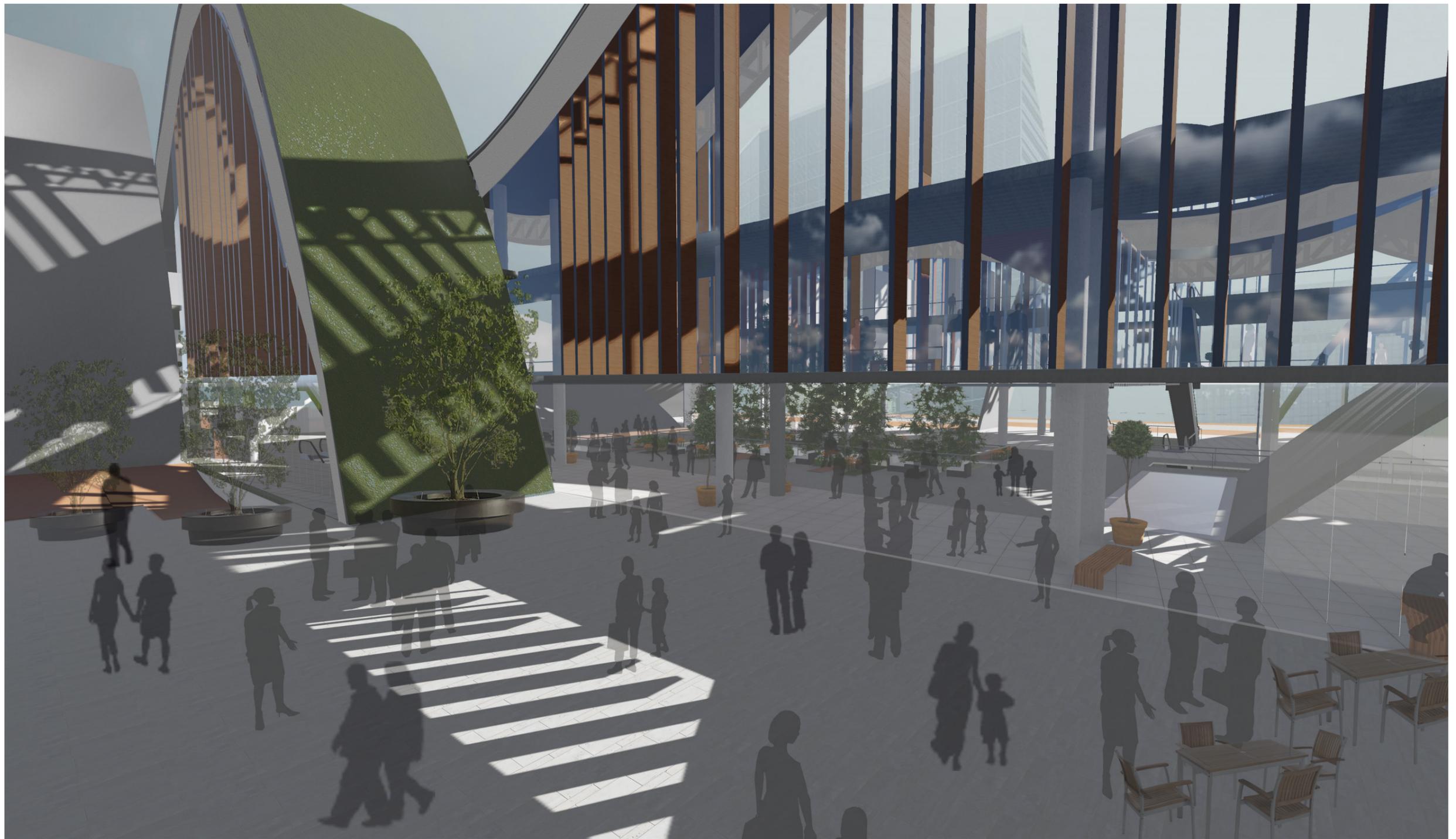
**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA INTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-24

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

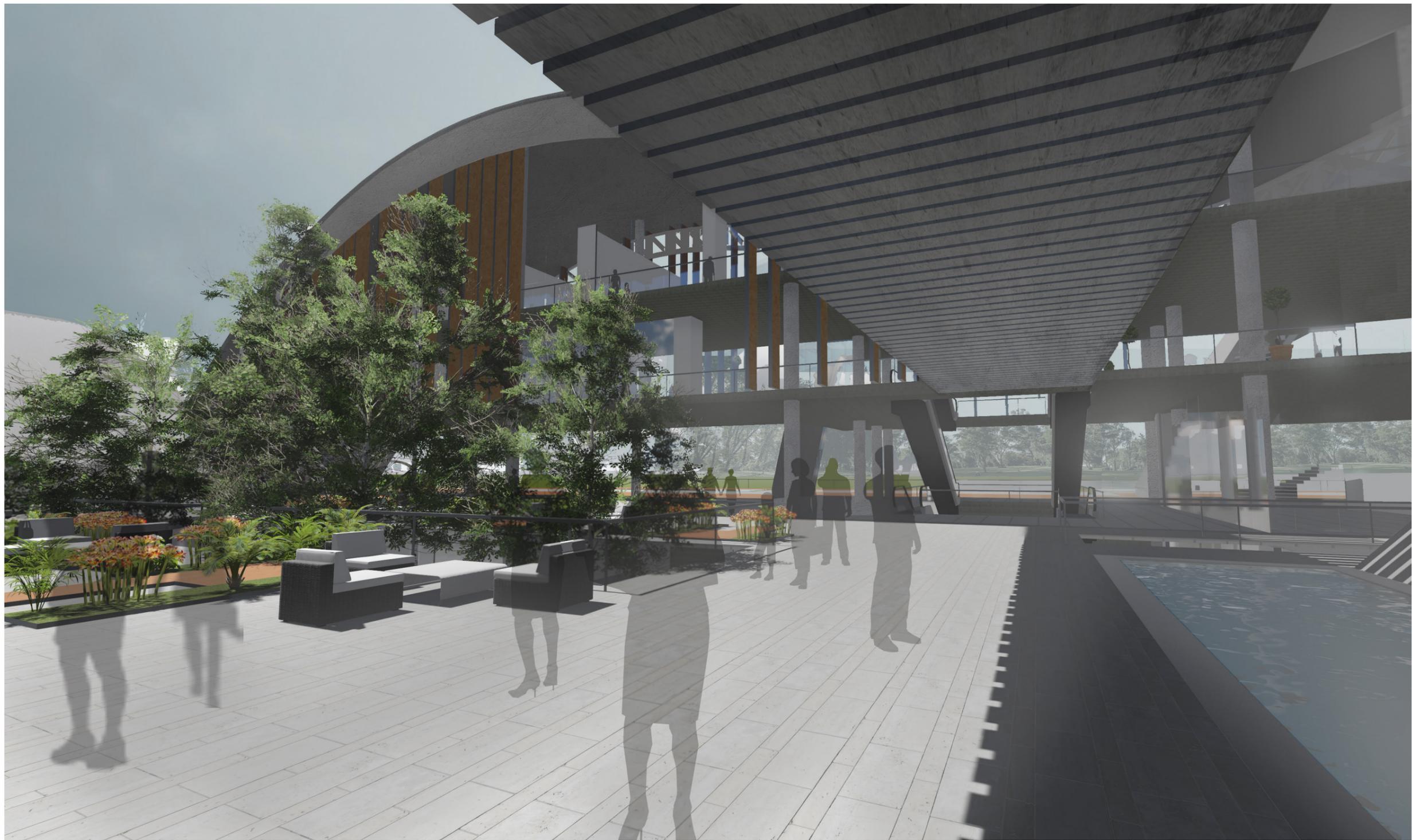
**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA EXTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-25

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA EXTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-26

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

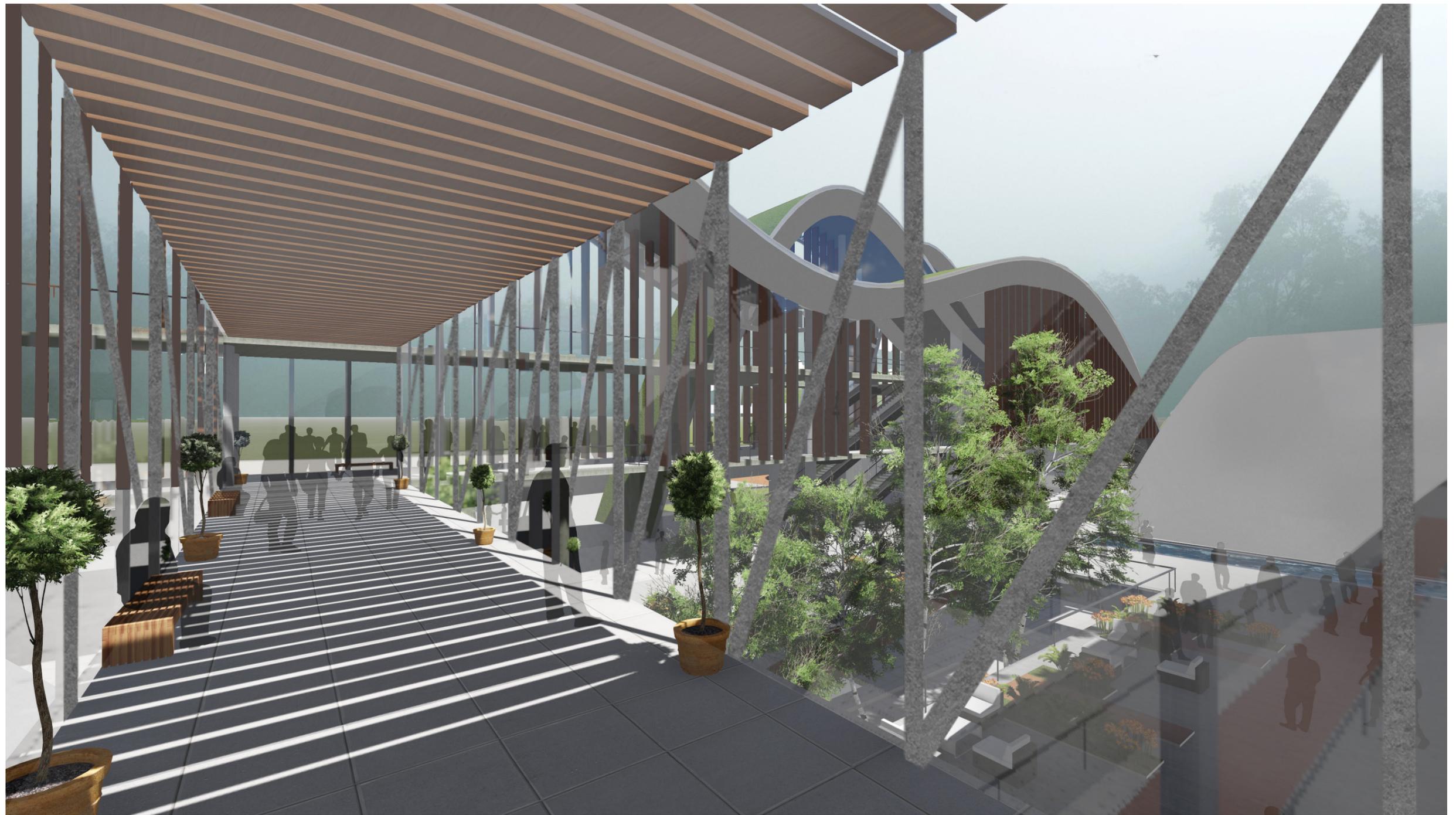
**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA INTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-27

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

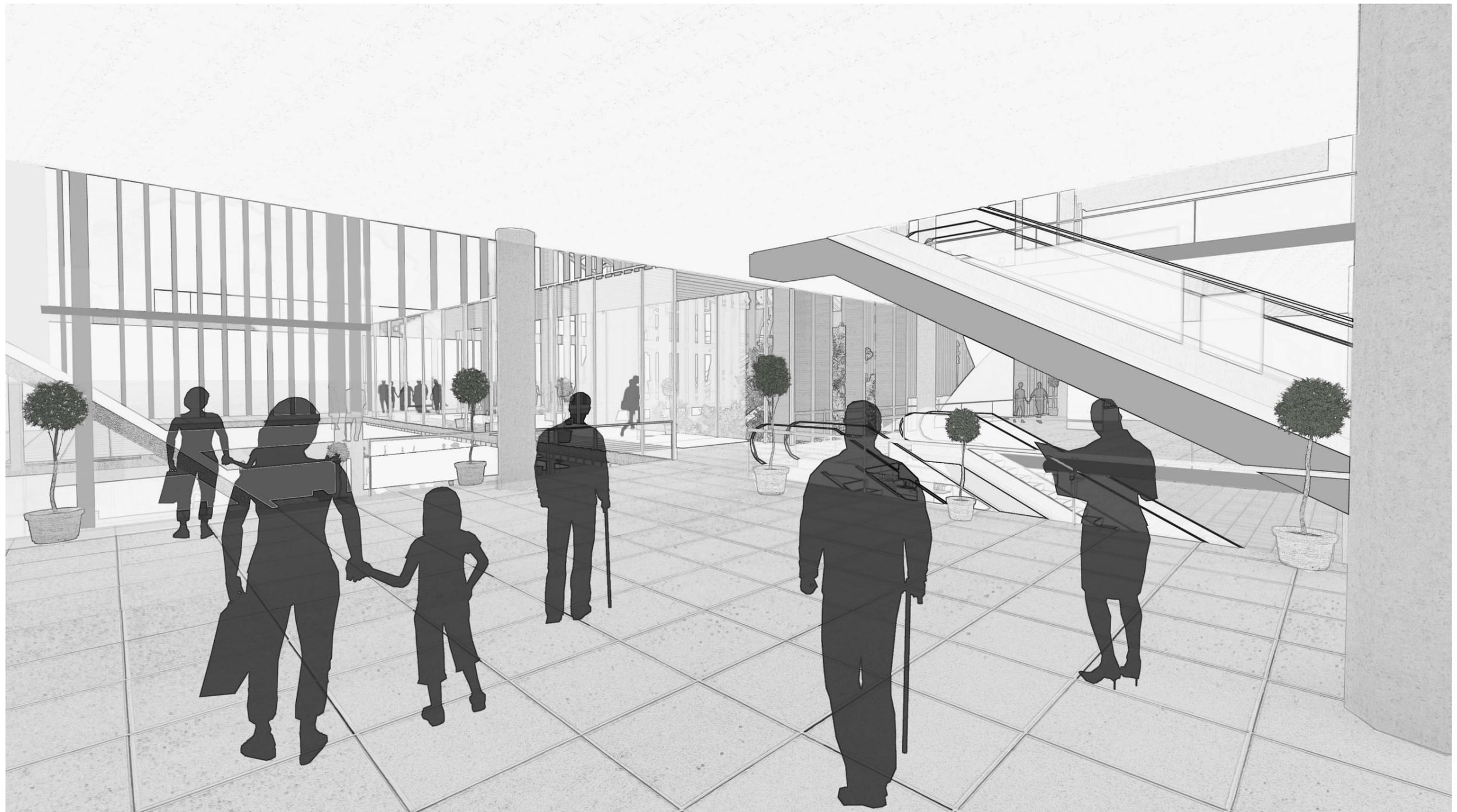
**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA INTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-28

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA INTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-29

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

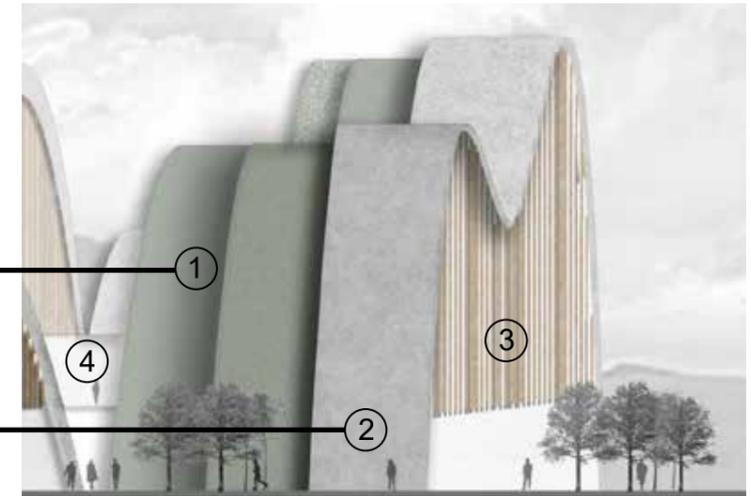
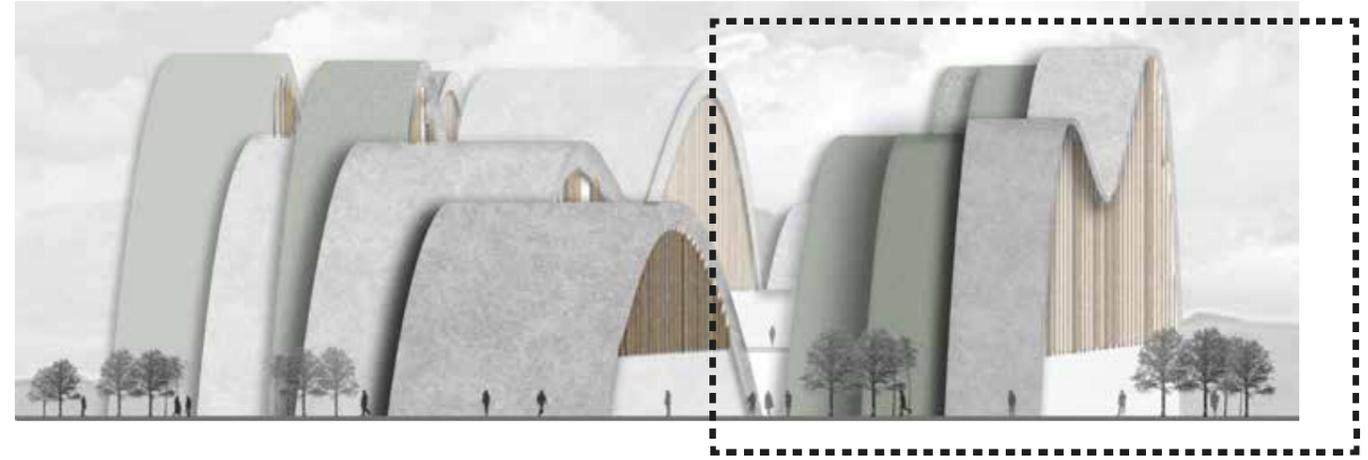
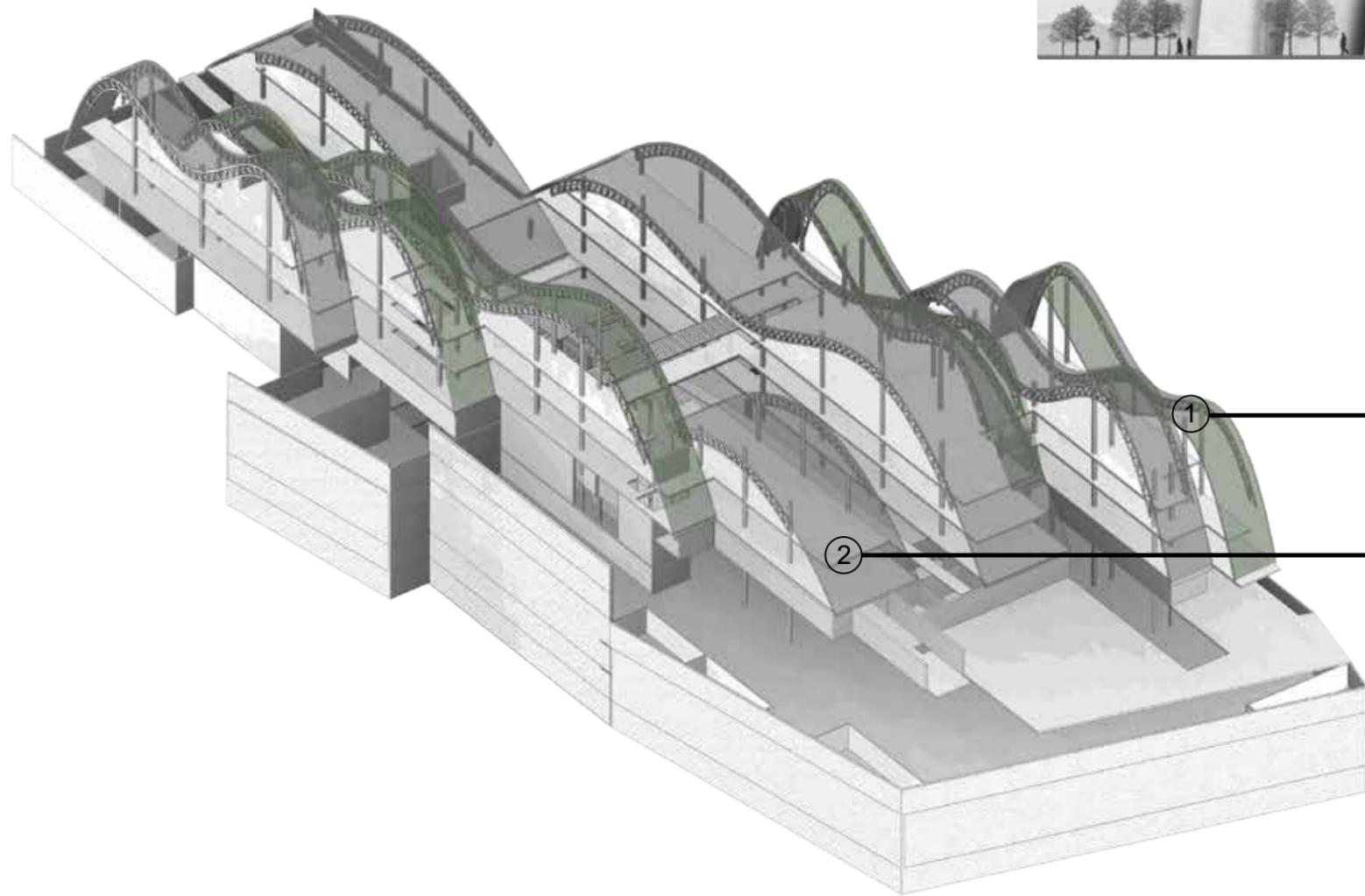
**CONTENIDO**  
PERSPECTIVA INTERIOR - EXTERIOR

**ESCALA**

**LÁMINA**  
ARQ-30

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



- ① CUBIERTAS VERDES
- ② CUBIERTAS DE HORMIGÓN ARMADO
- ③ LAMAS DE MADERA
- ④ PASAMANOS Y PUENTE ACRISTALADO

*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
MATERIALIDAD

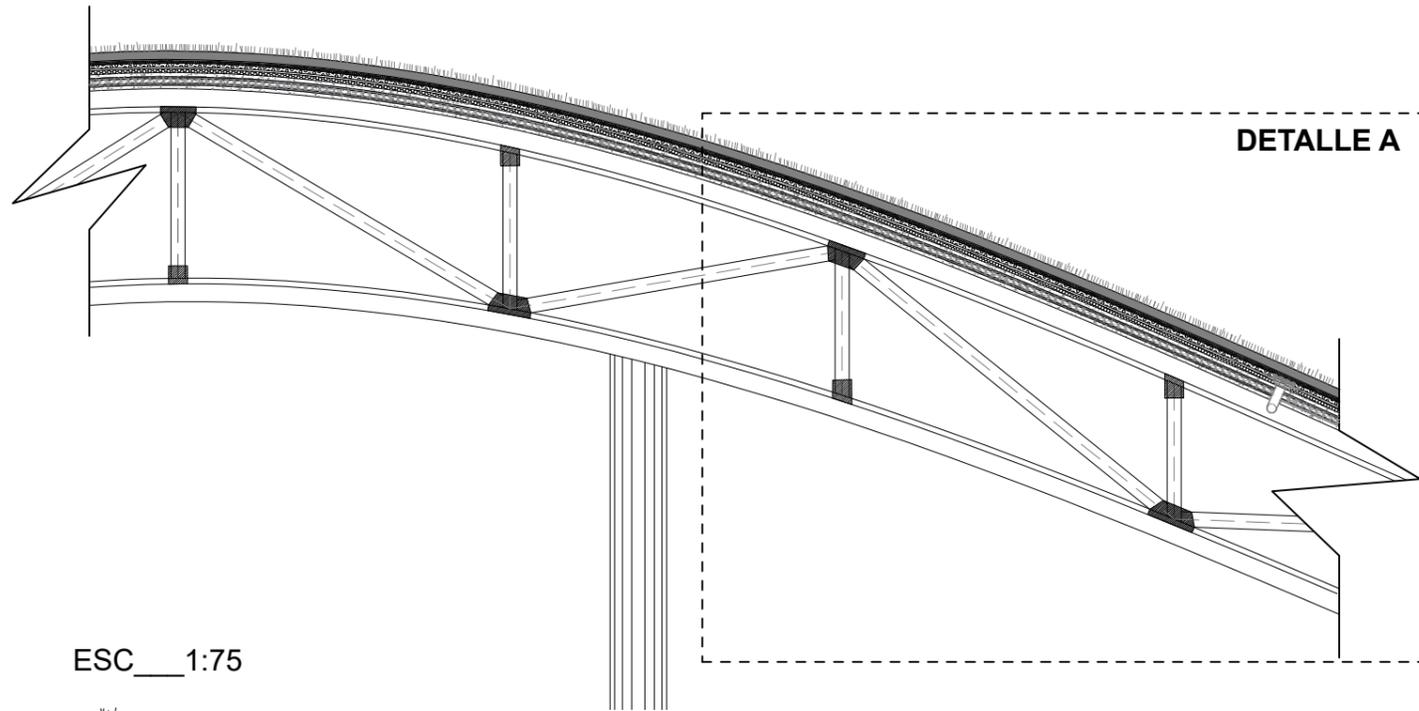
**ESCALA**

**LÁMINA**  
TEC-01

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

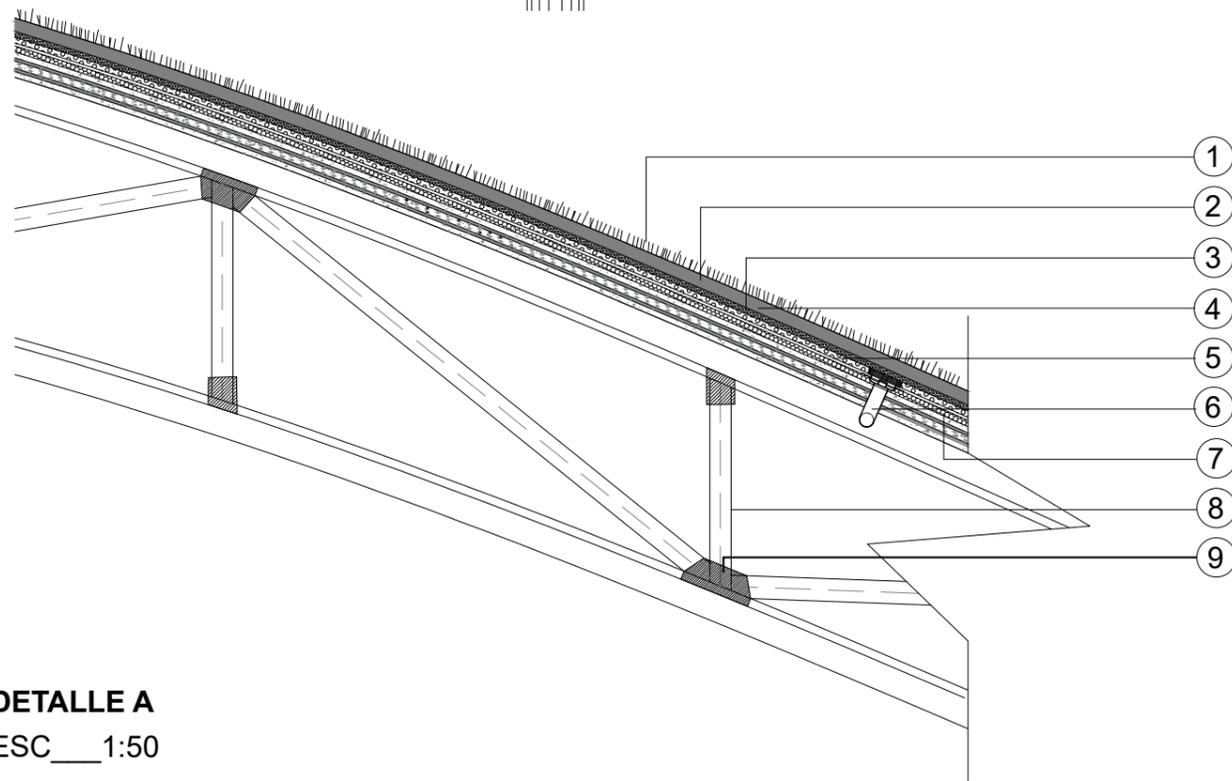
**DETALLE CUBIERTA VERDE**



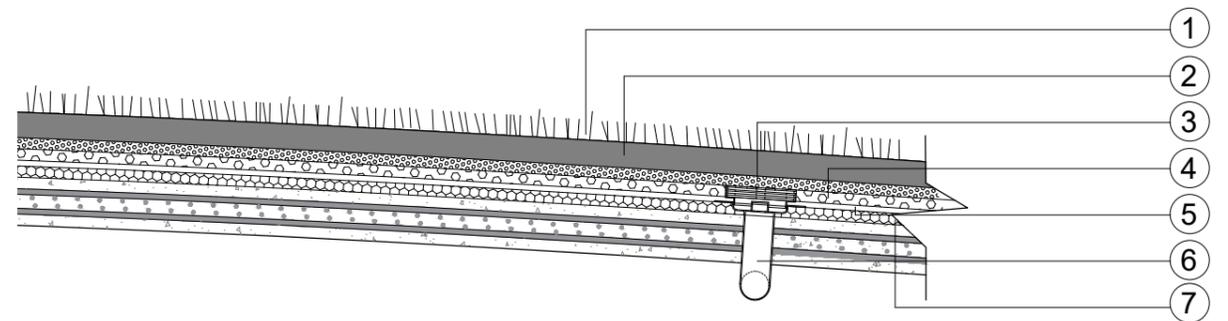
ESC \_\_ 1:75

**DETALLE A**

- ① CESPED
- ② TIERRA NEGRA
- ③ ÁRIDO FINO
- ④ ÁRIDO GRUESO
- ⑤ MEMBRANA DE PVC (IMPERMEABILIZACIÓN)
- ⑥ SUMIDERO
- ⑦ CAPA NIVELADORA PARA DESAGÜE
- ⑧ CERCHA METÁLICA
- ⑨ PLACA METÁLICA DE CONEXIÓN



**DETALLE A**  
ESC \_\_ 1:50



*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
DETALLES CONSTRUCTIVOS

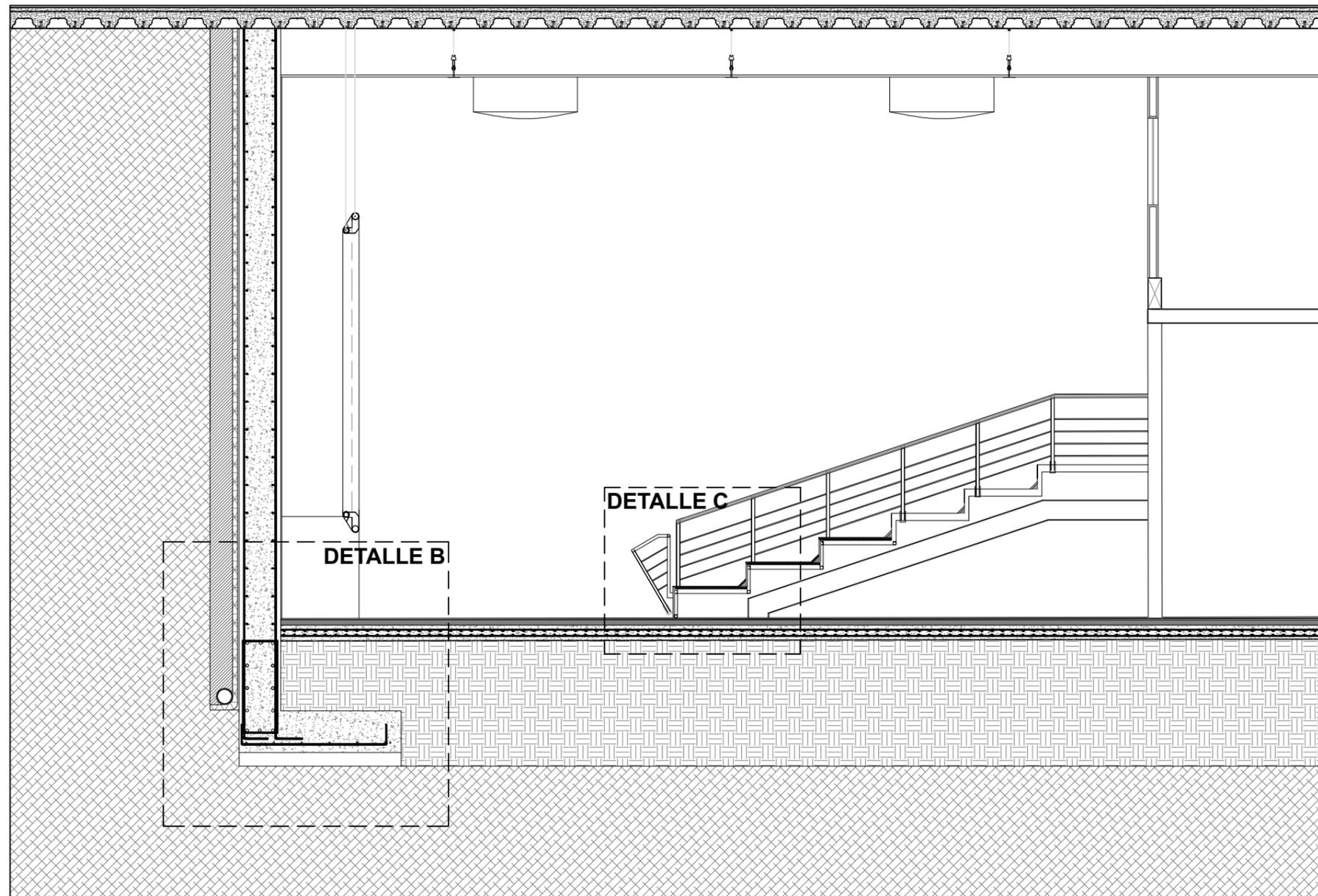
**ESCALA**

**LÁMINA**  
TEC-02

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

# DETALLE SALA DE CINE



ESC\_\_1:75

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
DETALLES CONSTRUCTIVOS

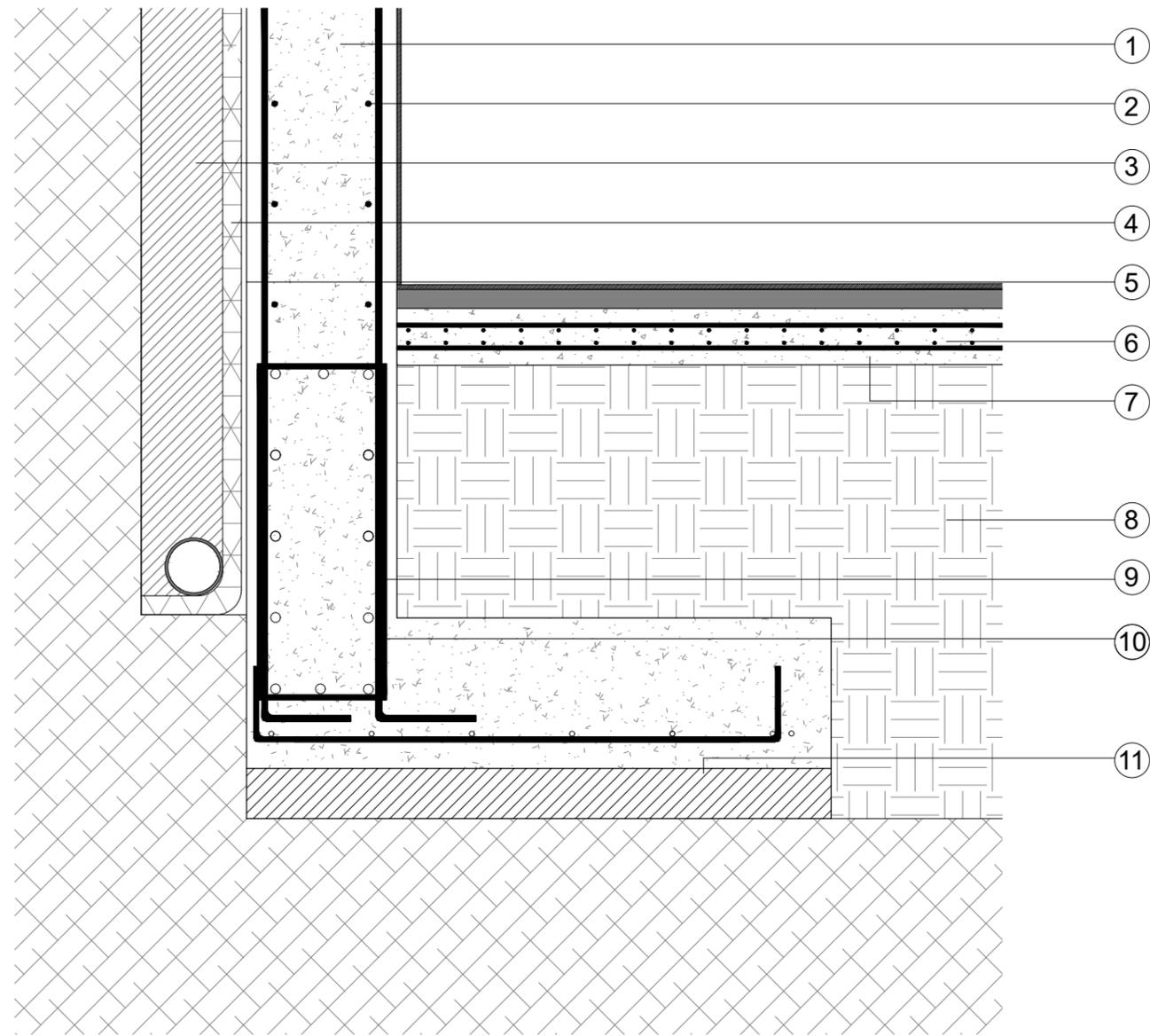
**ESCALA**

**LÁMINA**  
TEC-03

**NOTAS**

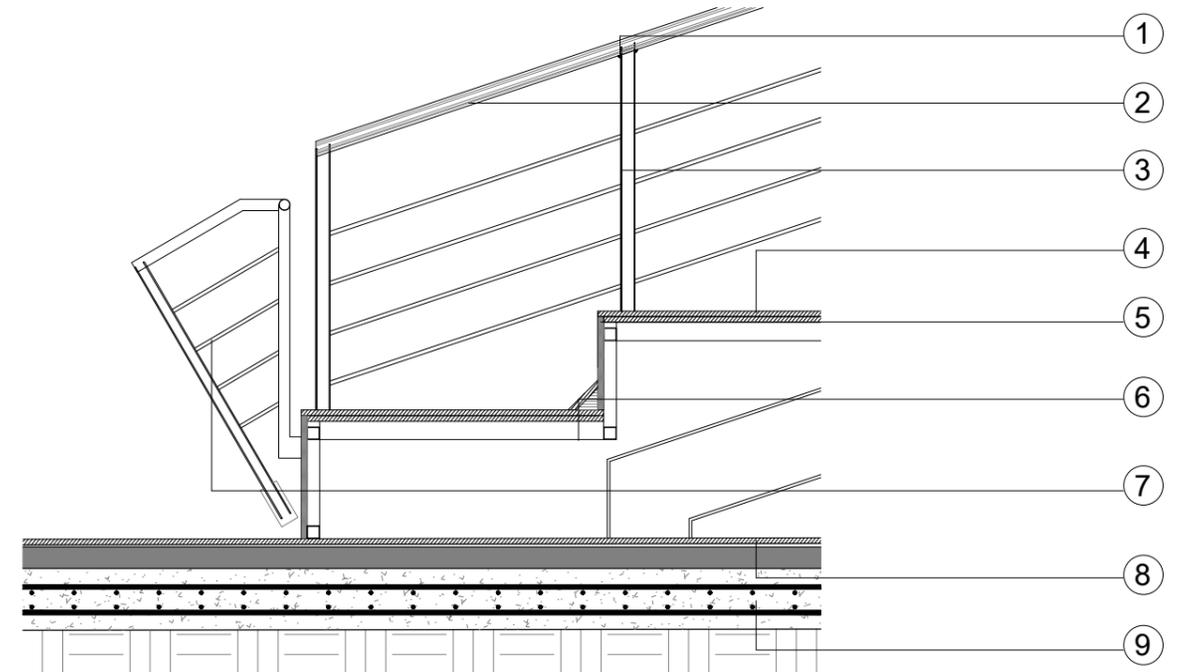
**UBICACIÓN**

### DETALLE CIMENTACIÓN



**DETALLE B**  
ESC\_\_1:25

### DETALLE PASAMANOS - GRADAS CINE



**DETALLE C**  
ESC\_\_1:25

#### DETALLE B

- ① MURO DE CONTENCIÓN DE HORMIGÓN
- ② ESTRIBO DE ACERO  $\phi$ 10mm @20cm
- ③ RELLENO DE GRAVA
- ④ PROTECCIÓN PVC
- ⑤ IMPERMEABILIZACIÓN
- ⑥ MALLA ELECTROSOLDADA  $\phi$ 8,5mm 0,10m x 0,10m
- ⑦ LOSA MACIZA HORMIGÓN 240 kg/cm<sup>2</sup>
- ⑧ TIERRA APISONADA
- ⑨ VARILLA ACERO  $\phi$  18mm @ 0.20 m
- ⑩ ACERO DE REFUERZO INFERIOR  
VARILLA ACERO  $\phi$  16mm @ 0.15 m
- ⑪ REPLANTILLO e=10cm  
HORMIGÓN 180 kg/cm<sup>2</sup>

#### DETALLE C

- ① SOLDADURA Y ESMERILADO
- ② PASAMANO O1 1/2"X2mm
- ③ DOBLE PLATINA 1 1/2" e=3/16"mm
- ④ ALFOMBRA
- ⑤ CONTRAHUELLA SELLADA
- ⑥ TAPA SELLADA DE MDF PARA EVITAR FILTRACIONES DE AGUA Y LUZ 10x15mm
- ⑦ TUBO CIRCULAR 3/4"
- ⑧ ALFOMBRA
- ⑨ LOSA MASIZA HORMIGÓN 240 kg/cm<sup>2</sup>

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
DETALLES CONSTRUCTIVOS

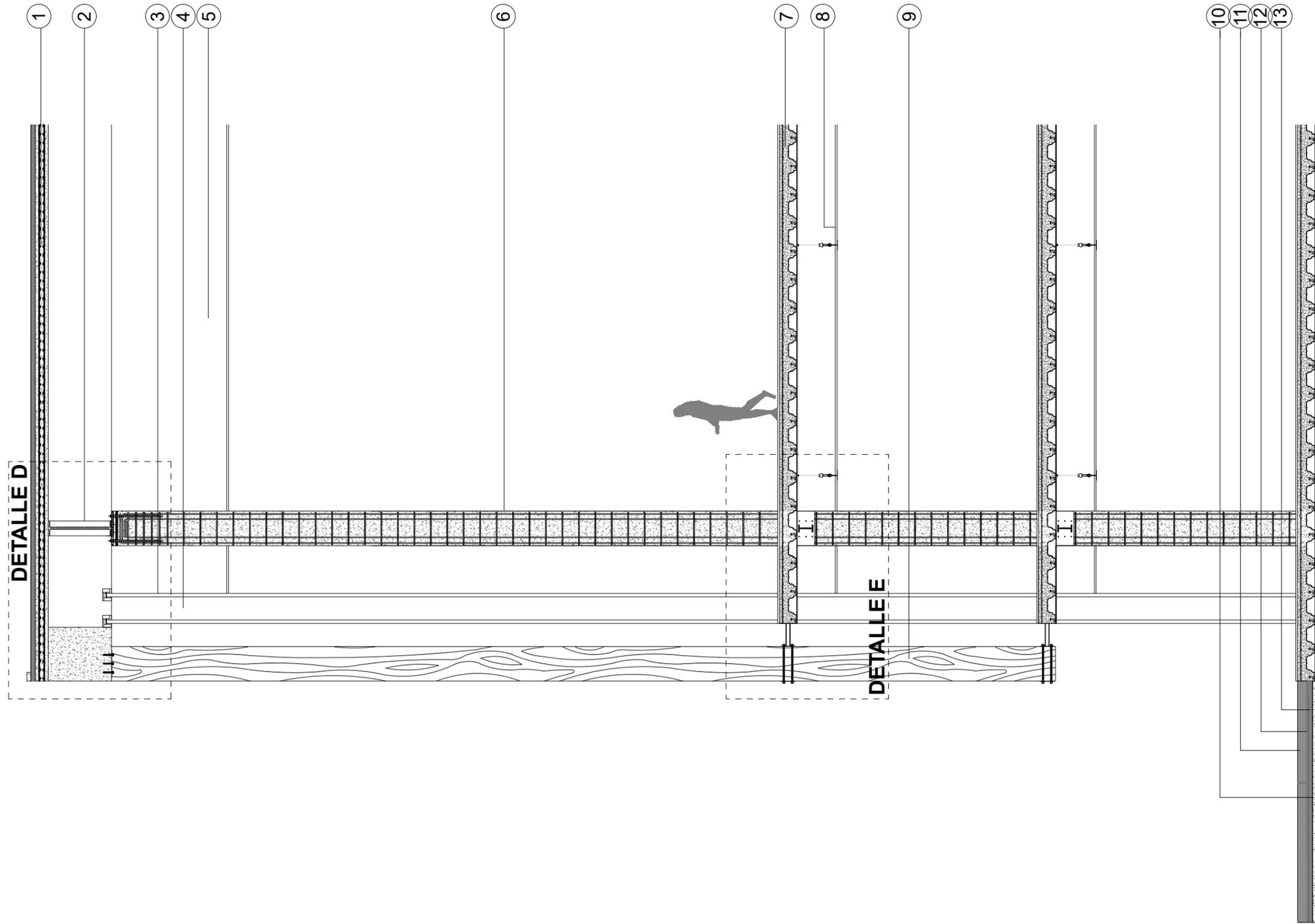
**ESCALA**

**LÁMINA**  
TEC-04

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

CORTE FACHADA



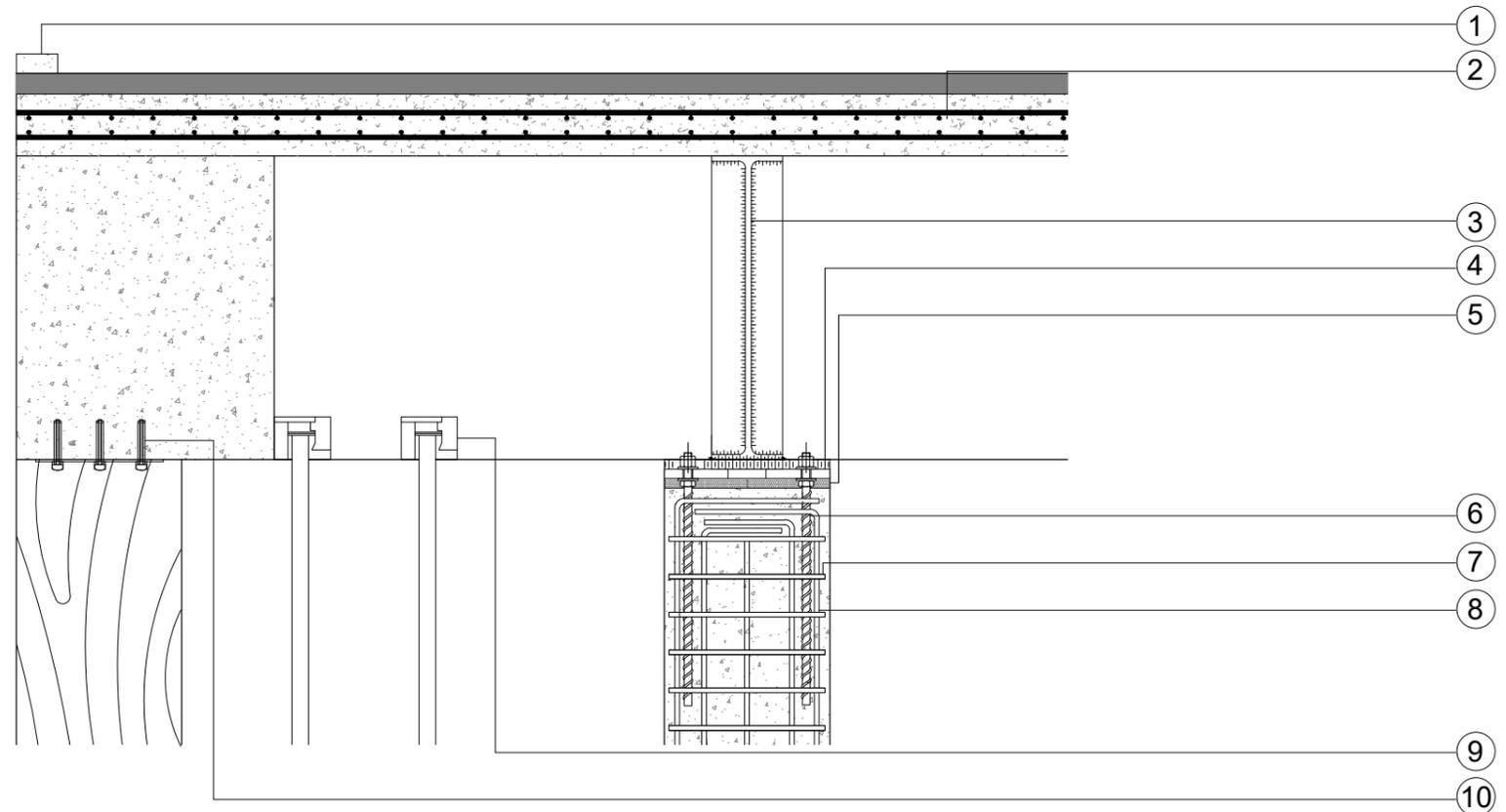
ESC 1:75

	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b>	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>
	<b>CONTENIDO</b> DETALLES CONSTRUCTIVOS	<b>LÁMINA</b> TEC-05		

## DETALLE COLUMNA H.A. - CUBIERTA H.A - LAMA MADERA

### CORTE FACHADA

- ① CUBIERTA H.A e=0.40cm
- ② VIGA METÁLICA EN I
- ③ VIDRIOS DOBLES
- ④ CÁMARA DE AIRE
- ⑤ ÁREA DE MAQUINARIA DE EXTRACCIÓN
- ⑥ COLUMNA CIRCULAR DE H.A.
- ⑦ LOSA STEEL DECK
- ⑧ CIELO RASO
- ⑨ LAMA MADERA
- ⑩ CONTRAPISO HORMIGÓN  $f_c$  210 kg/cm<sup>2</sup>  
ADOQUÍN PREFABRICADO HORMIGÓN
- ⑪ 0.60m x 0.30m 180 kg/cm<sup>2</sup>
- ⑫ POLIETILENO e=0.002
- ⑬ MASILLADO FINO e=2cm



### DETALLE D

- ① BORDILLO
- ② LOSA MASIZA HORMIGÓN 240 kg/cm<sup>2</sup>
- ③ VIGA METÁLICA
- ④ CAPA DE APOYO INTERMEDIA
- ⑤ MORTERO DE NIVELACIÓN
- ⑥ PERNO DE ANCLAJE
- ⑦ ESTRIBO VARILLA CORRUGADA 10mm
- ⑧ VARILLA CORRUGADA 14mm
- ⑨ PLACA DE FIJACIÓN DE VIDRIO
- ⑩ PERNOS DE ANCLAJE

**DETALLE D**  
ESC \_\_ 1:25

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
DETALLES CONSTRUCTIVOS

**ESCALA**

**LÁMINA**  
TEC-6

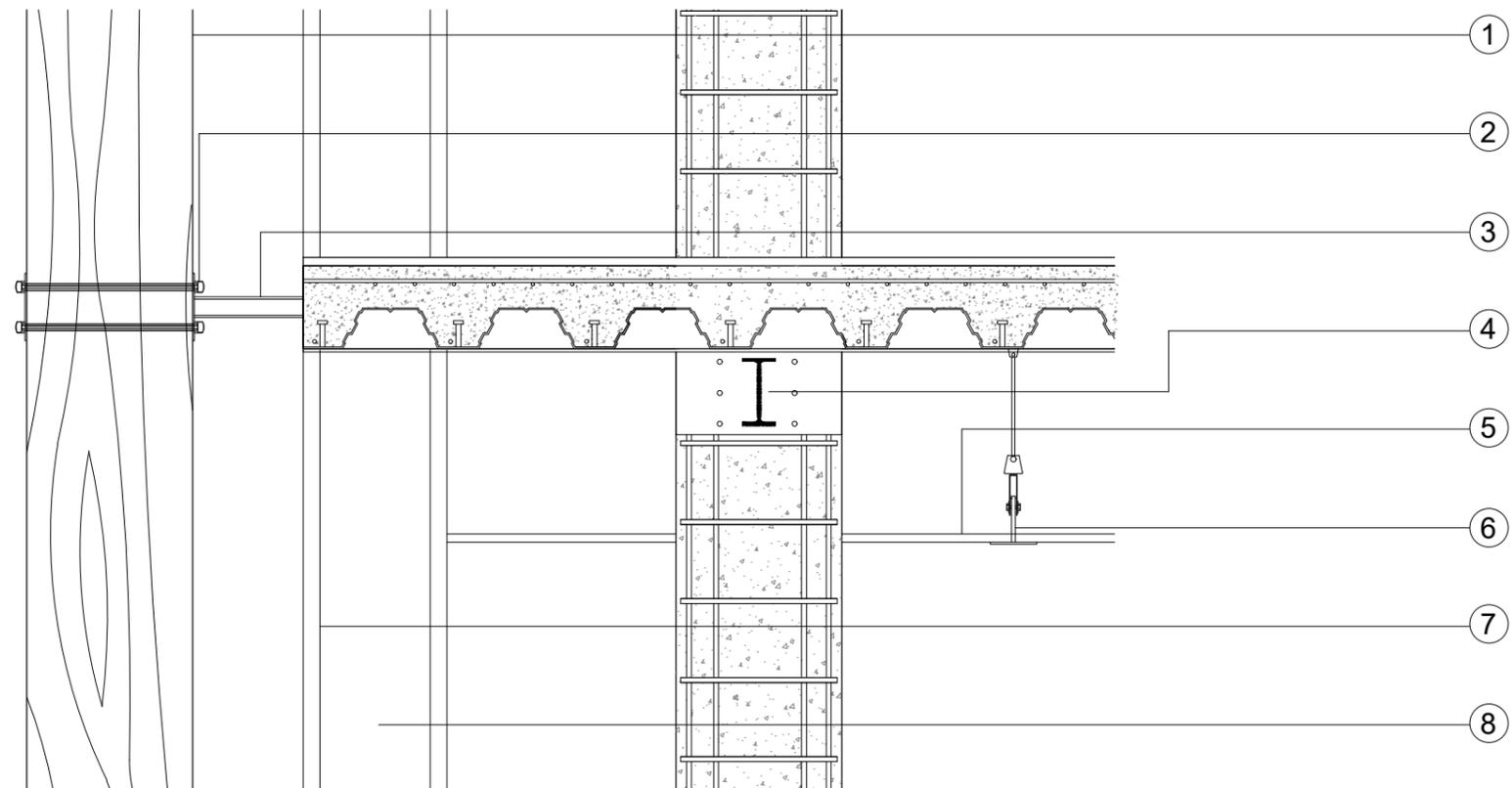
**NOTAS**

**UBICACIÓN**

# DETALLE LAMA MADERA - COLUMNA H.A. - VIDRIOS DOBLES

## DETALLE E

- ① LAMA DE MADERA
- ② PERNOS DE FIJACIÓN
- ③ CORREAS DE AMARRE
- ④ VIGA DE ANCLAJE
- ⑤ CIELO RASO
- ⑥ SUJETADOR
- ⑦ VIDRIOS DOBLES LAMINADOS e=6mm c/u
- ⑧ CÁMARA DE AIRE



**DETALLE E**  
ESC \_\_ 1:25

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

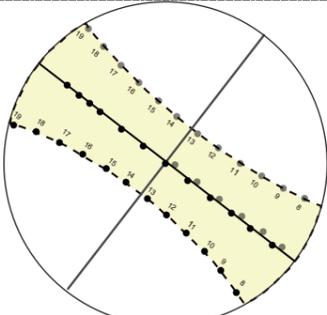
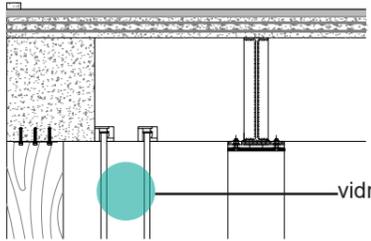
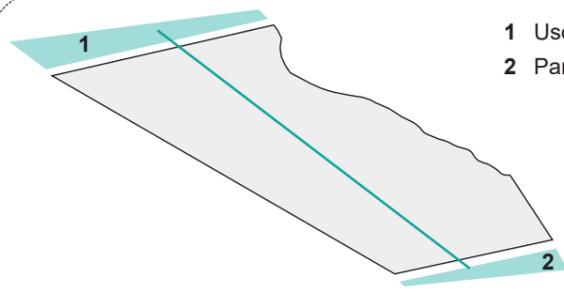
**CONTENIDO**  
DETALLES CONSTRUCTIVOS

**ESCALA**

**LÁMINA**  
TEC-07

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	DESCRIPCIÓN
<b>ASOLEAMIENTO</b>	<p>Proveer iluminación a los diferentes espacios del proyecto.</p> <p>Complementar el uso del equipamiento con ingreso de luz natural al proyecto.</p>	 <p>Direccionar las cintas de tal manera que exista ingreso de luz natural dentro del Centro Comercial.</p>	<p>Para cuidar los mercadería de venta dentro del Centro Comercial, se implantan lamas de madera que tienen un ritmo en la fachada dependiendo del espacio que tenga que cubrir.</p>
<b>VENTILACIÓN</b>	<p>Proporcionar ventilación natural y mecánica en los espacios del proyecto según su necesidad.</p> <p>Proveer al proyecto de oxigenación en sus espacios interiores.</p>	 <p>Proporcionar aislamiento por fachadas exteriores las cuales proporcionan un mayor ahorro energético</p>	<p>Las cintas que dan hacia la plaza principal del proyecto están abiertas y permiten la ventilación natural dentro de los volúmenes, mientras que en las demás fachadas existen vidrios dobles con cámara de aire para el aislamiento y ahorro energético.</p>
<b>ORIENTACIÓN</b>	<p>Orientar el proyecto de tal manera que tenga relación con el entorno inmediato, al igual que relaciones entre espacios interiores y exteriores.</p>	 <p>1 Uso mixto 2 Parque</p> <p>Ubicar las cintas de Norte a Sur para tener relación con el parque aledaño y los usos del lado sur.</p>	<p>Las cintas se abren hacia los espacios públicos aledaños ubicados al norte y sur del proyecto y los que se encuentran al este y oeste que son: la quebrada y la plaza, son fundamentales dentro del proyecto debido a que son las anclas urbanas.</p>



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

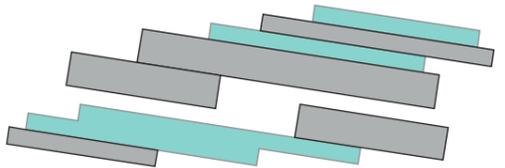
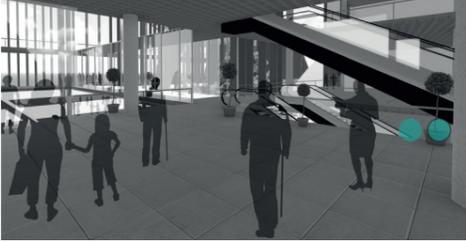
**CONTENIDO**  
OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS MEDIOAMBIENTALES

**ESCALA**

**LÁMINA**  
MED-01

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	DESCRIPCIÓN
<b>MATERIALIDAD</b>	Utilizar materiales que respondan a la identidad del lugar en donde está ubicado el proyecto.	 <p>Utilizar materiales del sector como la madera y el hormigón para la elaboración del proyecto y los espacios públicos del equipamiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Césped</li> <li>Hormigón</li> <li>Madera</li> </ul> <p>Materiales flexibles como la madera y materiales pensados a futuro, fuertes y resistentes como el hormigón.</p>
<b>PAISAJISTICA</b>	<p>Crear diferentes tipos de espacios de encuentro que logren adaptarse al lugar y al proyecto.</p> <p>Establecer espacios comunales donde los usuarios puedan apropiarse del lugar.</p>	 <p>Crear espacios de estancia y ocio en las plazas públicas del Centro Comercial.</p>	<p>El mobiliario urbano y las actividades que se realizarán en los espacios públicos abiertos del Centro Comercial, fomentan la apropiación de cada uno de los espacios por parte de los usuarios que visitarán el equipamiento, dotando a un espacio comercial usos de diferentes características que respondan a las necesidades del sector.</p>
<b>DESECHOS</b>	<p>Dotar espacios dentro del proyecto donde puedan clasificar sus desechos.</p> <p>Crear un plan de manejo de desechos dentro del Centro Comercial.</p>	 <p>Separar fuentes de residuos en dos partes: reciclables y no reciclables en diferentes puntos del Centro comercial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reciclables</li> <li>No Reciclables</li> </ul> <p>Los puntos de fuentes de residuos reciclables y no reciclables se ubicarán en lugares estratégicos donde exista el paso y estancia de los usuarios dentro del proyecto.</p>



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS MEDIOAMBIENTALES

**ESCALA**

**LÁMINA**  
MED-02

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

 **NOMBRE:** ARRAYÁN  
**TIPO:** ÁRBOL  
**ALTURA:** MEDIA  
**DIÁMETRO DE COPA:** 5m  
**USO:** ESPACIO PÚBLICO

 **NOMBRE:** ALGARROBO  
**TIPO:** ÁRBOL  
**ALTURA:** MEDIA  
**DIÁMETRO DE COPA:** 6m  
**USO:** QUEBRADA

 **NOMBRE:** SALVIA DE QUITO  
**TIPO:** ARBUSTO  
**ALTURA:** BAJA  
**DIÁMETRO DE COPA:**  
**USO:** ESPACIO PÚBLICO

 **NOMBRE:** YALOMAN  
**TIPO:** ARBOL  
**ALTURA:** ALTA  
**DIÁMETRO DE COPA:** 8  
**USO:** ESPACIO PÚBLICO



ARRAYÁN



ALGARROBO



SALVIA



ARRAYÁN

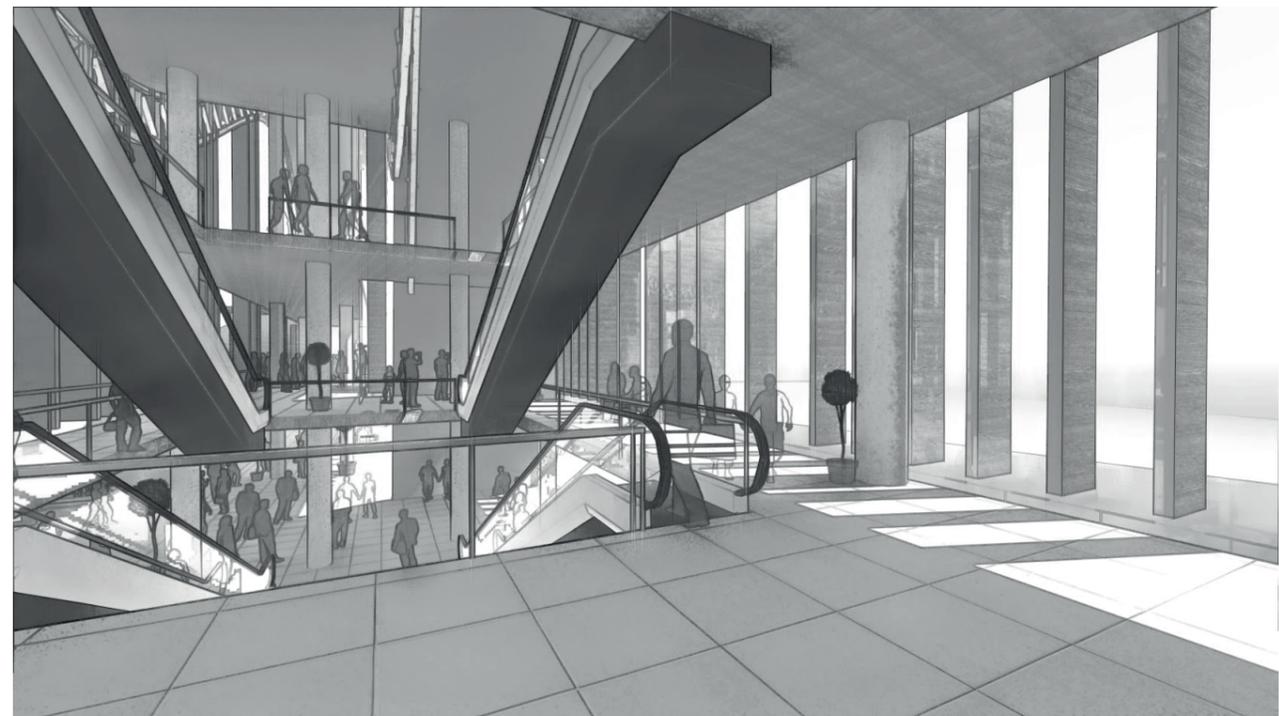
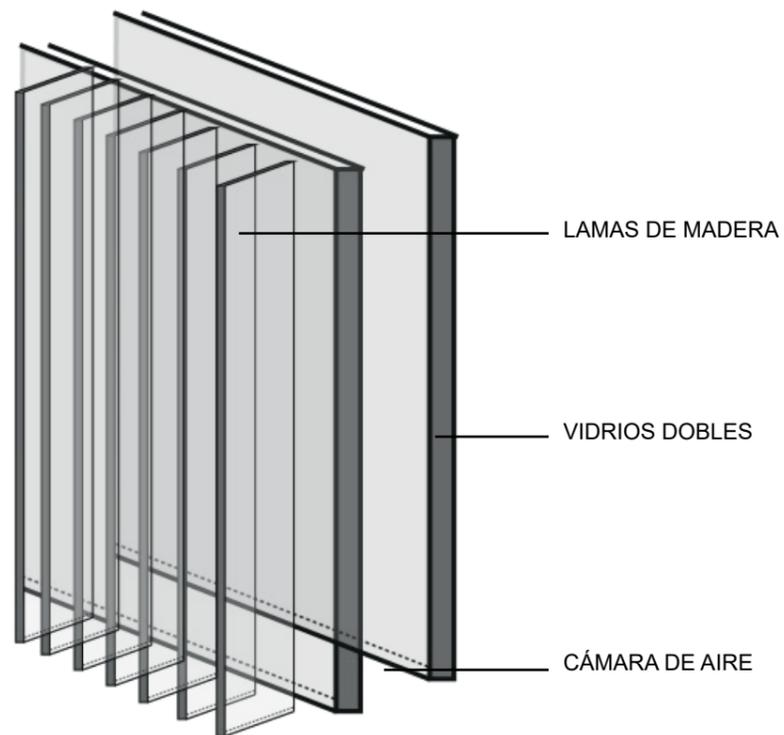
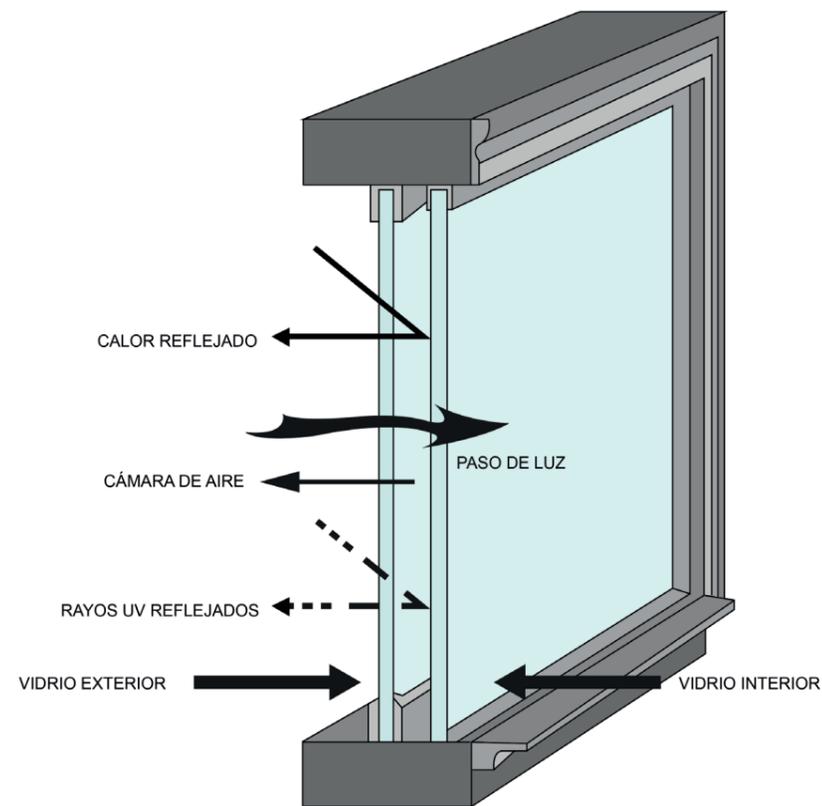


**TEMA**  
 CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS  
**CONTENIDO**  
 TIPOS DE VEGETACIÓN

**ESCALA**  
**LÁMINA**  
 MED-03

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



**PERSPECTIVA INTERIOR  
INGRESO DE LUZ**

*uola*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

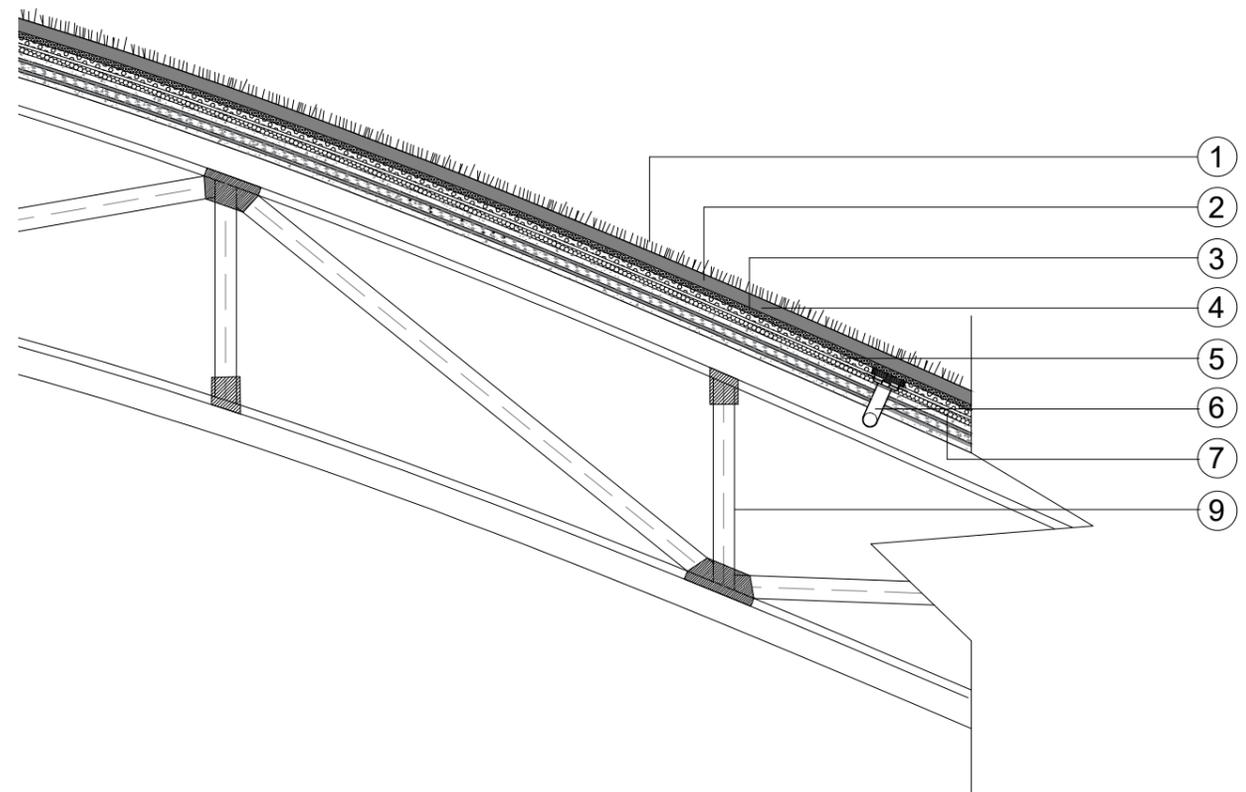
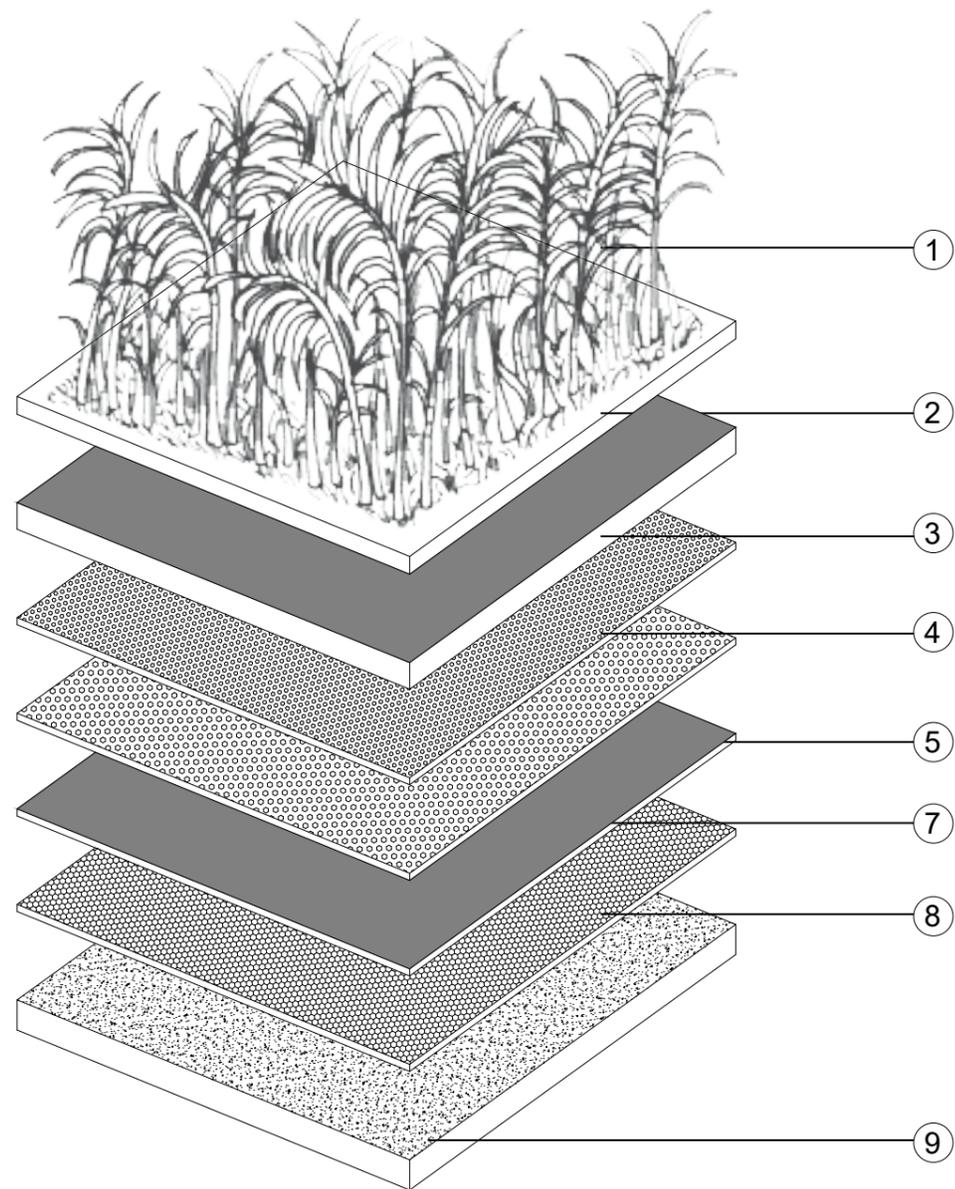
**CONTENIDO**  
CONFORT - INGRESO DE LUZ

**ESCALA**

**LÁMINA**  
MED-04

**NOTAS**

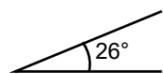
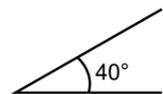
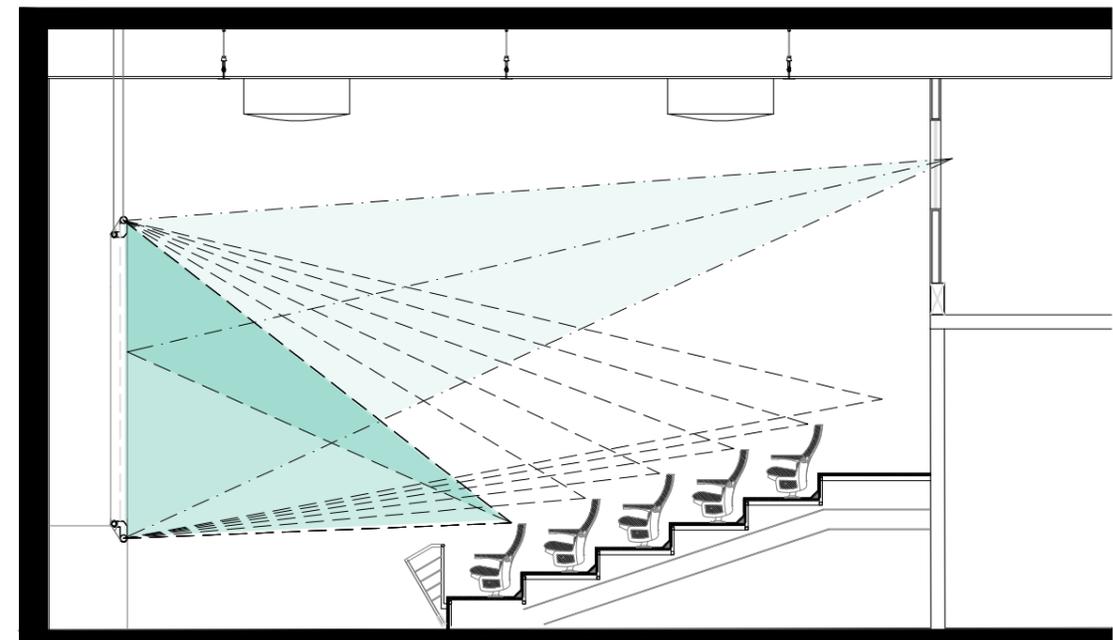
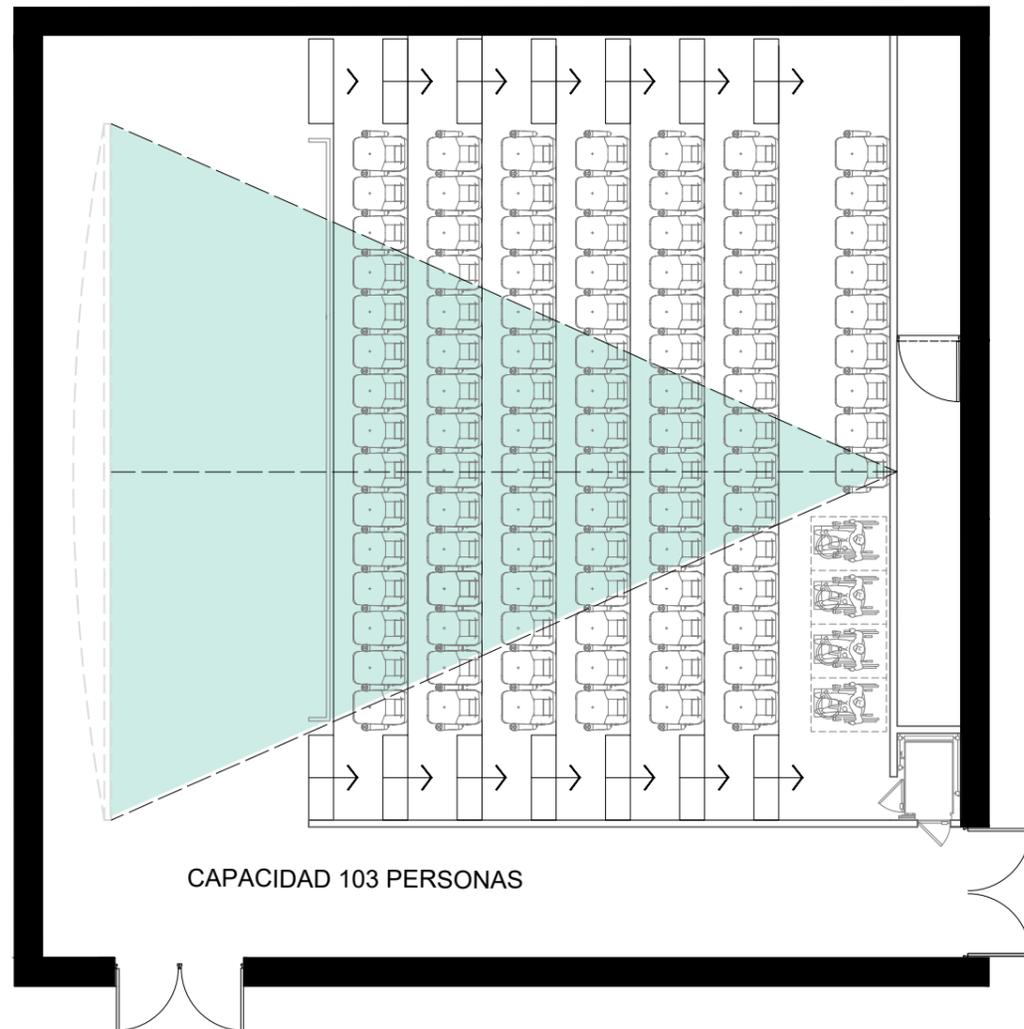
**UBICACIÓN**



**NOMENCLATURA**

- ① CESPED
- ② TIERRA NEGRA
- ③ ÁRIDO FINO
- ④ ÁRIDO GRUESO
- ⑤ MEMBRANA DE PVC
- ⑥ SUMIDERO
- ⑦ CAPA NIVELADORA PARA DESAGÜE
- ⑧ LOSA MASIZA DE HORMIGÓN
- ⑨ CERCHA

	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b>	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>
	<b>CONTENIDO</b> DETALLE CUBIERTA VERDE	<b>LÁMINA</b> MED-05		



RADIO DE VISIÓN DE PERSONA DE PRIMERA FILA  
PUNTOS EXTREMOS DE LA PANTALLA

RADIO DE VISIÓN DE PERSONA DE PRIMERA FILA  
DE PUNTO SUPERIOR Y MEDIO DE PANTALLA

*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

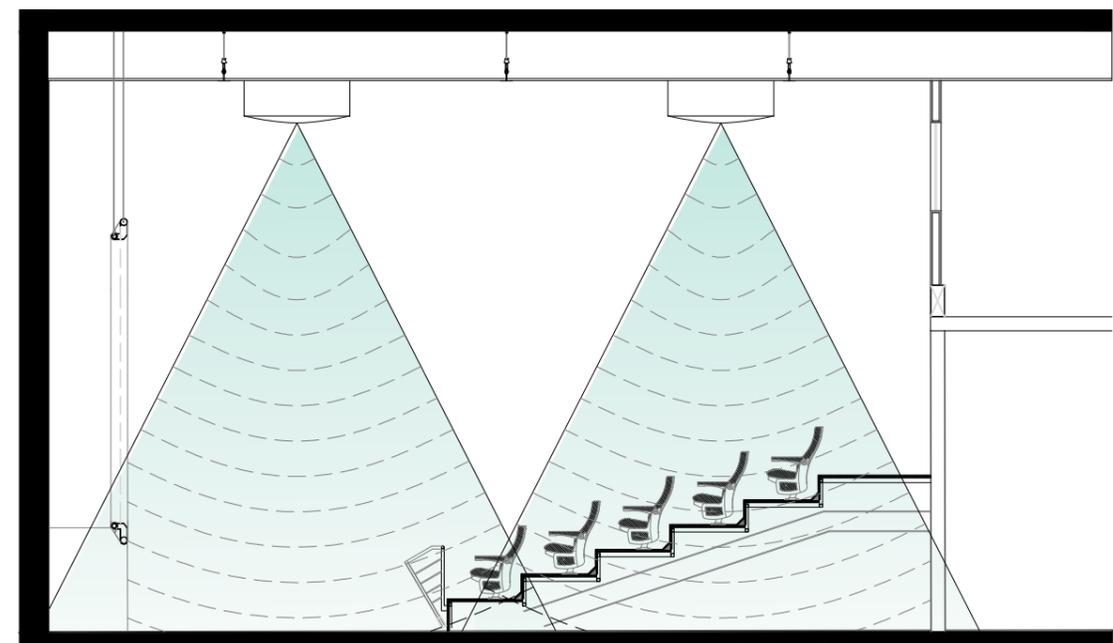
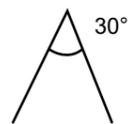
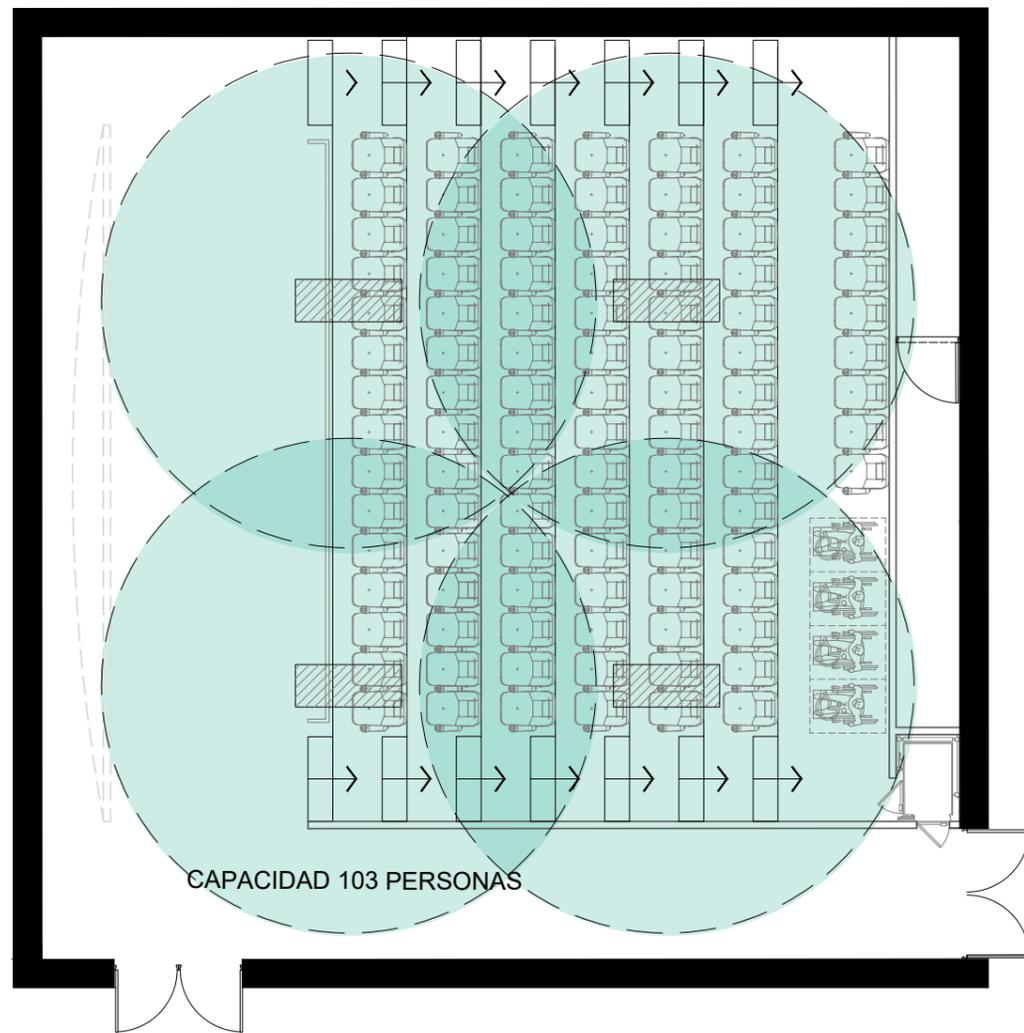
**CONTENIDO**  
PLANTA - CORTE ISÓPTICA

**ESCALA**

**LÁMINA**  
MED-06

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



ONDAS DE SONIDO PARA SALA DE CINE  
CAPACIDAD 103 PERSONAS

*uola.*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

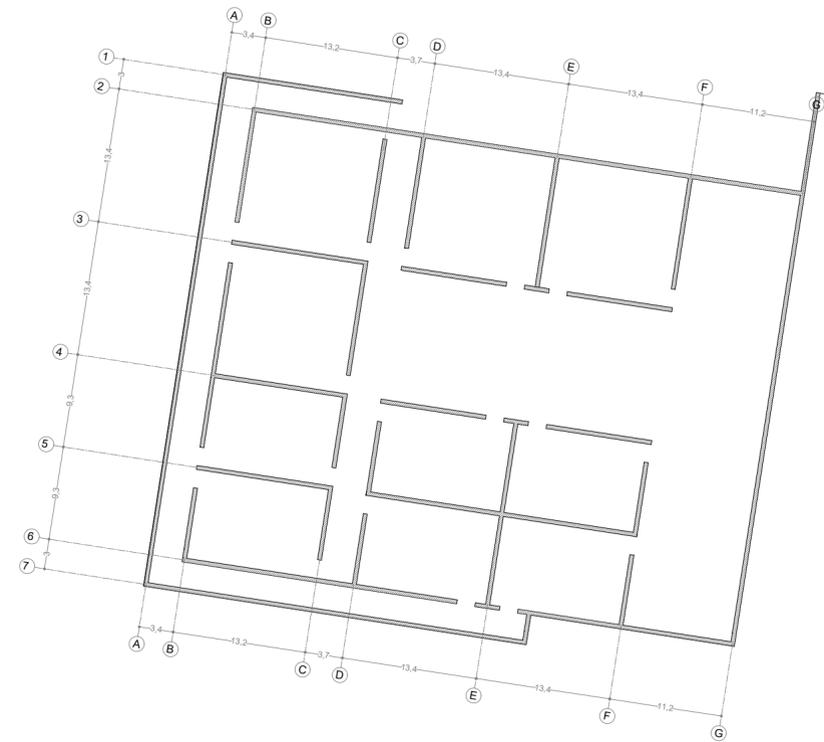
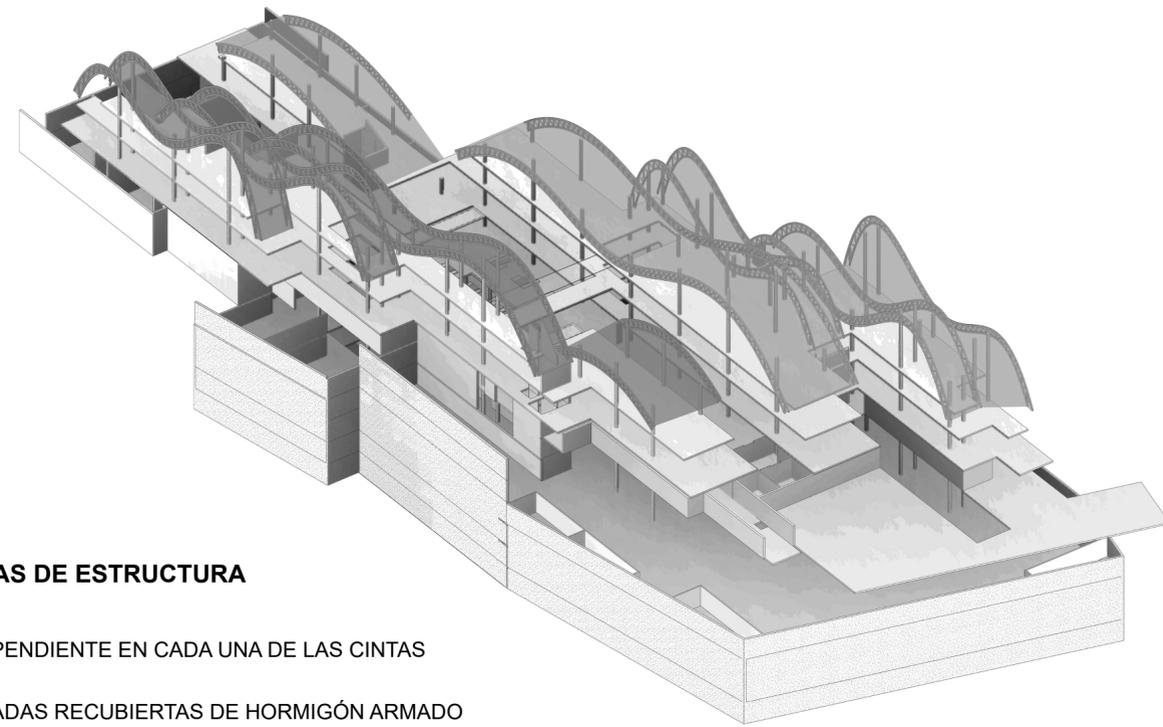
**CONTENIDO**  
PLANTA - CORTE ACÚSTICA

**ESCALA**

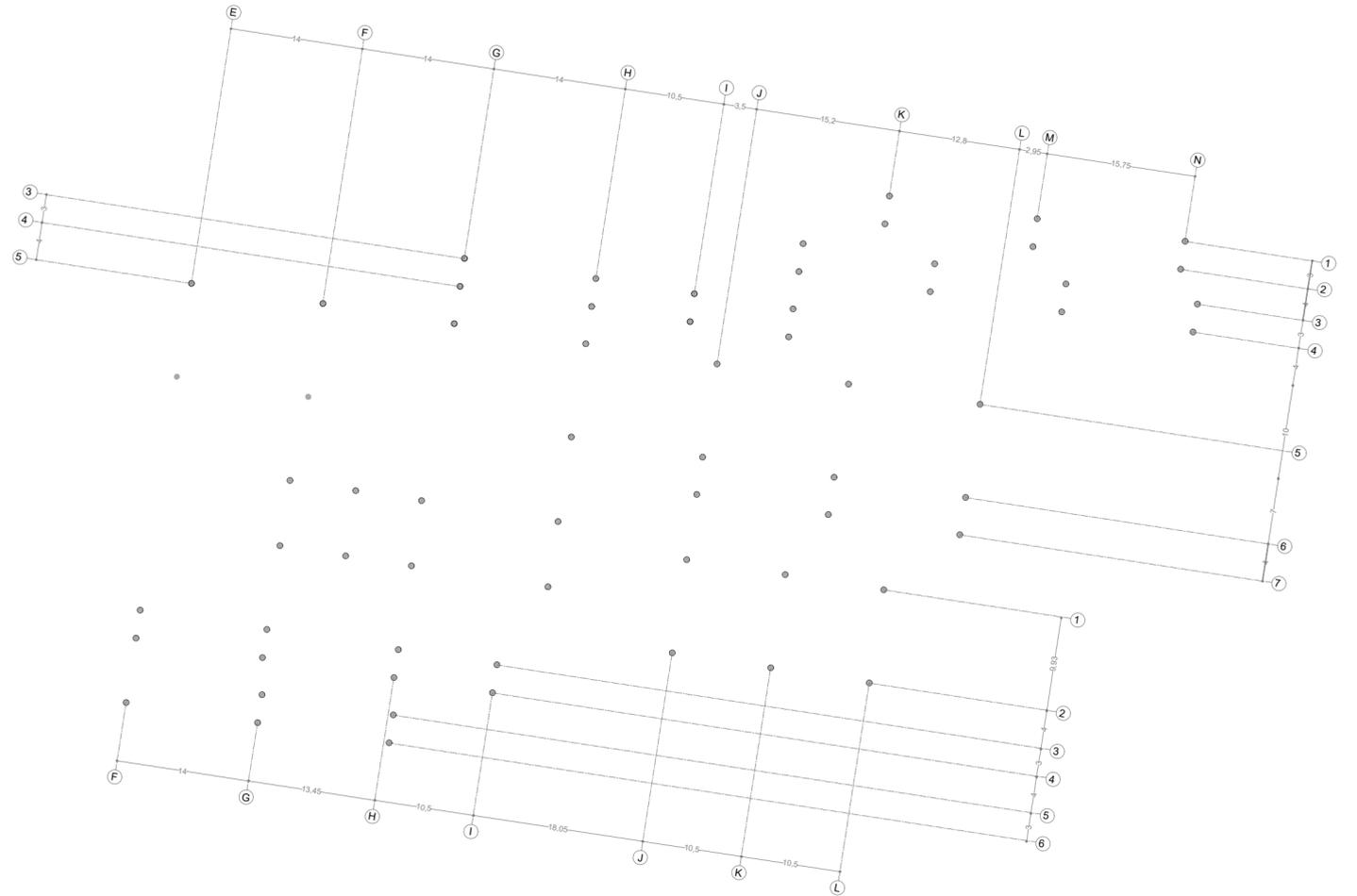
**LÁMINA**  
MED-07

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



ESC. 1:500



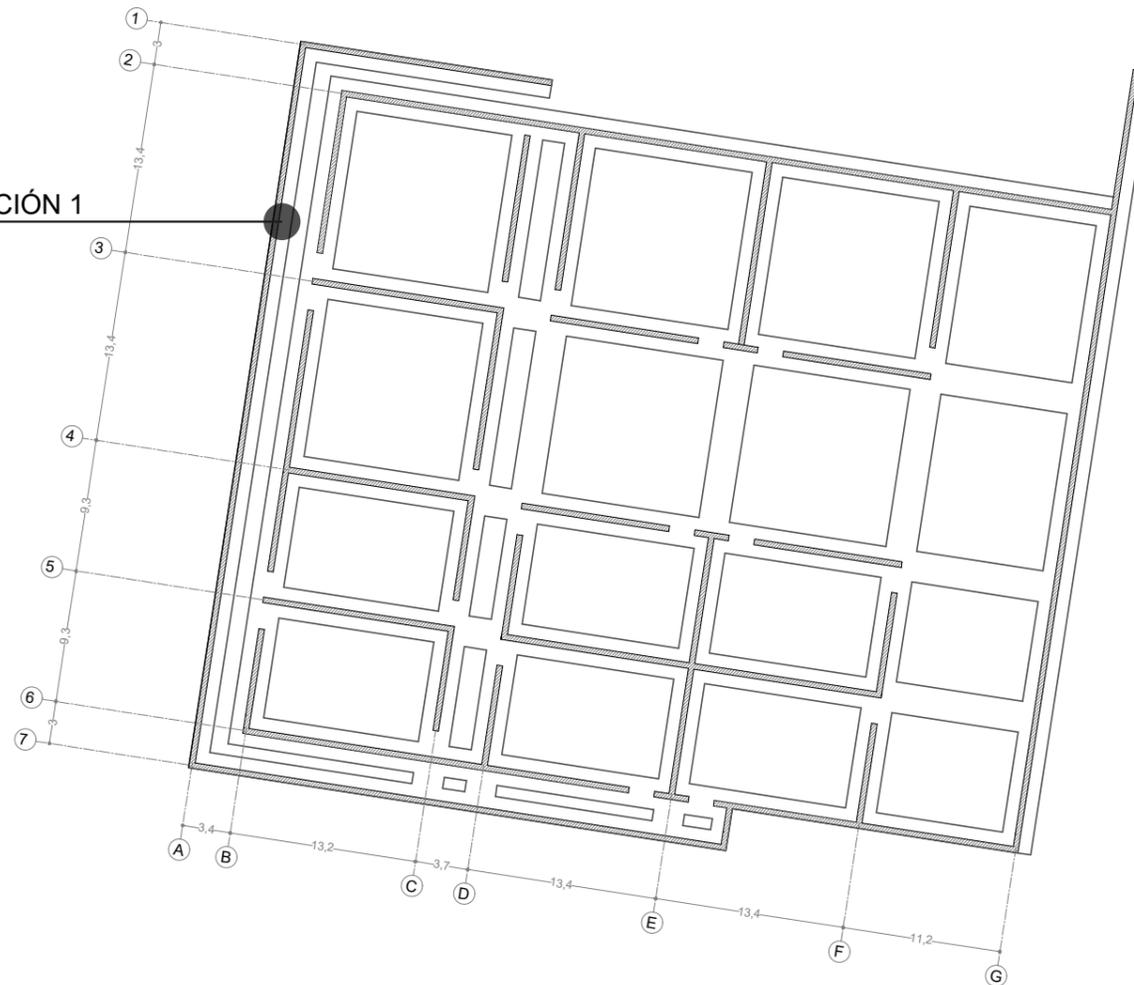
ESC. 1:500

**CARACTERÍSTICAS DE ESTRUCTURA**

- ESTRUCTURA INDEPENDIENTE EN CADA UNA DE LAS CINTAS
- COLUMNAS ZUNCHADAS RECUBIERTAS DE HORMIGÓN ARMADO
- VIGAS Y VIGUETAS METÁLICAS
- EJES SEPARADO POR BLOQUES - BLOQUE A - BLOQUE B
- BLOQUE A
- BLOQUE B
- ESTRUCTURA DE CINE: MUROS PORTANTES

	<b>TEMA</b> CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS	<b>ESCALA</b>	<b>NOTAS</b>	<b>UBICACIÓN</b>
	<b>CONTENIDO</b> EJES - ESTRUCTURA	<b>LÁMINA</b> EST-01		

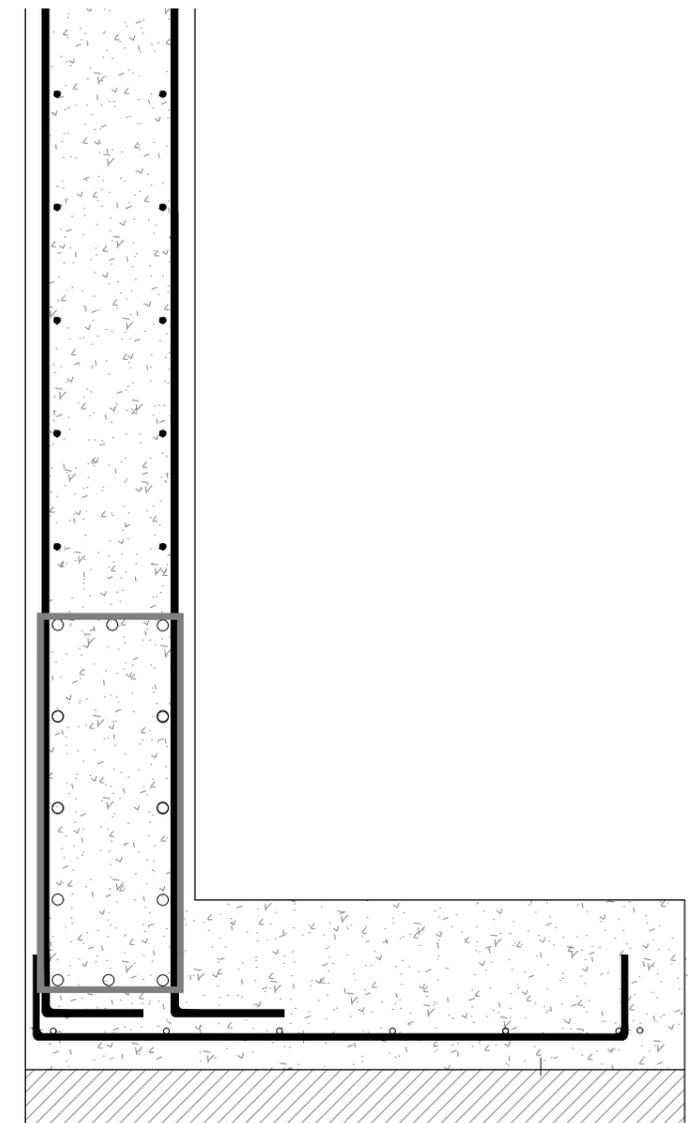
DETALLE DE CIMENTACIÓN 1



PLANTA: -9.00

ESC \_\_\_ 1:500

### DETALLE DE CIMENTACIÓN TIPO 1



**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

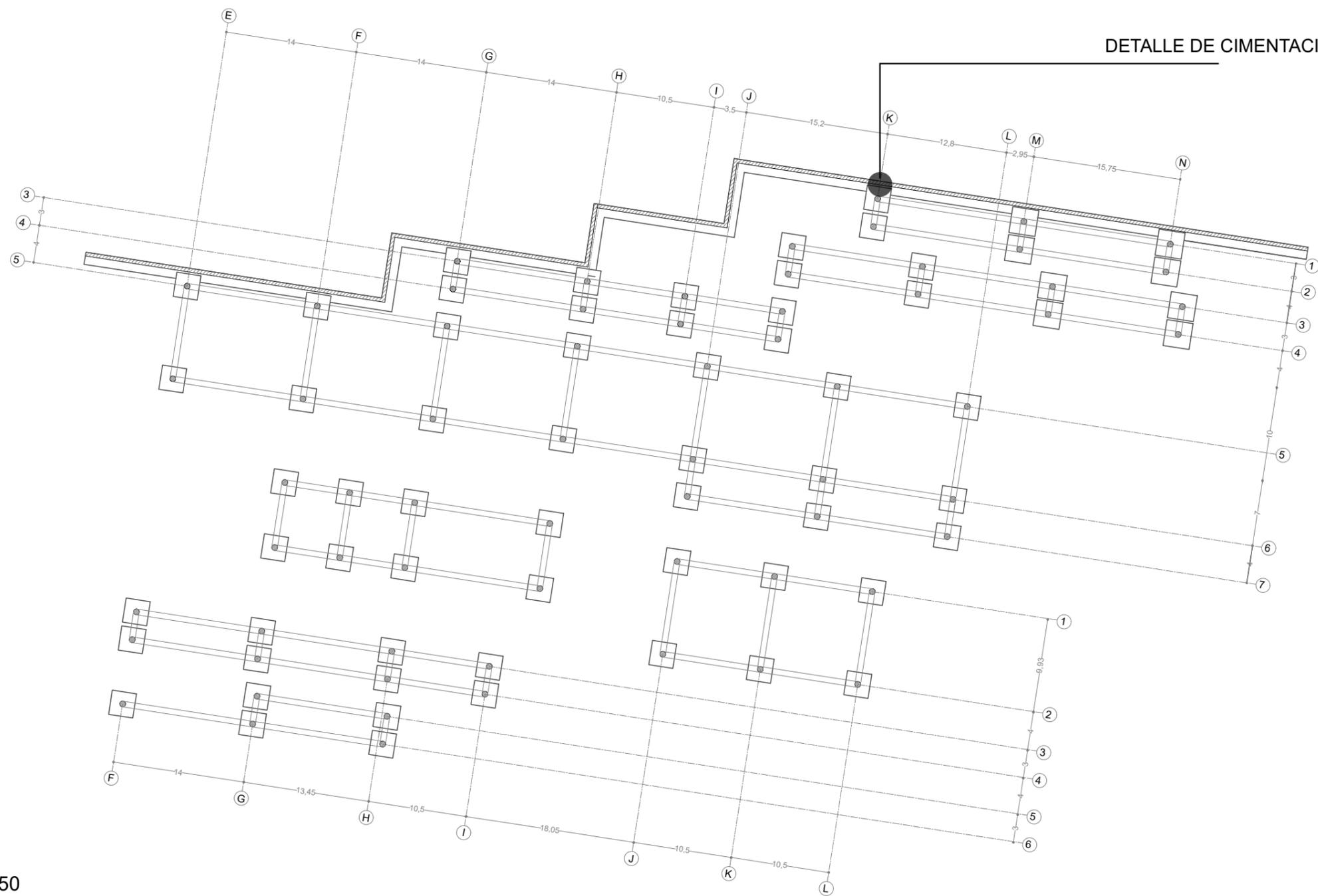
**CONTENIDO**  
PLANTA DE CIMENTACIÓN CINE

**ESCALA**

**LÁMINA**  
EST-02

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



PLANTA: -22.50

ESC \_\_\_\_ 1:500

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

**CONTENIDO**  
PLANTA DE CIMENTACIÓN

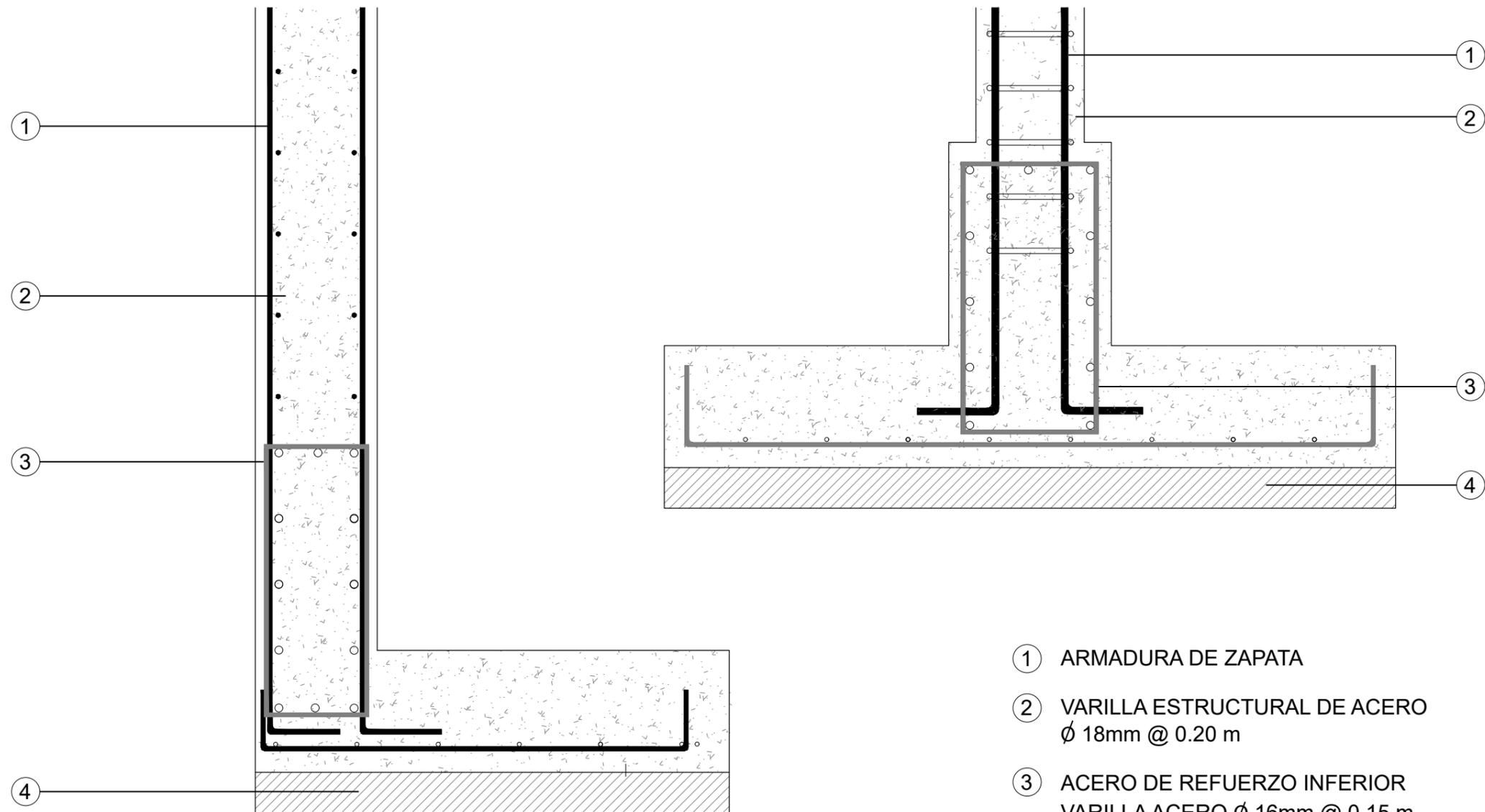
**ESCALA**  
1: 500

**LÁMINA**  
EST-03

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

## DETALLE DE CIMENTACIÓN TIPO 2



- ① ARMADURA DE ZAPATA
- ② VARILLA ESTRUCTURAL DE ACERO  
Ø 18mm @ 0.20 m
- ③ ACERO DE REFUERZO INFERIOR  
VARILLA ACERO Ø 16mm @ 0.15 m
- ④ REPLANTILLO e=10cm  
HORMIGÓN 180 kg/cm<sup>2</sup>

*udla*

**TEMA**  
CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS

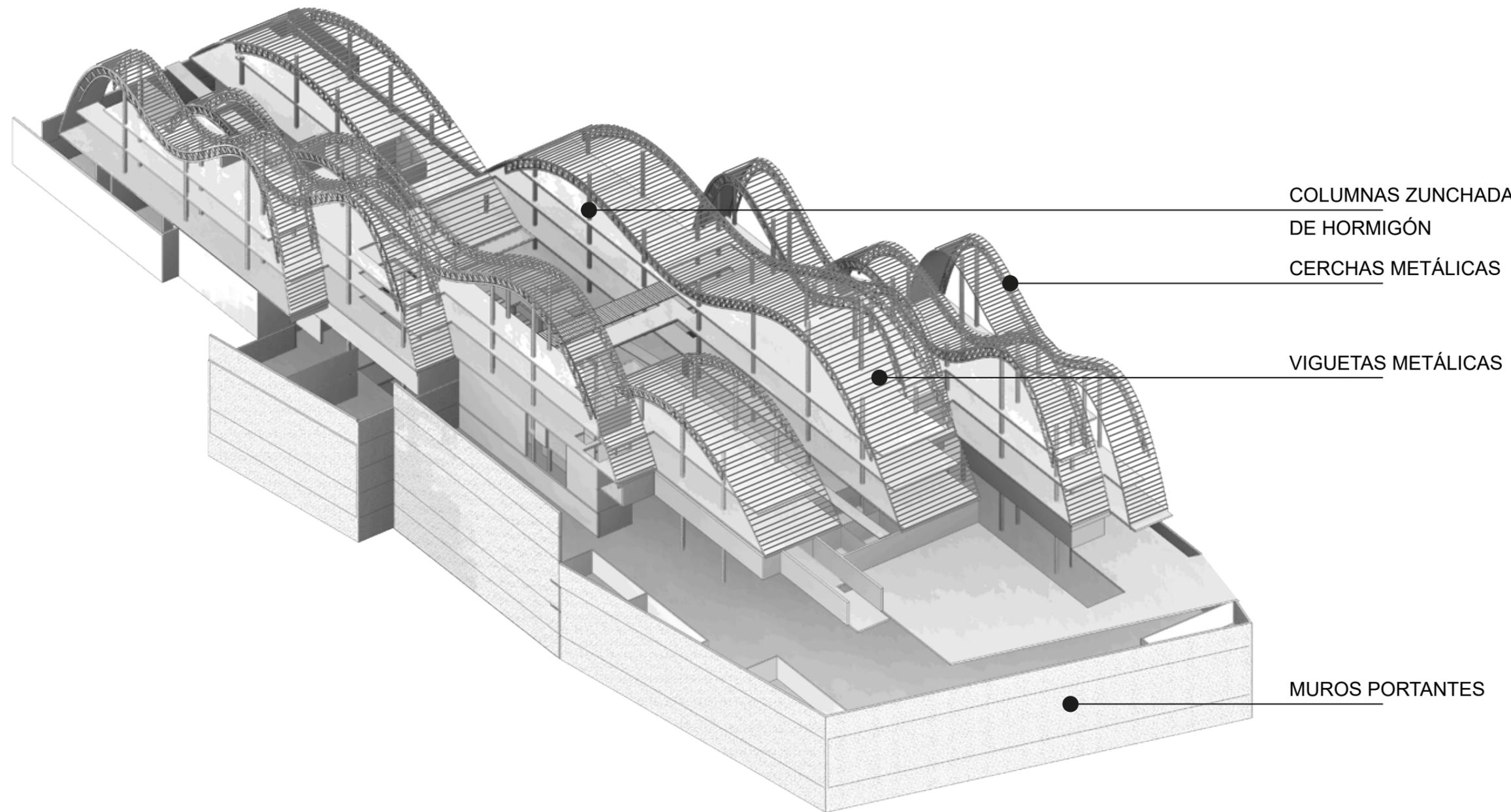
**CONTENIDO**  
DETALLE DE CIMENTACIÓN

**ESCALA**  
1: 100

**LÁMINA**  
EST-04

**NOTAS**

**UBICACIÓN**



*udla*

**TEMA**  
 CENTRO COMERCIAL SAN LUIS, FAJARDO, VALLE DE LOS CHILLOS  
**CONTENIDO**  
 ESTRUCTURA 3D

**ESCALA**  
 1: 100  
**LÁMINA**  
 EST-05

**NOTAS**

**UBICACIÓN**

## 5. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1. Conclusiones

Se concluye que el nuevo Centro Comercial San Luis cumple con el objetivo planteado, respondiendo a un Centro Comercial re-estructurador de espacios públicos debido a su relación entre espacios públicos y privados del equipamiento al haber creado una nueva forma de apropiación y diversidad de actividades dentro de un lugar en donde los usuarios tienen más oportunidades de interacción y relación.

El equipamiento se abre hacia su entorno, logrando relacionarse con los espacios que se encuentran a su alrededor que son: Parque, plaza, y la quebrada creando la continuación de un boulevard desde el parque hasta el terreno del equipamiento, complementado con un mirador hacia la quebrada que delimita el proyecto.

El escalonamiento de las cintas en sus extremos logra espacios comunales de estancia para los usuarios, cumpliendo con el objetivo de crear espacios de ocio dentro del equipamiento.

Al desarrollar un estudio de casos sobre equipamientos que iban acorde a la propuesta realizada, generó una visión más amplia sobre los diferentes usos que puede tener un Centro Comercial, dejando de tener como punto de enfoque el consumo, sino también las relaciones entre los usuarios, encuentros que se dan en lugares abiertos y no en cajas contenedoras que incentivan sin darse cuenta al consumo de la mercadería de cada una de las tiendas.

Al realizar el proyecto, el gran reto era mantener los locales que pertenecen al actual San Luis Shopping que son netamente comerciales, sin olvidar de la esencia que caracteriza al único Centro Comercial de gran escala dentro del Valle de Los Chillos y romper con el esquema genérico de un espacio comercial fusionándolo con espacios abiertos, pasajes que se abran completamente al entorno; suficientes razones para pensar en una propuesta abierta y funcional que dé a cada uno de los espacios un carácter de apropiación y desplazamiento a cada uno de los lugares diseñados.

Es importante recalcar que las circulaciones del Centro Comercial son inclusivas, colocando rampas y elevadores en los puntos necesarios de desplazamiento de usuarios, creando de esta manera una arquitectura inclusiva para cualquier tipo de persona.

El complemento esencial del proyecto en cuanto a programa, lo da los espacios urbanos, consiguiendo así una relación directa entre espacios públicos y privados dentro del proyecto teniendo como factor determinante la actividad pública en el equipamiento.

### 5.2. Recomendaciones

Se recomienda el estudio a profundidad de espacios que complementen los usos dentro de un lugar que pueden pasar de ser netamente comercial a un espacio multifuncional que apunta a la interrelación de los usuarios dentro de un espacio.

Como recomendación final, es importante que se realice un estudio sobre la evolución a nivel internacional de espacios que mezclan el comercio con otros usos para poder aplicar una nueva tipología, configurando propuestas urbanas y arquitectónicas juntas para el crecimiento y evolución de una arquitectura que se relaciona con su entorno dentro de nuestro país.

## 6. REFERENCIAS

Baudrillard, J (1998). The Consumer Society. Londres.

Benjamin, W. (2005). Das Passagen-Werk.. Madrid, España: Akal.

Bento, P (s.f). The new collective spaces. Spaces of consum and lesuire. Recuperado el 27 de Noviembre de 2016 de [http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/16020/06\\_PedroBento.pdf](http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/16020/06_PedroBento.pdf)

Crearmas. (s.f) Centro Comercial L'illa. Recuperado el 15 de septiembre de 2016 de <http://www.crearmas.com/udocumentos/el%20centro%20comercial%20I%20Illa%20Diagonal.pdf>

Ecosistema Urbano (2015). Reinventarse o morir: la transformación de los centros comerciales bajo el nuevo paradigma económico/urbano. Recuperado el 23 de Noviembre de 2016 de <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/768299/reinventarse-o-morir-la-transformacion-de-los-centros-comerciales-bajo-el-nuevo-paradigma-economico-urbano>

Gruen, V (1964). The Heart of our cities. Nueva York, Estados Unidos: Simon and Schuster.

López, L (1997). Los Centros Comerciales como espacios multifuncionales. México: Nuestro tiempo.

López, L (1999). Centro comerciales. Espacios que navegan entre la realidad y la ficción. México: Nuestro tiempo.

Moulian, T (1999). El consumo me consume. Santiago, Chile: LOM Ediciones.

Percentinvisible (2015). The Gruen Effect. Recuperado el 27 de Noviembre del 2016 de <http://99percentinvisible.org/episode/the-gruen-effect/>

Reurbanist (2013). Northland Center. Recuperado el 28 de Noviembre de 2016 de <http://reurbanist.com/wp-content/uploads/2013/05/Northland-Center-Detroit-564x317.jpg>

Solá Morales, M (1992). Espacios públicos y espacios colectivos. Un nuevo reto: Urbanizar lo privado: La Vanguardia.

Wall, A (2005). From Urban Shop to New City. Barcelona, España: Actar.

## **7. ANEXOS**

**ANEXO 1**

La Municipalidad a través de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda o sus órganos dependientes, definirá el tipo de equipamiento a construirse en las áreas de equipamiento comunal mediante los estudios técnicos correspondientes y en base al cuadro de requerimientos de equipamiento de servicios sociales y de servicios públicos siguiente:

	DOCUMENTO: ANEXO DEL LIBRO INNUMERADO "DEL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DEL SUELO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"	CODIGO RT - AU ANEXO
--	--	----------------------

CATEGORÍA	SIMB.	TIPOLOGIA	SIMB.	ESTABLECIMIENTOS	RADIO DE INFLUENCIA m	NORMA m <sup>2</sup> /hab.	LOTE MÍNIMO m <sup>2</sup>	POBLACIÓN BASE habitantes
Bienestar social E	EB	Barrial	EBB	Centros infantiles, casas cuna y guarderías.	400	0.30	300	1.000
		Sectorial	EBS	Asistencia social, centros de formación juvenil y familiar, aldeas educativas, asilos de ancianos, centros de reposo, orfanatos.	1.500	0.08	400	5.000
		Zonal	EBZ	Albergues de asistencia social de más de cincuenta camas.	2.000	0.10	2.000	20.000
		Ciudad o Metropolitano	EBM	Centros de protección de menores	---	0.10	3.000	50.000
Recreativo y deportes E	ED	Barrial	EDB	Ferres infantiles, parque barrial, canchales deportivos, gimnasios, piscinas y escuela deportiva.	400	0.30	300	1.000
		Sectorial	EDS	Ferres sectorial y área de camping.	1.000	1.00	5.000	5.000
		Zonal	EDZ	Ferres zonales, polideportivos, coliseos (hasta 2.500 personas), centro de espectáculos, galeras, plazas de toros, parque zonal Centros recreativos deportivos públicos y privados, karting.	3.000	0.30	10.000	20.000
		Ciudad o metropolitano	EDM 1	Ferres de ciudad y metropolitano, jardín botánico, zoológicos y parques de fauna y flora silvestre.	---	1.00	30.000	50.000
			EDM 2	Estadios y polideportivos de más de 2500 personas				
Religioso E	ER	Barrial	ERB	Capillas, centros de culto religioso hasta doscientos puestos.	---	---	800	2.000
		Sectorial	ERS	Templos, iglesias hasta quinientos puestos.	2.000	---	5.000	5.000
		Ciudad o Metropolitano	ERM	Catedral o centro de culto religioso más de quinientos puestos, conventos y monasterios.	---	---	10.000	50.000

Fuente: Anexo único – Reglas técnicas de Arquitectura y Urbanismo

**ANEXO 2**

**Clasificación de los estacionamientos.** - Los estacionamientos públicos se clasifican para efectos de su diseño, localización y según el tipo de vehículos, en los siguientes grupos:

- Estacionamientos para vehículos menores como motocicletas y bicicletas.
- Estacionamientos para vehículos livianos: automóviles, jeeps, camionetas.
- Estacionamientos para vehículos de transporte público y de carga liviana: buses, busetas y camiones rígidos de dos y tres ejes.
- Estacionamientos de vehículos de carga pesada destinados a combinaciones de camión, remolque o tracto camión con semi - remolque o remolque.

**Cálculo del número de estacionamientos.** - El cálculo del número de estacionamientos se determina de acuerdo a los usos de suelo establecidos y constan en el Cuadro N° 7.

COMERCIAL Y DE SERVICIOS			
<b>Normas Generales (1)</b>			
Unidades de comercios menores a 50 m <sup>2</sup> ; y/o sumados hasta 50m <sup>2</sup> .	No requiere		
Comercios desde 51 hasta 300 m <sup>2</sup> .	1 cada 50 m <sup>2</sup> de AU		
Comercios desde 301 hasta 900 m <sup>2</sup> .	1 cada 40 m <sup>2</sup> de AU		
Comercios desde 901 hasta 1 500 m <sup>2</sup> .	1 cada 30 m <sup>2</sup> de AU	(8) 60% para el público	Un módulo de estacionamiento para vehículos menores.
Comercios mayores a 1500 m <sup>2</sup>	1 cada 20 m <sup>2</sup> de AU		5% del área del lote para carga y descarga. Cinco módulos de estacionamientos para vehículos menores.
Oficinas en general	1 cada 50 m <sup>2</sup> de AU	1 cada 200 m <sup>2</sup> de AU	Un módulo de estacionamiento para vehículos menores.
<b>Normas Especificas</b>			

Fuente: Anexo único – Reglas técnicas de Arquitectura y Urbanismo

**ANEXO 3**

Las escaleras tendrán características según el uso de la edificación y la frecuencia de circulación de acuerdo a las normas específicas establecidas en esta Ordenanza.

Cuadro No. 12  
Resumen de Circulaciones

Circulaciones	Ancho libre mínimo (m.)
Caminerías o corredores de circulación peatonal exterior.	1.20
Circulación exterior en forma simultánea de dos sillas de ruedas.	1.8
Caminerías o corredores de circulación peatonal interior.	1.2
Circulación interior en forma simultánea de dos sillas de ruedas.	1.8
Escalera principal en edificios de uso público (En caso de dimensión mayor a 3 m. proveer de pasamanos intermedios).	1.5
Escaleras para edificios de oficinas	1.20
Escalera en sótanos, desvanes y escaleras de mantenimiento.	0.8
Escaleras en edificaciones de uso público de hasta 600 m <sup>2</sup> por planta	1.5
Escaleras en edificaciones de uso público de hasta 601m <sup>2</sup> a 900 m <sup>2</sup> por planta.	1.8
Escaleras en edificaciones de uso público de hasta 901 m <sup>2</sup> en adelante.	2.40 ó dos tramos de 1.20
Rampas fijas	1.2
Rampas unidireccionales	0.9

Fuente: Anexo único – Reglas técnicas de Arquitectura y Urbanismo

Podrán diseñarse de varias formas (en cajón, longitudinal, en caracol) dependiendo de las características de uso y función.

- Las edificaciones en altura deben cumplir con las siguientes condiciones:
- Deberán siempre tener escaleras que comuniquen a todos los niveles y que desemboquen a espacios de distribución, aún cuando cuenten con elevadores.
- Las escaleras estarán distribuidas de modo que ningún punto servido del piso o planta se encuentre a una distancia mayor de 25 metros de alguna de ellas, salvo que existan escapes de emergencia.
- Las dimensiones de las huellas serán el resultado de aplicar la fórmula:  $2ch+h= 0,64$  m., donde  $ch$ =contrahuella y  $h$  = huella.
- En edificios con acceso al público la dimensión mínima de la huella será de 0,28 m.

### Escaleras mecánicas y eléctricas. -

- En ningún caso, las dimensiones para escaleras fijas de una edificación, podrán reducirse por la instalación de escaleras mecánicas.
- Las dimensiones de los descansos o pasillos de desembarque de las escaleras mecánicas, no serán menores a tres veces el ancho útil de éstas y en ningún caso inferior a 1,50 m., a partir del piso metálico de embarque. El ángulo de inclinación será de 25 grados, 30 grados ó 35 grados y la velocidad de desplazamiento podrá variar entre 0,30 m/s y 0,60 m/s.

### Rampas fijas. -

Las rampas para peatones en cualquier tipo de construcción deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Ancho mínimo de 1,20 m. y ancho mínimo libre de las rampas unidireccionales de 0,90 m.
- Cuando exista un giro de 90 grados, la rampa deberá tener un ancho mínimo de 1,00 m. y el giro, deberá hacerse sobre un plano horizontal en una longitud mínima hasta el vértice del giro, de 1,20 m.
- Si el ángulo de giro supera los 90 grados, la dimensión mínima del ancho de la rampa debe ser de 1,20 m.
- La pendiente transversal máxima será del 2%.
- Cuando las rampas superen el 8% de pendiente debe llevar pasamanos.
- Cuando se diseñen rampas con anchos mayores o iguales a 1,80 m., se recomienda la colocación de

pasamanos intermedios. Cuando las rampas salven desniveles superiores a 0,20 m. deben llevar bordillos según lo indicado en la NTE INEN 2 244:2000.

- Cuando existan circulaciones transversales en rampas que salven desniveles menores a 0,25 m. (ejemplo rebajes de un escalón o vados), se dispondrán planos laterales de acordonamiento con pendiente longitudinal máxima del 12%.
- El piso de las rampas debe ser firme, antideslizante en seco o en mojado, y sin irregularidades.
- Los descansos se colocarán entre tramos de rampa y frente a cualquier tipo de acceso, y tendrán las siguientes características:
  - El largo del descanso debe tener una dimensión mínima libre de 1,20 m.
  - Cuando exista un giro de 90 grados, el descanso debe tener un ancho mínimo de 1,00 m; si el ángulo de giro supera los 90 grados, la dimensión mínima del descanso debe ser de 1,20 m. Todo cambio de dirección debe hacerse sobre una superficie plana incluyendo lo establecido a lo referente a pendientes transversales.
  - Cuando una puerta o ventana se abra a la dimensión mínima del descanso, deberá incrementarse el barrido de la puerta o ventana.

## ANEXO 4

CUADRO No. 17

RESUMEN DE REQUERIMIENTOS			
ESPACIOS DE USO COMUNAL	GRUPOS	REQUERIMIENTOS	ÁREA
Espacios construidos	A	Ninguno	Ninguna
	C/D/E/F	Asa no menor para portero o conserje.	9,50 m <sup>2</sup> . de área útil (habitación y batería sanitaria).
	B/C/D/E/F	Guardianía en setiro frontal	No mayor a 5,0 m <sup>2</sup> incluido media batería sanitaria.
	B/C	Sala de copropietarios	No inferior a 20 m <sup>2</sup>
	D/E	Sala de copropietarios	1 m <sup>2</sup> por unidad de vivienda o su equivalente para comercios y oficinas. Con un máximo de 400 m <sup>2</sup> .
	F	Sala de copropietarios /sala de uso múltiple	1 m <sup>2</sup> por unidad de vivienda. Con un máximo de 400 m <sup>2</sup> .
	C/D/E/F	Depósito de basura	3 m <sup>2</sup> . (1 por cada 20 unidades de vivienda).
	Edificios para centros comerciales	Baterías sanitarias, guardianía, Oficina de Administración, sala de copropietarios. Estacionamiento para clientes	1 m <sup>2</sup> por cada 50 m <sup>2</sup> de comercio, mínimo 20 m <sup>2</sup> y máximo 400 m <sup>2</sup> .
	Edificios para oficinas	Guardianía, Oficina de Administración, sala de copropietarios.	1 m <sup>2</sup> . por cada 50 m <sup>2</sup> de oficinas, mínimo 20 m <sup>2</sup> y máximo 400 m <sup>2</sup> . Oficinas de Administración 6 m <sup>2</sup> .
	Edificios de estacionamientos	Baterías sanitarias, guardianía, Oficina de Administración, sala de copropietarios	0.50 m <sup>2</sup> por cada estacionamiento, mínimo 20 m <sup>2</sup> máximo 400 m <sup>2</sup> .
Edificios para bodegas	Guardianía, Oficina de Administración, estacionamiento clientes	De acuerdo a Normas de Arquitectura y Urbanismo. Oficinas de Administración 6 m <sup>2</sup> .	
Zonas recreativas	B/C/D/E/F		12 m <sup>2</sup> . por unidad de vivienda

Fuente: Anexo único – Reglas técnicas de Arquitectura y Urbanismo